

*Innovación.*

# KRON APUESTA POR LA ROBÓTICA

*La empresa especializada en brindar soluciones de seguridad, expande sus negocios hacia nuevos horizontes hacia otra área de servicio.*

*Ahora ofrece robots de servicio, tanto de limpieza como de delivery y publicidad.*

**C**on una trayectoria consolidada en soluciones de seguridad, la empresa argentina se expande hacia la robótica de servicio, con dos líneas de productos que prometen optimizar operaciones y mejorar la experiencia del cliente. Adrián Munin, director de Kron SA, y a Emanuel Ras, responsable de desarrollo de nuevos negocios, para conocer los detalles de los nuevos equipos que trae la empresa al país.

*Trade & Retail: Kron es una marca muy reconocida en el sector por sus sistemas de seguridad. ¿Por qué la decisión de incursionar en la robótica?*

**Adrián Munin:** Mirá, la innovación es algo que siempre buscamos en Kron. Como ya nos conocen por nuestra cartera de clientes, la idea es ir

introduciendo nuevos segmentos a través del servicio. La robótica viene creciendo a nivel global, sobre todo en Asia y Europa, en áreas como hotelería, supermercados y limpieza industrial. Vimos una gran oportunidad para el mercado local.

*T&R: ¿Cuáles son las líneas de productos que están trayendo al país?*

**Emanuel Ras:** Estamos trabajando con dos líneas principales de robots de servicio, producidos por Keenon Robotics. Por un lado, tenemos los robots de limpieza, que se adaptan a distintas superficies y tamaños de lugar, desde 500 hasta 6.000 metros cuadrados. Y por otro lado, están los robots de delivery y publicidad, que pueden llevar y traer productos o proyectar contenido de marketing en sus pantallas.



**T&R:** *¿Cómo se diferencian los robots de limpieza de un equipo de limpieza tradicional?*

**ER:** Estos robots son totalmente autónomos, lo que es una ventaja enorme. No vienen a reemplazar a la gente, sino a ser un complemento. La idea es que los robots se encarguen de tareas repetitivas, como barrer o fregar, liberando al personal para que se dedique a trabajos con más valor agregado, como acomodar góndolas o asistir a los clientes. Pueden trabajar de noche, por ejemplo, y con solo agua logran una limpieza profunda, como vimos en pruebas con distribuidores de alimentos para perros.

**T&R:** *Hablemos de los robots de servicio. ¿Qué tipo de beneficios ofrecen a las cadenas de retail?*

**ER:** El retorno de inversión es muy alto. El robot puede circular por los pasillos ofreciendo publicidad a los clientes, y el supermercado puede facturar por ese servicio a las marcas que quieran promocionarse. En un shopping de Tucumán, un robot entregaba muestras de productos mientras pasaba publicidad en su pantalla. Además, se pueden programar para que el cliente interactúe con ellos, y en el futuro, con el uso de inteligencia artificial como ChatGPT, podrían recomendar productos y hasta acompañar al cliente a la góndola.

**T&R:** *Adrián, ¿cuál es el modelo de negocio? ¿Se venden o se alquilan?*

**AM:** Nosotros los vamos a comercializar por venta, pero también ofrecemos la opción de alquilarlos. Nos adaptamos a las necesidades de cada cliente. La comercialización y el servicio técnico, que incluye capacitación y mantenimiento, lo hacemos con nuestra propia fuerza de venta, que cubre todo el país, desde Ushuaia.

**T&R:** *¿Tienen algún caso de éxito para compartir?*

**AM:** Sí, estamos trabajando muy bien en el segmento gastronómico. Los locales de Kansas usan dos tipos de robots de limpieza: uno para la cocina y otro para el salón. También estamos muy fuertes con las líneas de cadenas deportivas, donde los robots de delivery se usan como una herramienta de marketing, para interactuar con los chicos y hasta llevarles calzado.



**“ LA ROBÓTICA VIENE CRECIENDO A NIVEL GLOBAL, SOBRE TODO EN ASIA Y EUROPA, EN ÁREAS COMO HOTELERÍA, SUPERMERCADOS Y LIMPIEZA INDUSTRIAL”.**

**T&R:** *¿Cuál es el objetivo de Kron con esta nueva división?*

**AM:** Estamos haciendo una primera importación fuerte. Nuestro objetivo es apuntar a las grandes cadenas de supermercados, shoppings y patios de comida. Vemos que el mercado local, aunque un poco más lento que el europeo o asiático, se va a familiarizar rápido con esta tecnología. La robótica es el futuro, y tenemos grandes expectativas. 