olocip

Inteligencia Artificial

Dossier Prensa 2021

MAPFRE

25 enero 2021

olocip

EL PAÍS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL >

Masa madre y algoritmos: la inteligencia artificial entra en el obrador

Un oficio tan artesanal como la panadería encuentra en la ciencia de datos un aliado capaz de predecir la producción diaria y de entender mejor el comportamiento de los consumidores

Interior de la panadería Pan Delirio PAN DELIRIO

3 febrero 2021

olocip

el Periódico

Esteban Granero

FUTBOLISTA Y CEO DE OLOCIP

«Hay que democratizar el acceso a la inteligencia artificial»

Juan Fernández

El imaginario popular está habituado a historias de futbolistas que, tras colgar las botas, hacen crecer el dinero que ganaron sobre el césped invirtiendo en productos inmobiliarios, el sector del ocio o previsibles negocios del ecosistema balompédico. **Esteban Granero** (Pozuelo de Alarcón, Madrid, 1987) contradice ese cliché por partida doble. Jugó en el Real Madrid, el Getafe, la Real Sociedad y el Espanyol y participó en La Roja. Y mucho antes de retirarse – ahora juega en el Marbella, de 2ªB–, decidió embarcarse en un proyecto empresarial que si bien nació en el ámbito del deporte, tiene más que ver con algoritmos y bits que con entrenamientos y fuerza física. Desde finales de 2016, el centrocampista dirige Olocip, empresa dedicada a diseñar productos de software basados en la Inteligencia Artificial (IA). Sus aplicaciones empezaron haciendo predicciones sobre el rendimiento de los futbolistas, pero hoy son usadas por empresas de sectores tan variados como el turismo, la logística, el 'retail' o las finanzas. Se hizo un nombre con los pies, pero ahora saca petróleo de su cabeza.

— ¿Cuándo y cómo nació Olocip?

— Cuando jugaba en la Real Sociedad, había un analista de datos que a veces me preguntaba sobre la información útil para el entrenador que se podía obtener de los datos que se generan en un partido de fútbol. Me quedé con la copla y empecé a darle vueltas. Cuando me encuentro con un problema, no suelo parar hasta dar con la solución, pero el reto que planteaba aquella pregunta era muy complejo y no podía solucionarlo yo solo, así que busqué ayuda. Contacté con centros universitarios especializados en Inteligencia Artificial y pusimos en marcha este proyecto.

— ¿Esos especialistas encontraron la respuesta que buscaba?

— La respuesta la da la IA, una tecnología capaz de procesar multitud de datos a la vez y extraer conocimiento de ellos. Por ejemplo, en el fútbol los datos hablan de goles, pases, lanzamientos, remates... La IA los pone en relación, pero no para explicar qué ha pasado, sino para predecir qué puede pasar en los siguientes minutos. Con esa información, el entrenador puede tomar la decisión más acertada para que ocurra lo que persigue. Vimos que ese análisis predictivo se podía aplicar a cuestiones clave como los fichajes, para saber cómo funcionaría un determinado jugador en mi equipo en función de sus características y de mis necesidades. A partir de ahí, decidimos entrar en otros deportes, como baloncesto o tenis.

— Hoy trabajan con otros sectores. ¿Cómo dieron ese salto?

— En seguida vimos que la IA es transversal y sus aplicaciones exceden al ámbito deportivo. Al final, esta tecnología hace lo mismo que la inteligencia humana, pero a más velocidad y manejando un volumen mayor de datos. No es una bola de cristal, sino un procedimiento que sigue el método científico, formula hipótesis a partir de los datos, las testea y, si son correctas, las asume. Pero lo hace de forma rápida y eficiente. Esto permite reducir la incertidumbre al tomar decisiones.

— ¿Qué aplicaciones prácticas tiene la IA en el ámbito de la empresa?

— Muchas. Imagine que una panadería quiere saber cuántos panes va a vender durante la semana para así poder comprar la harina exacta que va a necesitar, sin que le sobre ni le falte un gramo. Con la IA podría averiguarlo. Trabajamos mucho en el campo del turismo. Con datos sobre la actividad turística de una zona, una empresa del sector puede saber qué tipo de acciones ha de llevar a cabo para mitigar el efecto la estacionalidad de su negocio. Se trata de trasladar la generación del conocimiento y la toma de decisiones a una máquina que tiene más capacidad de procesamiento de datos y, por tanto, más posibilidades de acierto.

