



Mayo 2017 - ISSN: 1988-7833

LA ROBÓTICA EN EL SERVICIO HOTELERO. FUTURO INCIERTO DE LAS SOCIEDADES TURÍSTICAS DESHUMANIZADAS

Nohemy Josefina Moya,

Departamento de Tecnología de Servicios
Universidad Simón Bolívar, Venezuela.

nohemymoya@usb.ve

Magíster en Gerencia del turismo sostenible;

Doctorante en innovaciones educativas.

Profesora Dedicación Exclusiva.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Nohemy Josefina Moya (2017): "La robótica en el servicio hotelero. Futuro incierto de las sociedades turísticas deshumanizadas", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (abril-junio 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/02/robotica-hoteles.html>

RESUMEN: El presente artículo tiene por objetivo reflexionar sobre la relación existente entre los servicios hoteleros robotizados y la deshumanización de las sociedades turísticas. Metodológicamente se realiza un análisis en profundidad de la literatura del área estudiada: la robotización de los servicios hoteleros; es un estudio descriptivo apoyado en el análisis de contenido. Será un punto de partida para posteriores investigaciones que contribuyan positivamente al sector turístico-hotelero a partir de un análisis ajustado a lo que sucede en el cambiante y globalizado servicio hotelero. El fin es aprovechar la robótica como una oportunidad y evitar las amenazas, asegurar la calidad y calidez del servicio hotelero garantizando la sostenibilidad del sector y de los destinos turísticos.

Palabras Clave: Servicio - hotelería - robótica – deshumanización - sociedades - turismo.

ABSTRACT: This article aims to reflect on how robotized hotel services influence the dehumanization of tourist societies. Methodologically, an in-depth analysis of the literature of the studied area is carried out: robotization of hotel services; is a descriptive study supported by content analysis. It will be a starting point for further research that contributes positively to the tourist-hotel sector based on an analysis adjusted to what happens in the changing and globalized hotel service. The purpose is to take advantage of robotics as an opportunity and avoid threats, ensure the quality and warmth of the hotel service guaranteeing the sustainability of the sector and the tourist destinations.

Key Words: Service - hotel - robotics - dehumanization - societies - tourism.

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas hoteleras innovadoras de servicios turísticos, realizan un esfuerzo por ser más competitivas, en un sentido práctico se trata de incorporar tecnología e ideas asociadas a culturas y formas de organizar procesos productivos; estrategias y acciones de mercadeo con la finalidad de lograr los objetivos de la empresa y reposicionarse en un destino o un mercado más atractivo.

Diferenciación y valor añadido a través de la tecnología, son las señas de identidad de la industria hotelera que tiene que llegar. Agregan los gurús del “hotel de tercera generación”. Su objetivo, dicen, será crear espacios futuristas donde el cliente puede disfrutar de “sensaciones” y “experiencias” personalizadas que traspasan los límites de una estancia convencional (Talón, P., González, L., Figueroa, C. 2006). A través de un teléfono móvil los clientes envían cada segundo miles de informaciones sobre sus gustos personales que las empresas de marketing digital intentan captar, para luego ofrecerlas a los hoteles.

En este contexto, el huésped tendrá a disposición una amplia gama de facilidades que la industria va adoptando para brindarle experiencias satisfactorias y de una elevada calidad. A este respecto (Constantini, 2016) expone que, un cliente al acabar el día, su máxima aspiración será llegar al hotel y darse un baño caliente. Cuando entre en el hotel del futuro no necesitará llevar llave ni tarjeta. Simplemente con pasar el móvil por un dispositivo será suficiente para registrarse y en el suelo se activará una señal luminosa, que lo llevará a su habitación. Ahí respirará el aroma que habrá elegido, dormirá en la cama escogiendo la inclinación que prefiera, tendrá a disposición un abanico de películas, videojuegos e imágenes proyectadas en las multipantallas incrustadas en la pared. Podrá, además, ducharse escuchando su música preferida, y, al terminar, un secador corporal dispuesto en la pared del baño le dejará preparado para vestirse y cenar.

2. DESARROLLO

El uso de la tecnología, nos conduce hacia un futuro en el que la mayoría de nuestras compras de productos se hará por internet; acciones caracterizadas por la comunicación con máquinas. Así, el mesero que nos servirá la comida en cualquier local será un robot, los grandes supermercados serán sustituidos por sistemas de escaneado, las oficinas virtuales, los bancos on-line serán la alternativa y traerá consigo el cierre masivo de sucursales bancarias, las máquinas expendedoras de comida y bebida, incluso sistemas expertos que actúen como abogados en base a un conocimiento previo convenientemente procesado. Es un escenario que aunque parezca lejano ya ha cocido sus raíces en el surgimiento y evolución tecnológica del presente.

