



José Luis Prieto Lacaci
Director General de Robopolis España



“Desde iRobot se apuesta por un hogar conectado real y sin barreras; con robots eminentemente prácticos, que hagan tareas específicas, que sean fáciles de usar gracias a su sencillez y con diferentes precios para adaptarse a todos los bolsillos...”

“El ‘must have’ de iRobot es el robot aspirador Roomba 980, el robot más potente, capaz de limpiar toda la casa y el que nos permite un mayor grado de control y personalización de la limpieza”, José Luis Prieto Lacaci, Director General de Robopolis España, comercializadora de los robots aspiradores iRoomba, explica en esta entrevista concedida a Protiendas, algunas de las principales novedades para este año.

Actualmente, ¿qué magnitudes tiene la multinacional europea en este momento? ¿Y en España?

En la actualidad, Robopolis comercializa más de 500.000 robots de limpieza para el hogar en los principales países europeos.

¿Qué es lo que hace diferente los productos de iRobot de los de otras empresas?

iRobot es líder en el mercado de robots aspiradores desde sus inicios. Esto ha llevado a apostar por la innovación y a seguir mejorando cada vez más, adaptando los robots a las necesidades de los diferentes tipos de hogares e incorporando las últimas tecnologías.

Por ejemplo, los nuevos modelos cuentan ya con conexión WiFi y, gracias a la app iRobot Home, los usuarios pueden controlar su dispositivo en cualquier momento y desde cualquier lugar, además de acceder a funciones adicionales. Con estos nuevos lanzamientos, Roomba 690 y Roomba 890, se amplían las ventajas de la conectividad a todas las series del robot aspirador que antes solo estaban disponibles para la gama más alta.

¿En un futuro cercano, qué tiene que ofrecer iRobot al mundo en materia de robótica para el hogar?

iRobot apuesta siempre por la innovación y desde hace años centra buena parte de sus esfuerzos en que la limpieza del suelo se integre en el hogar conectado. Por eso, nuestros robots aspiradores se integran cada vez más con el denominado Internet de las Cosas para que nosotros podamos ganar tiempo y comodidad.

Actualmente, en Estados Unidos todas los robots Roomba conectados por WiFi son compatibles con el asistente virtual Alexa de Amazon. Sólo hay que pedir a Alexa que ponga en marcha o pare el robot. Así de fácil.



Más allá de Roomba, ¿qué otro producto de iRobot considera que debe ser el siguiente “must have” en casa?

El “must have” de iRobot es el robot aspirador Roomba 980, el robot más potente, capaz de limpiar toda la casa y el que nos permite un mayor grado de control y personalización de la limpieza. Además, con la última actualización de la app iRobot Home puedes, no solo conectar la limpieza, sino supervisarla en detalle a través de un mapa de visualización.

El complemento perfecto es el robot mopa Braava. Roomba se encarga de aspirar y Braava es el robot mopa que friega después. De esta forma, el proceso de limpieza en el hogar se simplifica y nos permite disfrutar más de nuestro tiempo.

Diseño e Innovación (háblenos de ello)

El foco del diseño y la innovación en iRobot está siempre puesto en el consumidor. El objetivo



“iRobot apuesta siempre por la innovación y desde hace años centra buena parte de sus esfuerzos en que la limpieza del suelo se integre en el hogar conectado. Por eso, nuestros robots aspiradores se integran cada vez más con el denominado Internet de las Cosas para que nosotros podamos ganar tiempo y comodidad...”

es obtener una limpieza superior y autónoma, con un mínimo esfuerzo por parte del cliente. Es lo que sucede con Roomba serie 800 y serie 900, que gracias a su eficiente sistema de limpieza deja los suelos impecables y apenas requiere mantenimiento.

Por otro lado, iRobot ha sabido compaginar la venta por Internet con la venta física, una asignatura pendiente para muchos otros fabricantes. ¿Dónde reside el secreto para conseguirlo?

Adaptándonos a las necesidades de cada canal, tanto desde el punto de vista comercial como de marketing. Es de especial importancia el diseño de campañas 360 personalizadas según los diferentes canales, puesto que son completamente diferentes. En el canal tradicional el consumidor ve y toca el producto. En el virtual, no existe esta posibilidad, por lo que hay que buscar recursos que suplan esta situación.

¿Qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Robopolis para fomentar las ventas? Y, ¿qué hacen para fidelizar a los clientes?

La principal estrategia consiste en desarrollar campañas de Marketing 360 con medios eficaces. En el caso de la promoción, se trata



de ayudar a la distribución a ofrecer ofertas que hagan más accesibles nuestros robots a los consumidores.

Y, para fidelizar, no existe mejor sistema que el asegurarnos de que nuestros productos garanticen el mayor grado de satisfacción posible. Así, más del 90% de nuestros clientes, según nuestros últimos estudios, manifiesta estar satisfechos o muy satisfechos.

¿Cómo ve el futuro de la robótica en el hogar?

Desde iRobot se apuesta por un hogar conectado real y sin barreras; con robots eminentemente prácticos, que hagan tareas específicas, que sean fáciles de usar gracias a su sencillez y con diferentes precios para adaptarse a todos los bolsillos.