— ¿Qué líneas de negocio tienen ahora mismo?

— Han ido surgiendo a demanda de las empresas que nos han contactado. Actualmente desarrollamos productos y servicios de IA aplicables al deporte, el turismo, la defensa, las finanzas y la gestión de stocks. Esta tecnología es muy útil en áreas relacionadas con el 'forecasting', porque permite optimizar los stocks, algo necesario para el comercio y vital para las empresas que operan con bienes perecederos. En el sector financiero, la IA tiene muchas aplicaciones en trading y gestión de riesgos. Por ejemplo, permite anticipar el fraude bancario.

— ¿Qué venden a sus clientes?

— Tenemos productos escalables que valen para distintos perfiles de empresa, como nuestra herramienta de 'scouting' aplicable al fútbol. Cualquier club puede adquirir la licencia y acceder a ella. También desarrollamos proyectos a demanda, sobre todo para startups que necesitan la IA para distanciarse de sus competidores y grandes compañías que quieren un producto hecho a su medida. La consultoría forma parte del proceso, porque a menudo hay que formar al cliente y acompañarle en su transformación digital.

— ¿Qué cifras manejan?

— Sobre facturación preferimos no dar números, porque son muy aleatorios, pero nuestras perspectivas son alentadoras. Los tres primeros años los dedicamos a desarrollar los productos mediante una fuerte inversión en I+D. Ahora crecemos de forma exponencial. En la empresa trabajan 20 personas, la mayoría técnicos, doctores, especialistas en IA... Ponemos mucho empeño en contar con los mejores, porque es la única garantía para poder diseñar buenas herramientas.

— ¿Cómo les ha afectado la pandemia?

— Ha dependido de cómo les ha ido a nuestros clientes. Perdimos algunas oportunidades, pero operamos con firmas que han multiplicado por diez su facturación y han podido invertir en IA. En el marco del covid, lo más novedoso para nosotros fue el proyecto sin ánimo de lucro que pusimos en marcha en la primera ola: un modelo predictivo, llamado Stop Corona, que permitía anticipar la evolución de la pandemia a nivel regional. Esto nos permitió aportar información muy útil a diversas instituciones. Por desgracia, acertamos en nuestras previsiones, aunque al principio hubo quien nos tachó de exagerados.

— ¿Se plantean acceder a los fondos europeos para sus inversiones?

— La IA tiene cabida en todos los proyectos que se van a desarrollar al amparo de esas ayudas. De hecho, muchos de los fondos están condicionados al uso de este tipo de tecnologías, o tendrán más posibilidades de acceder a ellos si cuentan con la IA. Es una gran oportunidad, para nosotros y para las empresas que decidan contar con el valor diferencial que les aportan nuestras herramientas. La IA permitirá acelerar la recuperación económica.

— El Gobierno anunció recientemente su Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial. ¿Qué le parece esta iniciativa?

— Conocemos bien ese proyecto y creemos que es necesario, pero se pueden hacer muchas cosas más. El futuro del país va a depender de su capacidad para atraer talento y utilizar este tipo de tecnologías, no solo en el ámbito privado, también en el público, y no solo desde el punto de vista de la competitividad, también en su vertiente social.

— ¿A qué se refiere?

— Se dice que el 5G le va a cambiar la vida a la gente. La IA hará posible que las personas dispongan de los servicios que necesitan, pero deberá vencer el mayor peligro que entraña, y es que puede acabar fomentando la asimetría y la desigualdad. Si el acceso a los datos no es igual para todos, la distancia entre quienes sí dispondrán de ellos y quienes no, se agrandará. Unos podrán hacer cosas que no estarán al alcance de los demás.

— ¿Los datos serán la gasolina del siglo XXI, tal como se anuncia?

— No lo dude, y su regulación será uno de los temas claves del futuro. Hoy nadie habla de esto, pero más pronto que tarde veremos protestas callejeras relacionadas con el control de los datos. Este conflicto tiene que ver con la identidad y la libertad de cada uno, con el uso que se puede hacer de la trazabilidad que cada individuo genera y con quién es el propietario de esos datos.

— ¿Qué opina en este debate?

— Creo que todo el mundo debería tener acceso a los datos en igualdad de condiciones. Solo así conseguiremos una sociedad justa y habrá más oportunidades. Por seguir con el símil de la gasolina, si toda la gente dispone de ella, podrá construir coches y estos serán cada vez mejores. Si queda en manos de unos pocos, ellos se llevarán todo el pastel, la competitividad será menor, y la calidad de los productos también decaerá.

