



Buaala, inteligencia colectiva al servicio del entretenimiento

Felipe García, CEO de Kowdle Media Group.

Mario Moreno

Cambiar el muchas veces incierto ‘¿qué vemos hoy?’ por una oferta acomodada a tus gustos y los de tu entorno. Ese es el espíritu de Buaala, la aplicación que aprende del usuario en relación con sus amigos mediante un algoritmo de inteligencia artificial colectiva.

► Ni un asistente personal ni una aplicación de entretenimiento más. Para definir a Buaala hay que empezar por eliminar acepciones erróneas de su significado. Porque este “inspirador social”, así llaman a la aplicación desde el seno de la *startup* Knowdle Media Group, no es otro repositorio común de gustos y sugerencias para el usuario. Porque ha conseguido darle una vuelta de tuerca a los usos de la inteligencia artificial de mano de su creador, Felipe García, quien se considera un “pionero” en esta materia, y ha dado con la fórmula del Chupa Chups. “En este caso el palito es Internet y el caramelo es la inteligencia artificial colectiva”, afirma. Y, para aproximar lo que sí es, podríamos empezar desde este último término: inteligencia artificial colectiva. Buaala es una solución de *big data* de inteligencia colectiva que recomienda al usuario contenidos audiovisuales y planes de ocio afines a sus gustos y a los de sus amigos.

En el trasfondo del asunto, Buaala está ideado para sustituir a la búsqueda, a veces tan incesante como desesperante, del ocio y el entretenimiento. Los típicos latiguillos como ‘¿qué vemos hoy?’ o ‘¿qué películas hay en cartelera?’ obtienen respuesta con un conjunto de ideas personalizadas que se adaptan a los gustos del usuario y de las personas que le rodean.

La columna vertebral de la plataforma es un algoritmo que calcula lo conocido como ‘función óptima del bien común’, que trata de recomendar planes que interesan al grupo de personas del entorno del usuario mediante técnicas de *big data* que se alimentan del contenido de las redes sociales. “Además de ser los únicos en introducir el término colectivo, hemos dotado a la solución de un motor ético”, asevera García. El emprendedor mira con escepticismo al sector, cada vez más numeroso, que, con un mensaje apocalíptico, trata de poner coto a los avances en



LA INTELIGENCIA DE BUAALA EN CIFRAS

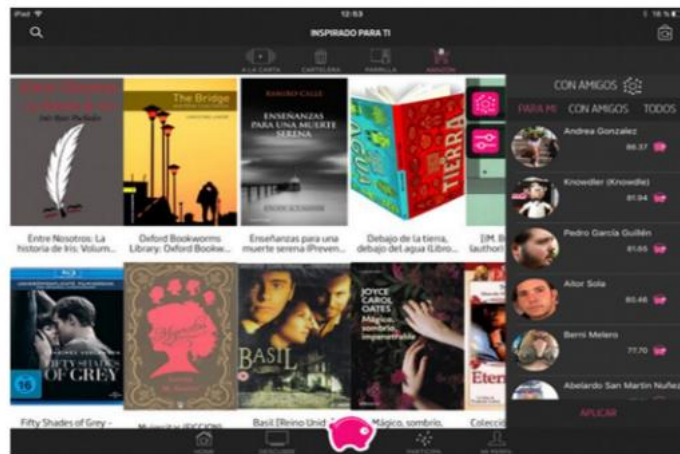
- Nace en 2011 con la ayuda del Plan Avanza del ministerio de Industria.
- Integra un algoritmo basado en inteligencia artificial colectiva que aprende del usuario y de su entorno.
- Cuenta con 150.000 usuarios y ya está disponible para iOS y Android.
- Ha cerrado recientemente una ronda de financiación de 550.000 euros y terminará el año con una facturación cercana a los 100.000 euros.
- Está preparando su desembarco a Estados Unidos.
- Tiene 12 empleados

esta ciencia. “Los límites los pone el ser humano. Nuestro motor elimina sugerencias que no son lícitas o que el usuario, simplemente, no quiere recibir”.

La inteligencia de Buaala lleva aprendiendo desde 2011, año en que nace la *startup*.

En este lustro, cuenta García, el sistema de la aplicación ha ido evolucionando a medida en que invertían cerca de tres millones de euros en I+D para llegar a lo que denomina “Inteligencia como Servicio”. Pero la innovación no se detiene ahí, “ahora nos planteamos introducir la agenda de Google e incluir metas y objetivos”.

La innovación de la aplicación, según cuenta el creador de la *startup*, no se detiene solo en el uso de la inteligencia artificial colectiva y el motor ético de propia creación. Otro factor diferencial es la inclusión de tecnología *blockchain* para certificar y explicar que el razonamiento que están llevando a cabo las inteligencias colectivas es el correcto. Además, le brinda una capa de seguridad añadida para un negocio que ‘juega’ con los datos personales de sus usuarios. “No hemos detectado competencia en el mercado que contenga estas tres innovaciones”, apostilla García. “Algunos se quedan en el *machine learning*, que es solo un trocito de la inteligencia artificial”. El experto reconoce que, a pesar



de los pasos que han dado, aún queda mucho camino por recorrer en lo que a esta ciencia respecta.

‘Revenue Share’ como modelo de negocio

Buaala quiere llegar a los 150.000 usuarios para finales de año y así, servir como trampolín a las otras dos aplicaciones que desde Knowlde Media Group están probando. La primera busca el puesto de trabajo adecuado para el usuario en función del equipo con el que trabajaría. La segunda, está enfocada a la moda. Son los mejores ejemplos para certificar el crecimiento de la

propia Buaala, que acabará el ejercicio con 100.000 euros de facturación. A pesar de ser gratuita, tanto para sistemas iOS como Android –donde acaba de aterrizar–, la aplicación se nutre del llamado *Revenue Share*. En su interfaz se han incluido más de 100.000 productos de Amazon que la plataforma recomienda a los usuarios, cómo no, en función de lo que sepa de ellos. Por cada venta gana entre un 4 y un 6% para una plantilla

que cuenta con 12 empleados.

Tras comprobar su buena salud, el próximo paso es desembarcar en Estados Unidos durante el próximo ejercicio. Este salto lo permitirá la ronda de inversión que acaba de cerrar por valor de 550.000 euros realizada por la vasca Ipartecnia. Sin embargo, García espera nuevas inyecciones que permitan expandir su negocio. Un negocio que empezó con fondos del Plan Avanza del ministerio de Industria y que sigue avanzando hacia el futuro porque, tal y como cuenta García, “aún nos quedan dos años muy fuertes de inversión en I+D”. **CW**