El desarrollo avasallante de la automatización nos ha llevado a un punto de inclinación único e indudablemente está generando un giro en la evolución de la especie humana. En el futuro no lejano, las personas que prosperarán serán aquellas que hayan sabido adaptarse al nuevo entorno tecnológico. ¿Qué pasará con las personas analfabetas digitales? ¿Será que nos aproximamos al tiempo en que tendremos comunidades humanas paralelas obsoletas? es decir ¿se verá el sistema obligado a clasificar a los humanos según sus habilidades tecnológicas? interrogantes que llaman a la reflexión

y a estar alertas a las exigencias que demanda el mundo globalizado e interconectado.

La digitalización y la robotización de millones de trabajos emergen como una tendencia inevitable. Este proceso ya ha cobrado múltiples víctimas, es decir, aquellas instituciones y organizaciones que no son capaces de adecuarse a las pautas del nuevo escenario tecnológico. Está latente la pérdida de muchos negocios y empleos que dejarán de ser útiles o necesarios; un ejemplo de esto, es el agente de viajes. Hoy día, se puede decidir y comprar desde la comodidad del hogar una opción de paquete turístico.

Con la ayuda de robots y la inteligencia computarizada se pueden hacer cosas que eran imposibles de realizar cincuenta años atrás. La propia automatización también va a generar demanda de nuevas profesiones-ocupaciones que no hubiésemos imaginado en el pasado. Es una apuesta segura pensar que el grueso de profesiones que existirán en el año 2050 dependerá en gran medida de automatizaciones y máquinas que no se han inventado todavía.

Dentro de este marco, las tendencias actuales sobretudo en tecnología para hoteles marcarán el rumbo en la planificación de las nuevas estrategias a implementar, y también influirán en el modo en que se gestiona una empresa hotelera en general. Los hoteles como toda otra empresa y subsector fundamental de la oferta turística necesitan adaptarse cuanto antes a estas tendencias, entre otras cosas porque los clientes ya esperan que su hotel les pueda ofrecer estos servicios. Para las empresas hoteleras en la actualidad ya no es una novedad la importancia que tiene el hecho de saber adaptarse fácil y rápidamente a los avances tecnológicos, el que además, debe tratar de obtener el mayor provecho o beneficio posible de todos ellos.

En el sector hotelero la mejor manera de destacar y estar un paso por delante de la competencia, en estos tiempos tan difíciles y competitivos, es a través de la incorporación de avances tecnológicos y ofrecer servicios adecuados a los nuevos estándares de vida que existen en la actualidad. En relación a la hotelería (Briceño, 2000: 272), la define como un producto intangible (servicio), que se resume en personas atendiendo a otras personas, y sea cual sea la categoría de hotel, la excelente atención proporcionada a otros seres humanos depende en gran parte de la calidad del servicio prestado, y a su vez, la permanencia, retorno y recomendación del visitante.

Cabe considerar que un factor motivador de estados satisfactorios en el servicio turístico-hotelero es el elemento innovador. La innovación es de interés en cualquier campo profesional o disciplina científica, y contradice esa parte de la condición humana que tanto teme a lo desconocido. Una de las definiciones de innovación es la expuesta en el manual de Oslo, citado por (Fernández, 2013: 12) “implementación de un producto nuevo o mejorado significativamente, o un proceso nuevo, un nuevo método de marketing, o un método nuevo de organización en las prácticas de negocio, en la organización del sitio de trabajo o en las relaciones externas”.

La innovación en los servicios hoteleros es una actividad estratégica de competitividad que permite a las empresas posicionarse en un mercado cambiante y expansivo como es el turístico. Por su parte, el turismo sostenible es una estrategia que promueve el desarrollo de comunidades con riquezas paisajistas, culturales y ambientales. A este respecto, (Meyer, 2002: 58) afirma que “promueve procesos de autogestión,

planeación participativa, valoración cultural del colectivo y sentido de pertenencia individual, todo ello en pro del desarrollo social y económico de la comunidad”.

El conocimiento de estos elementos y de su relación con la competitividad global y turística de las organizaciones y territorios, es esencial para el diseño de estrategias integradas y sostenibles de desarrollo tecnológico. Tanto público como privado que contribuyan en servicios hoteleros innovadores y globalizados para turistas que cada vez son más conscientes del impacto global del turismo y de sus viajes. A través del intercambio cultural de los viajeros y usuarios de hoteles, los hace valorar positivamente las buenas prácticas ambientales y la gestión sostenible de los recursos. La legislación y la demanda social exige a las empresas turísticas ser más responsables con el entorno. De esta manera, la reducción de costos y la mayor eficiencia en el consumo de recursos es fundamental para la competitividad de la empresa hotelera y una gran oportunidad de ser valoradas por los potenciales turistas, concienciados hacia los servicios turísticos sostenibles.

