

Impacto del servicio al cliente bilingüe en la satisfacción de turista extranjeros en Panamá

Autores:

Castillo, Daibelys

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Turismo Bilingüe
daibelyscastillo00@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-0052-9184>

Hidalgo, Maria

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Turismo Bilingüe
hidalgomariasofiaa@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-8310-4797>

Padilla, Maryuri

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Turismo Bilingüe
padillamaryuri@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-8198-1741>

Docente Asesor:

Acevedo, Eliana

Universidad UMECIT, Panamá
Asignatura: Metodología de la Investigación
eliacvdo4@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-8004-6426>

Docente Asesor:

Herrera, Belgica

Universidad UMECIT Panamá
Asignatura: Teoría Turística
euraniavergara@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-8004-6426>

Sede: Panamá

DOI: 10.37594/sc.v1i7.1762

Resumen

En el contexto del creciente flujo de turistas internacionales hacia Panamá, se han identificado barreras lingüísticas que dificultan la atención al cliente en los establecimientos turísticos, lo cual incide negativamente en la calidad del servicio y en la experiencia del visitante. El objetivo general de este estudio es analizar el impacto del bilingüismo en la atención al cliente y la comunicación con los visitantes extranjeros en Panamá. La investigación, de enfoque cualitativo, diseño documental y nivel descriptivo, se enmarca dentro de la línea de investigación “Educación y Sociedad” de la Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología (UMECIT), y utiliza como unidad de análisis al personal de atención al cliente en hoteles, restaurantes y agencias de viajes de la Ciudad de Panamá. La recolección de datos se llevó a cabo mediante análisis documental de fuentes académicas y estadísticas, entre ellas el English Proficiency Index (Education First, 2018), el cual posiciona a Panamá en el puesto 58 de 98 países evaluados, lo que evidencia un bajo dominio del idioma inglés. Este hallazgo, junto con el análisis de contenido cualitativo, permitió identificar una

correlación directa entre atención bilingüe y satisfacción del turista. Se concluye que las barreras idiomáticas afectan principalmente los procesos de reserva y resolución de problemas, mientras que la atención en inglés o en la lengua materna del visitante mejora notablemente su percepción del servicio. Por tanto, se propone implementar programas de capacitación lingüística en inglés técnico y operativo, reforzados durante las temporadas altas, así como establecer alianzas entre instituciones turísticas y centros de enseñanza de idiomas, como estrategia clave para aumentar la competitividad del sector turístico panameño.

Palabras clave: Bilingüismo, Atención al Cliente, Turismo, Barreras Lingüísticas, Panamá

Impact of bilingual customer service on the satisfaction of foreign tourists in Panama

Abstract

In the context of the increasing influx of international tourists to Panama, language barriers have been identified that hinder customer service in tourism establishments, negatively affecting both service quality and the visitor experience. The general objective of this study is to analyze the impact of bilingualism on customer service and communication with foreign visitors in Panama. This research, based on a qualitative approach, documentary design, and descriptive level, falls within the “Education and Society” research line of the Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología (UMECIT). The unit of analysis is composed of customer service staff working in hotels, restaurants, and travel agencies in Panama City. Data collection was carried out through documentary analysis of academic and statistical sources, including the English Proficiency Index (Education First, 2018), which ranked Panama 58th out of 98 evaluated countries, highlighting the nation’s low level of English proficiency. This finding, combined with qualitative content analysis, revealed a direct correlation between bilingual customer service and tourist satisfaction. It is concluded that language barriers primarily affect reservation processes and problem resolution, while service provided in English or the visitor’s native language significantly enhances their perception of service quality. Therefore, it is proposed to implement language training programs focused on technical and operational English, especially during peak tourist seasons, and to establish partnerships between tourism institutions and language education centers. These strategies are considered essential for enhancing the competitiveness of Panama’s tourism sector.

Keywords: Bilingualism, Customer Service, Tourism, Language Barriers, Panama.

1. INTRODUCCIÓN

Justificación

Panamá es un país con un alto número de turistas extranjeros de diversas nacionalidades que hablan idiomas diferentes. (Katuska, 2024) La Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), citado por el diario La Prensa (2024), publicó un reporte que destaca “*que los españoles, seguidos de alemanes, italianos y holandeses, son las nacionalidades de los viajeros más frecuentes hacia Panamá en los primeros cinco meses de este 2024*”. Debido a la diversidad de estos turistas de todo el mundo, la comunicación multilingüe se ha vuelto más necesaria que nunca dentro de Panamá. Sin embargo, la falta de competencias en idiomas obstaculiza la comunicación y deja en riesgo la satisfacción del cliente, lo que limita potencialmente el desarrollo del turismo en el país.

