

La inteligencia artificial enfrenta a la industria automovilística y la tecnológica

La inteligencia artificial, que está de moda en el sector tecnológico, llega al la industria automovilística. Ambos sectores se enzarzan en una guerra por el talento en inteligencia artificial, ya que cada compañía intenta reclutar a las mejores mentes del mercado.

¿Qué tienen en común la inteligencia artificial con el sector automovilístico? Hasta hace unos años, hacer esta pregunta no tendría mucho sentido. Pero en la época que tenemos la suerte de vivir, tiene numerosas implicaciones. La tecnología lo esta invadiendo todo y el coche no iba a ser una excepción.

En el último año y medio, hemos visto cómo el sector del transporte personal y la industria tecnológica se enzarzaban en una guerra por el talento en inteligencia artificial. Mucho antes de que lleguen los productos al mercado, es lógico ver cómo cada compañía intenta reclutar a las mejores mentes. Sin embargo, hay mucho más detrás de este conflicto entre ambas industrias.

Luchando por las mejores mentes en inteligencia artificial

La inteligencia artificial hace tiempo que está de moda en el sector tecnológico. Google es quien probablemente esté más adelantada del rebaño. Su modelo de negocio lleva años integrando procesos de machine learning en sus productos y el año pasado contrataron a Geoffrey Hinton, una de las mentes más brillantes sobre la materia.

"Queremos llevar a la inteligencia artificial a nuevos y maravillosos lugares, donde ninguna persona, ningún estudiante ni ningún programa han estado jamás"

Geoffrey Hinton.

Como sabemos, la inteligencia artificial jugará un papel primordial en los vehículos autónomos de Google, además de en otras partes de su negocio. Pero la compañía del buscador no está sola. Según Reuters, Apple tiene en mente contratar hasta 86 personas para incrementar sus efectivos en inteligencia artificial.

Estas contrataciones parece que van orientadas a mejorar su sistema de proactividad frente a las necesidades del usuario. Una descripción de trabajo no está escrita en piedra. Como en el caso de Google y con los fuertes rumores del coche eléctrico de Apple, no es descabellado pensar que estas contrataciones estarían relacionadas con Project Titan.

Uber acabó llegando a un acuerdo con la universidad para evitar una demanda

Quizás el caso más rocambolesco es el de Uber y los investigadores del departamento de inteligencia artificial de Carnegie Mellon. Alrededor de cuarenta trabajadores, incluyendo a la mayoría de los mandos medios y el director del centro de la universidad, han dado el salto a la startup. Dejando un departamento diezmado.

Las razones de la adquisición de talento por parte de Uber son bastante más claras. De desarrollar un coche autónomo por completo, ya no necesitarían a sus conductores. De esta forma eliminarían de un plumazo sus numerosos quebraderos de cabeza. Un coche autónomo no reclamaría derechos ni obligaciones, simplemente se limitaría a conducir el coche.

Por último, tenemos a Toyota. Hace unos días que supimos por Bloomberg que la empresa japonesa había contratado a la 'cabeza pensante' del equipo de ingeniería de inteligencia artificial del ejército estadounidense. Su intención es incorporar en sus vehículos sistemas de seguridad que le permitan reducir el número de accidentes y muertes en la carretera. La seguridad siempre ha sido una parte fundamental del valor de un coche, por lo que el fabricante japonés diferenciar mejor sus propuestas de las de la competencia.

CarPlay y Android Auto se interponen entre el fabricante y el usuario

Con el aumento de la importancia y capacidades del smartphone, era cuestión de tiempo que los usuarios quisiéramos disfrutar de cierta integración en nuestros coches. Para quien no esté al tanto, Android Auto y CarPlay son dos sistemas que permiten operar los móviles de sus respectivas plataformas desde un coche. Pero para ello, requieren cierto tipo de instalación ya sea de serie o mediante soluciones after-market.

La tecnología de entretenimiento nunca ha sido el punto fuerte de los fabricantes de automóviles. Dejándola en manos de Google y Apple, pueden dedicar sus esfuerzos y recursos en mejorar sus propuestas desde otros puntos de vista. Sobre el papel, parece una buena idea. Pero encierra un gran riesgo.

