

OBSTÁCULOS AL RECLAMO

El comportamiento particular de los turistas ante los reclamos

Erdogan Ekiz
Universidad I-Shou
Kaohsiung County, Taiwan

Comparativamente, el turismo es una nueva disciplina con una literatura propia que data de poco menos de 4 décadas de publicaciones. Algunos de los primeros estudiosos del tema provienen de otras disciplinas más arraigadas, lo que hace que se utilicen esos entornos para explicar el fenómeno turístico. Esta situación permite explicar por qué muchos estudiosos utilizan directamente las teorías de comportamiento del consumidor sin considerar las características únicas de la industria turística, y su comportamiento ante los reclamos no es una excepción. Este trabajo intenta (i) revisar cómo las características particulares de la industria modelan el reclamo de los consumidores y (ii) encontrar posibles obstáculos a la queja de los turistas. El resultado de una profunda revisión a la literatura permite enumerar cinco (5) construcciones (tiempo, participación/vinculación, comunicación, familiaridad y espíritu vacacional) que diferencia al turista del consumidor en general. Así entonces, a continuación de los hallazgos más relevantes de la literatura se pone a continuación de definiciones de las principales conclusiones de la literatura se exponen las definiciones de estas construcciones y se presentan las implicancias tanto para la academia como para la industria.

PALABRAS CLAVES: Características del turismo, turista, comportamiento ante la queja, obstáculos