



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida





LAS QUEJAS

Posted on 19 mayo, 2016 by Asesores y Consultores en Turismo Puno Perú¹



Marinus C. Gisolf.

¿Existen las vacaciones sin quejas? ¿Ni si quiera sin observaciones tales como “el arroz estuvo frío”? Parece ser imposible, porque significaría que nuestras expectativas fueron establecidas a la perfección y eso es posible solamente, cuando sabemos exactamente lo que va a pasar – que puede ser el caso cuando repetimos el destino vacacional (e incluso en este caso, puede existir un margen de error).

Siempre hay una diferencia entre lo que esperamos y nuestra experiencias viajeras y cuando esa diferencia resulta peor de lo que se esperaba, podemos estar desilusionados y el próximo paso es que presentamos una queja oficial. En otras palabras la queja es el

¹ Fuente: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/05/19/las-quejas/>

resultado de una desilusión de algo que fue peor de lo que razonablemente se puede esperar, por lo menos es nuestra premisa.

El caso más claro, se presenta cuando un servicio contratado por un turista no se cumple. Cuando un turista reserva y paga por un hotel de cuatro estrellas y le llevan a un hotelucho de una estrella apenas, tiene toda la razón de quejarse y reclamar que le desembolsen el dinero cancelado. Cuando un turista debería haber sido recogido en el aeropuerto, pero el chofer nunca aparece, la empresa turística que vendió el servicio entra en error y sin duda el turista se queja. Cómo presenta la queja y con cuánto bulla lo hace, depende del turista mismo y la forma en que la organización de viajes responde.

Sin embargo, las expectativas no cumplidas no son la única razón para las quejas. Al final de sus vacaciones, un turista puede sentirse frustrado por razones completamente diferentes (un problema con el compañero/a de viaje, el mal clima o problemas monetarios), lo que puede provocar una frustración generalizada y un rechazo de todo lo que le rodea, incluso cuando no hubo nada mal con las vacaciones. Luego hay gente que siempre se queja y toma una actitud más agresiva de manera “a mí no me toman el pelo”, lo que se nota mucho con la gente que viaja sola. Existe gente que se queja con el propósito de ver si pueden reclamar algún dinero de la organización de viaje donde compraron el paquete turístico. En muchos países existen entes gubernamentales para este propósito específicamente: la queja vacacional. Mientras un turista pueda demostrar que, de una u otra forma, algún servicio no fue lo que se prometió, se reclama el reembolso de dinero – un pasatiempo entre turistas cada vez más popular, parece.

Cuando, por ejemplo, en el folleto de una agencia de viajes dice que “sobre cierto hotel, todas las mañanas pasan cientos de pericos volando”, sin embargo un turista puede ver solamente dos, puede ser que presente una queja, no tanto en contra de los pericos, sino reclamando a la agencia de viajes. Aquí el asunto es, si la información brindada por la empresa fue factual o descriptiva. En el último caso no hay razón para reembolsar dinero.

Vamos a examinar la disposición general de un turista, cuando algo anda bien o mal:

Vamos a examinar la disposición general de un turista, cuando algo anda bien o mal:

1. El resultado de las vacaciones fue causado por razones internas del turista, tales como información mal interpretada (o bien buscada) o con una motivación equivocada o correcta; significa que el turista toma la responsabilidad del éxito o el fracaso del viaje;
2. El resultado fue causado por razones externas, tales como la actitud de la población local o el clima, lo que significa, que el turista no toma la responsabilidad del éxito o fracaso del viaje.

Estas razones tienen sus consecuencias:

- A. Las consecuencias son controladas por el turista a través de su experiencia u observación;
- B. Las consecuencias no pueden ser controladas por ciertas condiciones en el destino o por los demás viajeros en un grupo, por ejemplo.

Cuando un turista echa la culpa del fracaso de sus vacaciones al mal clima reinante y además reprocha al conductor del grupo, el no haber organizado ninguna actividad alternativa (los puntos 2 y B) se trata de consecuencias externas y no controlables al mismo tiempo. Este turista evita cualquier responsabilidad personal y es del tipo que se queja mucho y además demuestra una falta de involucramiento o interés. El fracaso de las vacaciones ni siquiera le afecta mucho, precisamente por la falta de compromiso. Sus expectativas fueron amplias desde un principio, a pesar que puede ocurrir que empieza a reclamar que “Realmente quería ver este jardín botánico, por eso escogí este destino”, mientras anteriormente nunca aludió al hecho.