— ¿Cómo aplica esa teoría en su propio negocio?

— Se traduce en la creación de productos escalables que puede usar igual una panadería de barrio para gestionar su producción que Inditex para gestionar su stock. En el sector del fútbol, los servicios que ofrecemos valen tanto para el Real Madrid como para un club de 2ªB. Tenemos claro que hay que democratizar la Inteligencia Artificial. Es un compromiso no escrito que forma parte del ideario de esta compañía.

— Pero Olocip es una empresa, no una ONG...

— Cierto, pero puedes enfocar tu estrategia hacia la creación de productos escalables que estén al alcance de cualquiera y tengan un precio accesible, o dedicarte a ofrecer servicios súper exclusivos para una gran corporación. Nadie asegura que un modelo vaya a ser más rentable que el otro. Nosotros apostamos por el primero, aunque esto nos acarree más costes en el área comercial. Se trata de conseguir que la tecnología esté en manos de todo el mundo, y que si alguien no accede a la IA sea porque no quiere, no porque no puede.

— A todo esto ¿cómo se ve en ese mundillo a quien no es ingeniero ni se formó como empresario?

— Yo no soy matemático, ni siquiera las estudié en el Bachillerato. Empecé Psicología y llevo 15 años de futbolista. Pero el mundo está cambiando y hay que eliminar estereotipos. Si tienes inquietudes, puedes encontrar los recursos necesarios y asociarte con gente más lista que tú para aprender. No podría hacer lo que hacen mis trabajadores, pero entiendo conceptualmente su labor y aprendo de ellos. Tengo otras aptitudes que no se enseñan en la universidad, como la capacidad para liderar, empatizar y convencer. A partir de ahí, un futbolista puede pasar su tiempo fuera del césped de muchas maneras. Yo soy muy cabezota y no puedo evitar llevarme al extremo cada problema al que me enfrento. Este es un caso.

«Más pronto que tarde veremos protestas callejeras relacionadas con el control de los datos»

«Los servicios que ofrecemos valen tanto para el Real Madrid como para un equipo de 2ª División B»

Esteban Granero posa para 'activos' en un parque de Marbella | Álex Zea

28 febrero 2021

olocip

¿Se puede predecir el fútbol?

MATÍAS CONDE

BDS

28 febrero 2021

olocip

OLOCIP

Managing Team

Esteban Granero
CEO & FOUNDER

Professional Football Player

Gaizka San Vicente
CTO & CO-FOUNDER

PhD in Industrial Engineering

Concha Bielza
TECHNOLOGICAL PARTNER

AI Dept Professor

Pedro Larrañaga
TECHNOLOGICAL PARTNER

Computer Sci. & AI Professor

Departamento IA

Machine Learning & Computer Vision

Marco Benjumeda
LEAD DATA SCIENTIST

PhD AI

Sergio Luengo
LEAD DATA SCIENTIST

PhD AI

Serge Chávez
COMPUTER VISION SCIENTIST

MSc AI

Ander Alcon
LEAD DATA SCIENTIST

MSc AI

Asier Rodriguez
LEAD DATA SCIENTIST

MSc AI

Andrés Prados
COMPUTER VISION SCIENTIST

MSc AI

Inteligencia Artificial Expertise

Olocip, Premio Investigación y Ciencia (CISC)

Olocip, Alta Intensidad innovadora

Olocip, miembro Alianza Europea IA

Olocip departamento IA

+ 35 años experiencia en Inteligencia Artificial
+ 250 publicaciones científicas
+ 10 libros científicos (IA)

Pedro Larrañaga Premio Nacional Inteligencia Artificial 2018

Pedro Larrañaga Premio Ciencias de la Computación (Aritmel)

Pedro Larrañaga miembro Academia Europaea

Pedro Larrañaga miembro Asociación Europea IA

Concha Bielza Premio Investigación UPM 2014

Pedro y Concha miembros ELLIS Society

Sergio Luengo y Marco Benjumeda Tesis IA CUM LAUDE

Pedro Larrañaga Estrategia Española I+D+I de Inteligencia Artificial presentada por el Gobierno de España

olocip

olocip

Bárbara Unidos
bugidos@olocip.com
Phone: (+34) 660 45 41 54

www.olocip.com
@Olocip_Lab