Además, se espera que la investigación contribuya a la creación de estándares de calidad en el servicio al cliente bilingüe, reforzando así la lealtad y reputación de los establecimientos turísticos en Panamá; por lo que la investigación va dirigida a la línea de investigación “*educación y sociedad*” de la UMECIT. Con ello se identificarán las necesidades de capacitación del personal, lo que facilitará el desarrollo de programas específicos y efectivos. Finalmente, esta investigación ofrecerá información sobre los idiomas predominantes a los profesionales de turismo, ratificando el bilingüismo como una ventaja competitiva esencial en el sector turístico de Panamá.

Descripción de la temática o problema de investigación

En el contexto del crecimiento turístico en Panamá, se ha observado un aumento significativo en la llegada de turistas extranjeros, muchos de los cuales no hablan español como lengua principal. Esta situación plantea un reto para los servicios turísticos, especialmente en lo que respecta a la atención al cliente. A pesar de que Panamá es un país multicultural y con potencial para brindar experiencias de alta calidad, no todos los establecimientos turísticos cuentan con personal capacitado en atención bilingüe. Atención bilingüe al cliente en el sector turístico.

La falta de habilidades en el dominio de los idiomas puede dar lugar a una serie de problemas significativos, como una mala recepción de cualquier información o mensaje que no se entrega de manera clara y adecuada puede causar malentendidos y confusiones considerables, también con reservas, servicios o indicaciones y otros aspectos importantes de la experiencia del turista. Este problema afecta principalmente a la reputación de Panamá como destino turístico.

A través de la identificación de las carencias, se propondrán estrategias que permitan mejorar la formación del personal en habilidades lingüísticas que favorezcan la comunicación para así prestar un servicio de calidad al cliente, esto otorga a los establecimientos turísticos la posibilidad de distinguirse en un mercado competitivo y de incrementar la satisfacción y la fidelización de los turistas.

Esta falta de personal bilingüe puede afectar negativamente la experiencia del turista, disminuir su nivel de satisfacción y limitar las posibilidades de recomendación o regreso al destino. Sin embargo, se desconoce con precisión que tanto influye la atención al cliente bilingüe en la percepción y satisfacción del turista extranjero, así como el nivel actual de preparación bilingüe del personal en los principales puntos de atención turística.

Por lo tanto, es necesario cuantificar esta relación mediante la recolección y análisis de datos que permitan medir, el porcentaje de personal bilingüe en servicios turísticos dentro de la región, conocer el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros según el tipo de atención recibida y la relación entre atención bilingüe y probabilidad de recomendación o retorno del turista al país.

Formulación de la interrogante

A pesar de que Panamá es un destino turístico internacional, muchos trabajadores del sector no cuentan con un nivel adecuado de inglés u otros idiomas para comunicarse eficazmente con los turistas. Esto afecta la calidad del servicio y la experiencia del visitante, lo que lleva a presentar la siguiente interrogante: *¿Cómo influye el bilingüismo en la atención al cliente, la comunicación en los establecimientos turísticos para los visitantes extranjeros en Panamá en el período abril 2025?*

Objetivo General

Este estudio tiene como objetivo *“Analizar el impacto del bilingüismo en la atención al cliente y la comunicación para los visitantes extranjeros en establecimientos turísticos de Panamá”*.

Breve desarrollo teóricos

El servicio al cliente bilingüe se ha convertido en un elemento clave para el fortalecimiento del turismo internacional en Panamá. Diversos estudios, como el de la Organización Internacional del Trabajo e INADEH (2023), evidencian que una parte significativa del personal del sector turístico no posee habilidades comunicativas suficientes en inglés, lo que limita la capacidad de ofrecer experiencias satisfactorias a los turistas extranjeros. Esta situación se ve agravada en pequeñas y medianas empresas turísticas que, por limitaciones presupuestarias, no invierten adecuadamente en la capacitación lingüística de sus colaboradores (BID, 2021). A partir de ello, se establece la variable principal *“Impacto del servicio al cliente bilingüe en la satisfacción de turistas extranjeros”*, con una dimensión clave: habilidades comunicativas bilingües, medida mediante el indicador *“nivel de comprensión y expresión oral en inglés”*.

El turismo como motor de desarrollo económico en Panamá

“El turismo se consolida como una de las actividades económicas clave con potencial de

crecimiento sostenible e inclusivo en Panamá” (OIT & INADEH, 2023, p. 12). En Panamá, el turismo representa una de las mayores fuentes de ingreso, siendo este uno de los pilares fundamentales del país. Sin embargo, el crecimiento del sector está condicionado a la calidad de los servicios ofrecidos, entre ellos, la capacidad de atención al turista en su idioma, para mejorar su experiencia como visitantes y así fortalecer la competitividad en el mercado global.