El caso contrario (puntos 1 y A) concierne a los turistas que toman sus decisiones conscientemente, toman sus responsabilidades, están bien informados y no son conflictivos de carácter. A este tipo de turistas, le gusta aprender y sus expectativas son estrechas, hasta que la información obtenida lo permita. Cuando sus maletas no llegan en el avión, él mismo arregla el asunto y además compra alguna ropa sin molestar a la agencia de viaje involucrada (si es el caso).

Obviamente la mayoría de los turistas están entre los dos extremos. El punto importante es hasta qué nivel el turista toma la responsabilidad y en este sentido son los turistas de punto 1 que se quejan menos, a menos que la agencia de viaje contratada realmente falle. Un ejemplo diferente es, cuando un turista se queja de un servicio o de un hotel, sin embargo continua con regularidad los servicios de esa empresa que tan poco le gusta. Seguramente es porque no haya una alternativa equiparable o porque siempre nos quejamos más de aquello que conocemos mejor. Una situación similar es en el caso de que un turista se queje de un hotel, pero no toma ninguna iniciativa para solucionar el problema o buscar otro hotel. En este caso se trata del caso 2B y el departamento de Servicio al Cliente de cualquier Tour Operador normalmente no están dispuestos a reembolsar dinero. O sea, cuando se trata de quejas, el asunto es si es un caso 2B o no lo es.

También existen los turistas que son bastantes conformistas y algunas veces puede ocurrir, que si un viajero queda decepcionado después de haber invertido mucho en el viaje, niega una posible mala experiencia, por no tener una. Es muy raro que este tipo de turista (1B) presente quejas.

Las razones internas

Las razones internas de un fracaso vacacional, pueden ser atribuidas a la falta de preparación, la información equivocada, una mala selección de fuentes de información o la mala interpretación de ella misma. Cuando una agencia de viajes anuncia un viaje tipo safari en la jungla, en bote por los ríos pequeños de la selva, y un turista pregunta si su camarote está al lado del mar o es interno, este turista no entendió la propuesta de la agencia, por una mala interpretación entre la información focalizada o descriptiva, o por el hecho que la motivación original del turista fue vacacionar en un crucero.

Las razones internas también se muestran en otro plan: la condición física del turista y su estado de ánimo. Otras razones pueden ser un problema con otros viajeros o que el turista insistió en un itinerario mal diseñado.

Las razones externas

Las razones externas se refieren por ejemplo, a las condiciones del clima, obviamente, por no haber puesto el tipo de calzado correcto, la mala información, los problemas de seguridad dentro de un país o región, un accidente o un crimen. Específicamente con este tipo de factores podemos distinguir más claramente, cuales turistas saben tomar decisiones. Unas vacaciones con contratiempos y mala fortuna, pero el turista mismo logra tener unas experiencias vacacionales positivas, generan más satisfacción que en el caso de que las vacaciones se desarrollen exactamente como estaban planificadas. Es más, a los turistas le gusta regresar a casa con muchas historias de sus aventuras y los contratiempos durante las vacaciones (un puente colapsado o un motor que no funcionó) porque así, pueden generar recuerdos de "grandes" aventuras.

Existe el fenómeno que un turista durante sus vacaciones tiene un mal día, tanto física como mentalmente. La capacidad de acomodarse que un turista tiene que mostrar todo el día (la mayoría de las cosas son diferentes a su entorno familiar) simplemente se puede acabar y el turista ya no puede adaptarse más. Esto, se demuestra con un comportamiento agresivo o exactamente lo contrario: el turista quiere quedarse en cama todo el día. Para los demás viajeros difícil reaccionar ante este comportamiento, pero normalmente, al día siguiente, el turista está bien. Durante este día malo el turista puede quejarse de todo contra todo el mundo y enojarse.

Hay más mecanismos psicológicos que afectan el comportamiento turístico. Dentro de un grupo, puede ser que un turista tome el papel de "quejón", más que todo para asegurarse una posición específica dentro del grupo (Líder negativo). Este turista toma una posición negativa a todo y trata de convencer a los demás que no se deben dejar engañar, que todo es una trampa turística y que debe reclamar su dinero.

