



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

<http://prensa.audi.es>

Audi recurre a la realidad aumentada para elevar la eficiencia en la planificación de la logística

- **Los hologramas 3D a tamaño real permiten una visualización realista**
- **Peter Kössler, responsable de Producción: “Debemos usar sistemáticamente las tecnologías digitales”**

Madrid, 2 de diciembre de 2020 – Audi confía en la realidad aumentada (AR) para planificar complejos procesos logísticos: la presentación virtual de hologramas tridimensionales que se muestran en su entorno real ayuda a los diseñadores a evaluar mejor la futura situación. Por lo que ya no son necesarios los prototipos de contenedores o equipos que se elaboran antes de producir las versiones definitivas. Para ello, Audi utiliza la nueva generación del dispositivo “HoloLens 2” de Microsoft.

El sistema “LayAR” (por “layout” y “augmented reality”) ayuda a los planificadores de Audi a establecer nuevas estructuras logísticas en una nave de producción ya existente. El software hace uso de los datos CAD para varios objetos, como estanterías, contenedores y piezas. LayAR visualiza este “gemelo digital” como un holograma tridimensional en el dispositivo de realidad virtual y lo proyecta a tamaño real en el que será su entorno.

“En Audi Producción utilizamos continuamente tecnologías digitales que nos sitúan a la vanguardia en este campo”, declara Peter Kössler, responsable de Producción y Logística de AUDI AG. Este año, los dispositivos de realidad virtual se han convertido en una importante herramienta para los planificadores de logística. A través de ellos, el trabajo se hace más eficiente y puede comenzar antes. Por ejemplo, los expertos del taller de carrocería de Ingolstadt están estudiando la tecnología de las máquinas necesarias para utilizar un innovador sistema de transporte autónomo mucho antes de que se entreguen los primeros vehículos automatizados. LayAR se utilizará también muy pronto para poner en marcha la producción de vehículos eléctricos en la fábrica principal.

“Hasta ahora, para visualizar las estructuras y los tamaños relativos de las mismas utilizábamos prototipos de contenedores, estanterías y lineales instalados y fijados al suelo”, explica Tobias Brigl, responsable del proyecto. “Esto requiere una gran cantidad de imaginación. La realidad aumentada es una herramienta ideal para cerrar la brecha entre el mundo real y el virtual”. Ayuda a reconocer los problemas desde el principio y a desarrollar soluciones rápidamente.

Las mismas imágenes pueden mostrarse en múltiples dispositivos de realidad virtual al mismo tiempo a través de la sincronización. Si un usuario coge un objeto puede moverlo, girarlo o



reemplazarlo con simples movimientos de sus manos; todos los operarios involucrados pueden ver los cambios en tiempo real. La imagen compartida simplifica el debate y facilita así el trabajo conjunto, incluso más allá de los límites físicos de los emplazamientos y de las fronteras nacionales. En el futuro, los especialistas de otras fábricas o que trabajan desde casa podrán participar en la toma de decisiones mediante conferencias online.

Un equipo del proyecto de Planificación de la Cadena de Suministro probó el nuevo software junto con Viscopic, socio en el desarrollo, durante varios meses. Se ha ensayado durante los talleres de planificación en la línea de producción, durante las presentaciones y en los talleres de diseño. LayAR hace posible que los planificadores miniaturicen virtualmente toda la disposición de la sala, hasta el punto de poder proyectarla en un escritorio. Una herramienta virtual facilita la medición precisa de distancias y áreas directamente desde la imagen holográfica. Todos los cambios y resultados, por ejemplo en un taller, pueden ser transferidos a los datos CAD en tan sólo un par de segundos. Esto significa que todos los empleados participantes pueden continuar trabajando utilizando la nueva planificación.

El fabricante de automóviles premium también está utilizando las técnicas de realidad aumentada en otras áreas. Por ejemplo, Audi Product Communications ya ha realizado “exhibiciones virtuales” durante varios años para mostrar procesos técnicos y tecnologías complejas a los medios de comunicación. Las animaciones holográficas se basan en datos de diseño CAD y se presentan en 3D utilizando dispositivos de datos HoloLens durante los eventos de prensa. En este caso, también se están utilizando dispositivos de segunda generación.

-Fin-

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacyenter.com>

El **Grupo Audi**, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en 11 países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2019, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,845 millones de automóviles de la marca Audi, así como 8.205 deportivos de la marca Lamborghini y 53.183 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2019, AUDI AG alcanzó una facturación de 55.700 millones de euros y un resultado operativo de 4.500 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 90.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.