La historia tecnológica nos ha demostrado muchas veces que quien se posiciona más cerca del usuario, es el que gana. Si los fabricantes dejaran que sistemas como Android Auto y CarPlay acapararan toda la atención de sus clientes, ellos quedarían relegados a un simple fabricante de un producto commodity. En ese caso, la diferencia entre un Ford Focus y un Seat León se vería reducida de cara al usuario. A nadie le gusta convertirse en un "commodity"

Se trata del mismo escenario que están viviendo los fabricantes de Android. Todos ellos montan un sistema operativo común, con servicios de Google comunes y la posibilidad de ejecutar apps idénticas. Los fabricantes de smartphone intentan diferenciarse entre sí con sus capas de personalización, pero a costa de la experiencia de usuario.

Desde este punto de vista, es comprensible que los fabricantes de automóviles acepten a regañadientes lo que les ofrecen Apple y Google. Y esto no hace más que añadir leña al fuego.

La lucha por los mapas

Durante todo este año 2015 hemos asistido al baile en torno a Nokia HERE, los mapas de la vieja gloria de la telefonía móvil que fueron puestos a la venta por la compañía finlandesa. Finalmente, todo este sistema cartográfico fue adquirido por BMW, Mercedes y Audi a comienzos del pasado agosto. El objetivo de los fabricantes era obvio: tener una alternativa a los mapas de Google y Apple. Empezar una solución de mapas desde cero es muy complicado; es más sencillo adquirir una.

Otra vez vemos cómo algunas marcas de coches quieren distanciarse lo máximo posible de los gigantes tecnológicos. Tener una solución de mapas propia les da una independencia muy importante, que de nuevo puede integrarse en un hipotético sistema de entretenimiento propio.

Pero los mapas de Nokia HERE tienen una particularidad muy interesante. A finales del año pasado antes de que la división fuera puesta a la venta, los finlandeses dieron a conocer su siguiente generación de mapas: Nokia HERE HD. El objetivo de estos nuevos mapas estaba puesto en el coche autónomo y en las necesidades de tener un mapa mucho más detallado.

Por lo que volvemos de nuevo al punto de partida. Inteligencia artificial. Sistemas de entretenimiento. Mapas más complejos. El escenario perfecto en el que era inevitable un enfrentamiento entre la industria del automóvil y la tecnológica.

La carrera de armamento tecnológico

¿Están los fabricantes a tiempo de ponerse al día en la carrera por el "armamento" tecnológico?

Con todo esto, está claro que estamos ante uno de los momentos más trascendentales de la historia de la industria del automóvil. La amenaza de ver sus marcas diluidas dentro de un sistema operativo "extraño" que se ponga delante del usuario es percibida por los fabricantes como muy real. Pero, ¿se lo están tomando en serio?

Si tomamos el ejemplo de Toyota que veíamos al principio, la compañía está invirtiendo 50 millones de dólares en la investigación de tecnología relacionada con inteligencia artificial y el coche autónomo. Durante todo el año fiscal de 2014, dedicaron un total de 9.100 millones de dólares. Es decir, alrededor de un 0,5% de su presupuesto total, una cifra que parece diminuta.

Como es lógico, las compañías no van a divulgar con detalle cuánto dedican a la investigación y desarrollo de estas nuevas tecnologías. Pero el anuncio de Toyota nos ayuda a hacernos una idea. Sin

embargo, los fabricantes de coches han estado tradicionalmente entre las empresas que más presupuesto dedican a I+D, muy por encima de gigantes como Apple, no tanto de Google (Samsung figura en el segundo puesto, pero se trata de un conglomerado con muchos más negocios).

Más curioso es el pico de inversión en I+D de Apple que vieron nuestros compañeros de Applesfera hace unos meses. Justo después del periodo de inversión del Apple Watch, tenemos un incremento enorme en muy poco tiempo que podría deberse al Project Titan de Apple (la gráfica expresa el cambio de inversión año a año).

Aunque la cantidad total de inversión en I+D y sus posibles fluctuaciones pueden darnos pistas, la realidad es que, sin cifras oficiales, es muy difícil asignarle una cantidad a la inteligencia artificial. También es importante tener en cuenta que la cantidad no asegura la calidad de esa investigación ni su éxito en el mercado.

En cualquier caso, los próximos años se espera que sean movidos en este sector. La guerra por el talento y el aseguramiento de otras tecnologías no han hecho más que comenzar.

La noticia "La guerra por el talento en Inteligencia Artificial entre Silicon Valley y fabricantes de coches" fue publicada originalmente en Xataka por Eduardo Archanco .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Automovilismo](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#) [Industria Automotriz](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>