2.1 Influencia de la tecnología en el servicio hotelero del futuro

El desarrollo tecnológico, desde el hacha de sílex hasta la medicina atómica, no ha sido más que el aprovechamiento de los elementos naturales disponibles para servirse de ellos en su propio beneficio (Gurria, 1995: 22). Gran parte del desarrollo tecnológico de la industria hotelera está en la comunicación, ya que las computadoras de gran velocidad ofrecen oportunidades que antes no eran posibles o no estaban disponibles. Así, una intercomunicación de la recepción con el sistema de habitaciones, permite un mejor control sobre las vacantes, dando como resultado un servicio más rápido para revenderlas, una vez que se han liquidado.

Gracias a la tecnología los sistemas telefónicos permiten a los huéspedes hacer sus propias llamadas de larga distancia al igual que las llamadas locales. Dichos servicios, como el de despertador, también se han automatizado; sin embargo, los hoteles seguirán necesitando por lo menos un operador para ayuda del huésped, mientras que los hoteles con mucho personal, como los telefonistas, desaparecerán gradualmente.

En este orden de ideas, las instalaciones recreativas se están expandiendo de acuerdo con la demanda del público de mente sana, los restaurantes, bares y salones de coctel disminuirán. La tendencia por el autoservicio en las áreas de alimentos aumentará debido a la gran demanda y uso de las máquinas vendedoras. También el uso de máquinas que les permitan hacer su propio lavado se expandirá aún más (Gray, 2007: 391). Asimismo, el diseño y equipamiento de los nuevos edificios incorporará técnicas de ahorro de costos y habrá un gran predominio en el uso de la construcción modular, mediante la cual los módulos de las habitaciones se construyen para varios hoteles en un lugar fuera de las instalaciones y después se transportan al hotel para ensamblarlos y terminarlos.

En un futuro no muy lejano, el huésped tendrá a su disposición un robot mayordomo que, además, podrá permanecer en la habitación durante toda la estancia del cliente y ser programado para realizar el servicio de habitación, paneles LCD instalados en el techo que muestren el camino a las habitaciones a sus huéspedes, cama convertible en superficie de trabajo o en panel elevado hasta el techo, sábanas autolimpiables

que se pueden ajustar en cuanto a firmeza y temperatura. También, se contará con cuartos de baño que motorizan la salud y spas que a través del análisis del ADN del huésped dará el tratamiento idóneo según diagnóstico. Las nanofibras de las alfombras evitarán el ruido y la suciedad. Habitaciones escaparates: que consistirán en la posibilidad de probarlas y posteriormente, comprar los objetos incluidos en ellas. Fotos en 3D de las habitaciones y comentarios de los clientes anteriores (Talón, P., González, L., Figueroa, C. 2006).

2.2 El servicio robotizado carente de relaciones humanizadas

Deshumanización es un concepto utilizado con cierta frecuencia en cuestiones relacionadas con las ciencias sociales y políticas. El término deshumanización define un proceso mediante el cual una persona o un grupo de personas pierden o son despojados de sus características humanas. Los procesos de deshumanización, de valoración ética habitualmente negativa, remiten inmediatamente a la noción de humanismo como contracara éticamente positiva.

Dentro de este marco, la teoría de las relaciones humanas de George Elton Mayo (1880-1949) promueve una verdadera revolución conceptual en la teoría administrativa: si antes el énfasis se hacía en la tarea por parte de la administración científica y en la estructura organizacional por parte de la teoría clásica de la administración, ahora se hace en las personas que trabajan o participan en las organizaciones. En el enfoque humanístico, la preocupación por la máquina y el método de trabajo; por la organización formal y los principios de administración aplicables a los aspectos organizacionales, ceden la prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos.

Es por ello, que el miedo de ser reemplazado por una máquina comienza con la consolidación de las industrias, a principios del siglo XIX, cuando los trabajadores se organizaron para acabar con las máquinas, consideradas responsables de los despidos y malos salarios. Este miedo a la tecnología se incrementa con su progreso y desarrollo de la inteligencia artificial. Según (De Santis, 2014) en su estudio titulado: *Humanos vs robots: qué nos depara el futuro* estima que para 2025 muchos de los empleos actuales serán ocupados por robots, pero ¿Podrá el robot sustituir la capacidad humana? el impacto que tendrá en la sociedad ha generado opiniones bien distintas. En el mencionado estudio también se concluye que la mitad de las personas encuestadas considera que las máquinas acapararán la mayoría de los trabajos para 2025, y no sólo los manuales; mientras que la otra mitad cree que los robots ayudarán a crear más empleos de los que quitará.

