

¿Robot o recepcionista?: Chatbots hoteleros ganan terreno, pero aún no aprenden a sonreír

Una reciente **investigación** de la **Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)** revela que, si bien estos asistentes virtuales son bien recibidos, aún enfrentan críticas por su escasa capacidad emocional, especialmente en Europa.

El estudio analizó 154 reseñas sobre el Asksuite Hotel Chatbot en la plataforma Hotel Tech Review: 53 provenientes de hoteles europeos y 101 de hoteles sudamericanos.

El Asksuite es un sistema de IA diseñado para mejorar la experiencia del huésped y optimizar el proceso de reservas. Aunque muchos gerentes valoran su eficiencia, también notan sus carencias.

Tanto en Europa como en Sudamérica, los puntos fuertes son claros: asistencia multilingüe, rapidez de respuesta y eficiencia operativa. En ambas regiones el sentimiento fue positivo, con 0,735 en Europa y 0,698 en Sudamérica.

Pero la historia cambia cuando se trata de aspectos más humanos, como detectar sarcasmo, ser creativo o manejar emociones. Aquí, los números caen y las críticas aumentan, sobre todo en Europa.

Por ejemplo, en la categoría **“detección de sarcasmo”**, el sentimiento fue de -0,229 en Europa y -0,212 en Sudamérica. En **“creatividad”** y **“manejo de emociones”**, los europeos puntuaron con -0,199 y -0,136, respectivamente, frente a -0,175 y -0,121 de los sudamericanos.



Los chatbots con IA han avanzado en la atención hotelera, pero aún no pueden reemplazar el trato cálido y humano que brindan las personas.

LEA TAMBIÉN: Transformación digital de la banca en el Perú: avances y retos

Las diferencias pueden parecer sutiles, pero reflejan una actitud más exigente hacia la tecnología en el viejo continente.

El equipo de investigadoras –integrado por Diana Garayar, Samantha Ciriaco, Mónica Regalado y Nancy Guillén– concluye que la percepción de los chatbots varía según la región.

Mientras los sudamericanos parecen más optimistas, los europeos esperan algo más que eficiencia: buscan empatía, comprensión y una pizca de humanidad en la atención al

cliente.

El mensaje es claro: si los chatbots quieren seguir creciendo en el mundo hotelero, necesitan más que algoritmos veloces. Deben empezar a entender las sutilezas del lenguaje, las emociones y, por qué no, aprender a “sonreír” con las palabras.

LEA MÁS:

Las mejores herramientas digitales para emprendedores

El futuro de la inteligencia artificial en la medicina y la salud

10 usos de la inteligencia artificial que facilitan la vida diaria