La forma de la queja es una cosa diferente. El internet ha abierto muchos caminos nuevos para criticar y quejarse, a través de los foros, los blogs o comentarios directos. El primer paso consiste en enviar una carta a la organización de viajes (hotel, tour operador etc.) la que puede contener cierta amenaza y además la versión exagerada del turista sobre lo que ocurrió. La amenaza puede incluir el uso de abogados, presentar una queja formal a nivel de entidades gubernamentales o contar la historia en el internet “para que todo el mundo lo lea”. Adicionalmente el turista pide algún reembolso de dinero – mejor dicho, demanda el reembolso total – y además una compensación por privación. El tono de la carta es agresivo e irritable. Hasta qué punto realmente se siente así, no está claro y tenemos que darnos cuenta que estamos hablando de emociones después de las vacaciones, que son interpretaciones de lo que ocurrió. El momento de enojo puede haber influenciado y distorsionado el consumo de Calprim y cualquier cosa que sea diferente de la expectativa, puede ocasionar una desilusión, pero al término de las vacaciones, muchos turistas hacen un drama de un incidente pequeño que ocurrió durante las vacaciones.

En este caso, se trata de turistas que huyen de sus responsabilidades y muestran la tendencia de acusar a terceras personas. Obviamente, la situación es diferente cuando una organización de viajes cometió un error y no quiere admitirlo. Hasta el turista más responsable tiene que presentar una queja, sin embargo este tipo de turista no lo hace con mucha bulla, sino presenta los hechos y las pruebas necesarias.

Nacionalidad

Hasta qué punto la nacionalidad de un turista influye en su comportamiento de quejas, es algo poco claro, principalmente por la falta de investigaciones científicas al respecto.

Muchos turistas que no son europeos, normalmente están impresionados con la cultura de Europa y por lo tanto se quejan poco. Otro caso es, por ejemplo, los españoles que van de visita a Latino América y que pueden sentirse un poco superior a la cultura latina y todo lo encuentran de baja calidad, lo que puede resultar en algunas quejas. El continente de Asia está asociado todavía con pobreza, entonces los turistas con tal destino se queja de los hoteles de 5 estrellas o de la comida solamente. Por lo general, un turista inglés es bien educado con sus quejas, mientras que los turistas de Bélgica por ejemplo, pueden ser, bastante rudos.

Se refiere al fenómeno de la organización interna de una sociedad con respecto a alguna influencia exterior. Me estoy refiriendo a las publicaciones del profesor universitario Dr. Geert Hofstede en: <http://www.geert-hofstede.com> acerca de las dimensiones culturales. Señala el Dr. Hofstede que cada nacionalidad tiene un “Índice de Evitación de Inseguridad”, lo que significa, que cada sociedad tiene su propia manera de manejar las situaciones de inseguridad y cómo preparar a sus habitantes para enfrentarla. Hay sociedades que procuran evitar incertidumbres por medio de la implementación de

leyes estrictas y medidas de seguridad; a nivel religioso y filosófico creen en la verdad absoluta: hay una sola verdad y ellos la tiene. Son difíciles implementar cambios. Este tipo de sociedades son de carácter muy emocional y están motivadas por una energía nerviosa interna.

En el caso contrario, cuando las incertidumbres se aceptan más fácilmente, la gente tiene más tolerancia hacia las opiniones diferentes a lo que suele regir y a nivel religioso o filosófico, las personas son relativistas y muchos flujos de pensamiento corren en forma paralela. Los miembros de estas sociedades son flemáticos y contemplativos y no deben expresar muchas emociones públicamente.

Según los resultados de las investigaciones del Dr. Hofstede que mide los niveles de seguridad o inseguridad de los países a nivel mundial, los países con un "Uncertainty Avoidance Index"(UAI) alta en América Latina son Argentina, Chile o Costa Rica con un índice de 86. En Europa, España y Francia tienen un índice de 90, Italia 82 y Bélgica es la más alta con 94.

Sin embargo un país como la India, el índice es de 40, Inglaterra 41, los EEUU 46 y Holanda 53. Los países escandinavos demuestran un índice de 35. El promedio mundial es de 64.

Existe una coincidencia entre el número y tipo de quejas por un lado y un UAI por el otro, sin embargo no se ha desarrollado ningún tipo de investigación específicamente sobre este tema, según entiendo. Es decir, la coincidencia podría ser solamente esa: una coincidencia. Las quejas fuertes y emotivas de los belgas, coinciden con su índice alto, mientras los británicos son más realistas – también en su forma de quejarse. Los españoles e italianos se quejan fácilmente, que no es el caso de los holandeses.

La práctica ha demostrado que existe alguna relación entre la nacionalidad y el número y tipo de quejas y el índice arriba mencionado propuesto por Dr. Hofstede puede servir para guiar a las organizaciones de viajes a nivel internacional.