Perfil del recurso humano en el sector turístico panameño. *“Una de las principales debilidades identificadas en el talento humano del sector es el dominio limitado del idioma inglés y la falta de competencias en atención al cliente”* (OIT & INADEH, 2023, p. 35). Es por ello, que desde las escuelas básicas se ha venido implementado el segundo idioma dentro del currículo de estado, sin embargo, todavía existe una brecha importante que atacar en personas adultas que se posicionan en puestos de atención al cliente. No obstante, la falta de habilidades lingüísticas impide una comunicación efectiva y genera insatisfacción, afectando la percepción del destino, lo que implica la necesidad que formar al personal como eje fundamental en la calidad de servicio y comunicación efectiva.

Competencias clave para el fortalecimiento del turismo. *“La capacitación técnica en idiomas, hospitalidad y servicio al cliente es prioritaria para elevar los estándares del turismo en Panamá”* (OIT & INADEH, 2023, p. 47). El estudio identifica como estrategia clave la formación continua de personal directo a la atención al cliente tanto residente como extranjeros en habilidades blandas y comunicación bilingüe. Estas competencias no solo les permitirán elevar el nivel de atención, sino que pueden contribuir a cerrar las brechas estructurales del sector. Por tanto, el implementar programas de capacitación en inglés orientados al turismo de forma accesible se convierte en una solución directa al problema de insatisfacción de turistas extranjeros por barreras idiomáticas.

La matriz operacional de las variables considera como dimensión principal la *“capacitación en idiomas”*, medida a través del dominio funcional del inglés en contextos turísticos. Desde un enfoque descriptivo y explicativo, la investigación se desarrollará bajo un diseño documental, integrando análisis cualitativos sobre percepciones de turistas y trabajadores, y datos cuantitativos obtenidos mediante encuestas estructuradas. El aporte principal radica en demostrar cómo el bilingüismo impacta directamente la percepción de calidad del servicio, y, por ende, la satisfacción y fidelización de los visitantes. La sustentación teórica se apoya en estudios internacionales que vinculan la formación del recurso humano en idiomas con el posicionamiento competitivo de destinos turísticos emergentes.

2. METODOLOGÍA

Método y/o Procedimiento metodológico

La presente investigación aborda el bilingüismo en la atención al cliente y la comunicación en establecimientos turísticos destinados a visitantes extranjeros en Panamá. Para ello, se adopta un enfoque cualitativo, con diseño documental y nivel descriptivo.

El enfoque cualitativo empleado permite explorar las percepciones, experiencias y barreras comunicativas que enfrentan tanto los turistas como el personal de atención al cliente en contextos turísticos. Esta perspectiva facilita una comprensión más profunda e integral de la problemática abordada. Según Toursinov (2023), *“el enfoque cualitativo se centra en entender los fenómenos desde una perspectiva subjetiva, explorando las experiencias, opiniones y emociones de los individuos”*, lo cual resulta pertinente para el presente estudio, en la medida en que se pretende generar propuestas orientadas a mejorar la calidad del servicio turístico.

Respecto al nivel descriptivo, este permite caracterizar de forma detallada los elementos clave del fenómeno investigado, sin manipulación de variables, *“lo cual es apropiado para estudios que requieren el análisis de realidades observables tal como se presentan”* (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). En este caso, el propósito es describir las condiciones actuales del bilingüismo en los servicios turísticos de atención al cliente, identificando carencias, necesidades de formación y posibles áreas de mejora.

La unidad de análisis está constituida por personas, específicamente el personal de atención al cliente que labora en establecimientos turísticos de la Ciudad de Panamá, como hoteles, restaurantes y agencias de viajes. Cabe destacar que los estudios en esta área son limitados y provienen mayoritariamente del campo del turismo, no de la lingüística aplicada. Según (Goethals, 2014) *“estos actores conforman la población objetivo, dado que su desempeño en el ámbito de la atención bilingüe incide directamente en la percepción y satisfacción del turista extranjero”*. Este estudio va dirigido a todos los trabajadores con contacto directo con visitantes internacionales, tales como recepcionistas, guías turísticos, personal de atención en restaurantes, entre otros, quienes desempeñan un papel fundamental en la calidad del servicio ofrecido.

La recolección de datos se realizó mediante una investigación documental, basada en la revisión y análisis de fuentes académicas, institucionales y estadísticas relevantes. Entre las fuentes consultadas se encuentran informes oficiales de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), artículos académicos sobre bilingüismo en contextos turísticos, y publicaciones especializadas en hospitalidad y lingüística aplicada. El análisis de contenido cualitativo permitió identificar patrones, desafíos y propuestas en torno a la atención bilingüe, lo que proporcionó una base sólida para la

interpretación de los hallazgos y la formulación de estrategias de mejora.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación acerca del bilingüismo en la atención al cliente y la comunicación en establecimientos turísticos de Panamá revela importantes hallazgos relacionados con las barreras lingüísticas y la capacitación del personal en idiomas. Los datos obtenidos muestran que, a pesar de los esfuerzos por mejorar la calidad del servicio, existen desafíos significativos que afectan la satisfacción de los turistas extranjeros, especialmente aquellos que no hablan español.