La robótica ofrece múltiples posibilidades para sorprender al cliente, crear experiencias únicas, para optimizar procesos y tareas relacionadas con la gestión de huéspedes. Para (Talón, P., González, L., Figueroa, C. 2006) Las ventajas de trabajar con robots sería, no tener que manejar los problemas de puntualidad, mediocridad, responsabilidad, gestos de inconformidad y reclamos por parte del personal. Pero por otro lado está el identificar necesidades del huésped cuando requiere una pastilla porque se siente indispuesto, dominar varios idiomas y responder preguntas cuando el visitante requiere llegar a un lugar específico. Las desventajas estarían en el nivel de comunicación que se puede tener, entre el cliente y el prestador del servicio que debe

identificar las exigencias para poder ir más allá de lo que requiere el cliente. En relación a las desventajas descritas, valdría la pena preguntarse si en un futuro los avances tecnológicos apoyados en la robótica, podrán sustituir la calidez humana en el servicio o ¿Podrá un robot expresar una emoción de asombro hacia el huésped?

3. A MODO DE CONCLUSIÓN

El avance tecnológico no se puede detener porque pertenece al propio progreso de la humanidad. La capacidad del hombre, con las herramientas que la tecnología moderna ha puesto en sus manos, le ha permitido crear un mundo confortable e innovador; mal podría verse una situación en la que él, se convirtiese en instrumento de su propia evolución. Los cambios son constantes en los gustos y preferencias de los clientes. Más aún, si se trata de un servicio de hospedaje; es por eso, que los gerentes hoteleros deben estar atentos a los requerimientos del cliente. Ya que al tener una base de datos que permita identificar las sugerencias de los mismos, permitirá establecer los parámetros que se deben cumplir para satisfacer sus necesidades.

Es cierto que el uso de la tecnología ha traspasado fronteras, sin embargo, a veces su mal empleo ha acarreado costos elevados y por ende, el desperdicio de los recursos. Estas razones han afectado notoriamente la productividad del entorno interno como externo de los hoteles. Es imperativo para todas las empresas de servicios mantenerse actualizadas tecnológicamente. De esta manera, el uso de software y equipos tecnológicos como: tarjetas de acceso y sistemas de seguridad optimizan la calidad en el servicio hotelero, implicando una mejor atención basada en un servicio personalizado que garantiza la rapidez y eficiencia, logrando que el cliente este satisfecho.

Los hoteles más exitosos serán aquellos, que logren gestionar el avance tecnológico conjuntamente con el recurso humano, para garantizar el servicio rápido y eficiente que brinda el robot; pero con la calidez insustituible que ofrece la persona. Este equilibrio entre hombre y máquina serán la mejor garantía para seguir respondiendo a las necesidades y preferencias del cliente.

El futuro de la industria hotelera, como muchas otras empresas en nuestra cambiante sociedad, tendrá su porción de problemas en los próximos años, que con esfuerzo, cooperación y disponibilidad para adaptarse a los avances tecnológicos, seguirá manteniendo su sitio de honor como sub sector indispensable en el desarrollo de la actividad turística.

4. BIBLIOGRAFÍA

Briceño, F. (2000): Turismo 2020. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.

Constantini, L. (2016): Así será el hotel del futuro. Disponible en:
http://economia.elpais.com/economia/2016/01/22/actualidad/1453485255_004264.
Consultado en 22 de febrero de 2017

De Santis, A. (2014): Humanos vs robots: qué nos depara el futuro. Disponible en:
<http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2014/12/15/1116945/humanos-vs-robots-depara-futuro.pdf>. Consultado en 25 de enero de 2017

Fernández, A. (2013): La ética de Max Scheler. Documento en línea.

Disponible en: https://prezi.com/9gj_tn9yzgmn/la-etica-de-max-scheler/. Consultado en 25 de enero de 2017

Gray, W. (2007): Hoteles y Moteles. Administración y funcionamiento. Editorial Trillas. México.

Gurria, M. (1995): Ética profesional. El turismo como ejemplo. Universidad Externado de Colombia. Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Meyer, D. (2002): Turismo y Desarrollo Sostenible. Universidad Externado de Colombia. Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Talón, P., González, L., Figueroa, C. (2006): La nueva realidad del sector Hotelero Español, España. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2524926.pdf>. Consultado el 17 de febrero de 2017.