vinetur

El 61% de los españoles coge cariño a sus robots aspiradores y los bautiza como Lola, Bicho o Manolito

miércoles 9 de abril de 2025

ESCRITO POR SHARKNINJA



- **Una encuesta de Shark revela que los robots aspiradores se han convertido en un miembro más de la familia en España, con un alto porcentaje de usuarios que les ponen nombre y desarrollan un vínculo emocional**
- **Los millennials y la generación Z son los que más acostumbran a nombrar a sus robots aspiradores**

Los robots aspiradores ya no son solo electrodomésticos, se consideran parte de la familia. La nueva encuesta de nombres de robots de Shark revela que las personas están desarrollando conexiones emocionales con sus robots aspiradores y más del 50% en Europa y Oriente Medio han puesto nombre a su compañero de limpieza.

El estudio de Shark, marca de tecnología para la limpieza del hogar reconocida en todo el mundo, muestra que las variaciones de Robert, como Bob, Rob y Robbie, son los apodos de robots aspiradores preferidos en Europa y Oriente Medio. Mientras, en España los nombres más populares son Bicho, Lola y Manolito.

Este fenómeno de nombrar a los robots aspiradores como se haría con una mascota está relacionado con la creciente tendencia de afecto y conexión emocional con la tecnología doméstica. Como muestra de que la conexión humana con la tecnología está floreciendo, entre los resultados del estudio destaca que el 44% de los encuestados españoles cree que los robots aspiradores tienen su propia personalidad y el 61% se ha encariñado con los dispositivos electrónicos a los que ha puesto nombre.

Además, el 62% de los propietarios de robots aspiradores en España afirma que poner nombre a su robot hace que sea más agradable de usar y el 79% dice que llamar por su nombre al robot añade sentido del humor a las tareas cotidianas.

La tendencia de poner nombre a los electrodomésticos, especialmente los robots aspiradores, es notable en Europa y Oriente Medio, donde se observa que es más popular entre las generaciones con mayor conocimiento tecnológico, de modo que el 60% de la generación Z pone nombre a su robot aspirador. En la misma línea, la mayoría de los millennials (70%) y de la generación Z (73%) dice que nombrar a su robot aspirador les hace sentir que este dispositivo es más único y personal.

Sobre la creciente conexión emocional que las personas están desarrollando con los robots, **Guy Laban, Investigador Asociado Postdoctoral en el Departamento de Ciencias de la Computación y Tecnología de la Universidad de Cambridge**, explica que "*me parece fascinante que este estudio anual de Shark destaque cómo las personas están adoptando la tecnología en sus hogares. En mi investigación, exploro cómo las interacciones entre humanos y robots pueden adquirir un significado emocional y formar significados afectivos. Hemos descubierto que, además de facilitarnos la vida, los robots pueden mejorar nuestro estado de ánimo; la gente se siente más reconfortada y menos sola en presencia de robots sociales. No me sorprende que la gente ponga nombres a sus robots aspiradores, ya que esto refuerza y personifica la conexión emocional que se forma cuando los robots, como los robots aspiradores, operan en espacios sociales o responden a señales sociales. Creo que esta*

tendencia será cada vez más común y que en los próximos años veremos a más personas adoptar compañeros robóticos en sus hogares".

Damian Woodward, Managing Director de SharkNinja en Europa, añade que "*los resultados de nuestra encuesta han demostrado en qué medida los consumidores están formando vínculos reales con nuestra tecnología. En este contexto seguiremos innovando en productos que satisfagan las necesidades de los consumidores. Queremos ayudar a fortalecer estas conexiones e integrarnos aún más en la vida cotidiana de los consumidores, a través de productos como el robot aspirador Shark PowerDetect. Será interesante seguir avanzando y comprobar si Robert, Bicho, Lola o Manolito siguen siendo los nombres más populares en 2026*".

También destaca que los robots aspiradores no son los únicos electrodomésticos a los que la gente está poniendo nombres, ya que, en toda Europa y Oriente Medio, el 14% ha nombrado a su portátil, cafetera e incluso a su lavadora.

La encuesta de nombres de robots de Shark tiene como objetivo comprender la relación en constante evolución del consumidor con la tecnología. La gama de robots aspiradores Shark Clean, que incluye la gama Shark PowerDetect NeverTouch 2-en-1 de Autovaciado, y la familia completa de productos PowerDetect, está disponible en la web de la marca y en los principales establecimientos.

S