Panamá sigue mostrando un bajo dominio del idioma inglés, al ubicarse en la posición 58 del English Proficiency Index (EPI, por sus siglas en inglés), de un total de 98 países, según revela un reciente ranking elaborado por Education First (EF, 2018). El estudio indicó que para obtener los resultados de este ranking se aplicaron pruebas a más de un millón de participantes de 80 países, lo que llevó a mostrar que los estudiantes entre los 18 a 20 años lograron una puntuación de 51.14. Este estudio permitió comprender la relación entre la atención bilingüe y el nivel de satisfacción del turista extranjero.

Uno de los hallazgos más relevantes es que Panamá ocupa la posición 58 en el English Proficiency Index (EPI), lo que indica un dominio bajo del inglés en el país, un factor crítico que incide directamente en la calidad de la atención al cliente en el sector turístico. Según un informe de Education First (EF, 2018), Panamá ha experimentado una caída en comparación con años anteriores, lo que refleja una tendencia preocupante en la formación lingüística de los ciudadanos, especialmente los empleados del sector turismo.

El informe destaca que, a pesar de que la situación ha mejorado ligeramente, la brecha sigue siendo amplia, y la falta de habilidades en inglés es evidente en los puntos de contacto directo con turistas, como recepciones, agencias de viajes y restaurantes. En particular, los turistas que visitan Panamá provienen de diversas partes del mundo, lo que demanda una mayor capacitación en idiomas por parte del personal de atención al cliente.

4. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos permiten concluir que las barreras lingüísticas son una de las principales dificultades que enfrentan los establecimientos turísticos en Panamá para ofrecer un servicio de calidad. En particular, la falta de personal bilingüe afecta negativamente la percepción y la experiencia del turista extranjero. Es crucial implementar estrategias de capacitación en idiomas, especialmente en inglés, para mejorar la atención al cliente y garantizar que los turistas puedan

comunicarse eficazmente.

Se destaca la importancia de una atención bilingüe adecuada, ya que una buena comunicación entre los trabajadores del sector turístico y los visitantes mejora significativamente la experiencia del cliente y fomenta la lealtad de los turistas. Esto puede resultar en mayores tasas de retorno y recomendaciones, lo que contribuye a la competitividad de Panamá como destino turístico.

Finalmente, la investigación sugiere que se deben establecer programas de formación continua para los trabajadores del sector turístico, centrados en el inglés técnico y operativo. Además, se recomienda reforzar estos programas durante las temporadas altas y establecer alianzas con instituciones educativas para fomentar el bilingüismo en el sector turístico de Panamá. De esta manera, se podrá mejorar la calidad del servicio y fortalecer la posición de Panamá en el mercado turístico internacional.

Algunas recomendaciones luego de realizar este estudio llevan a plantearse estrategias de implementación de programas bilingües que permitan desarrollar habilidades en otras lenguas como lo son: mantener programas de capacitación enfocados en el desarrollo de habilidades comunicativas en inglés y otros idiomas clave, priorizando vocabulario técnico relacionado con la atención al cliente y situaciones comunes en el entorno turístico. Así como, en temporadas altas o eventos internacionales, se recomienda reforzar la presencia de personal capacitado en idiomas o implementar sistemas de traducción asistida, para asegurar que las necesidades del visitante extranjero sean atendidas con eficiencia, evitando así malentendidos que puedan afectar la percepción del destino, y finalmente, se sugiere establecer alianzas entre instituciones de formación turística y centros de enseñanza de idiomas, con el fin de crear rutas formativas personalizadas y sostenibles, promoviendo el bilingüismo como herramienta esencial para la competitividad del sector turístico en Panamá.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Goethals, P. (2014). La acomodación lingüística en contextos profesionales turísticos: un enfoque didáctico basado en los testimonios de turistas. *IBÉRICA*, 23.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, Katuska. (24 de 08 de 2024). Aumenta en 4.2% la visita de turistas europeos a Panamá en cinco meses. Obtenido de La Prensa: <https://www.prensa.com/economia/aumenta-en-42-la-visita-de-turistas-europeos-a-panama-en-cinco-meses/>
- Katuska, H. (24 de 08 de 2024). Aumenta en 4.2% la visita de turistas europeos a Panamá

en cinco meses. Obtenido de La prensa: <https://www.prensa.com/economia/aumenta-en-42-la-visita-de-turistas-europeos-a-panama-en-cinco-meses/>

- Organización Internacional del Trabajo (OIT) & Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH). (2023). Caracterización del sector turístico en Panamá. https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/informeTurismo_Panama_CinterforInadeh2023.pdf