



Desafíos que enfrentan los turistas panameños en el proceso de comunicación en el idioma inglés

Challenges encountered by Panamanian tourists in the process of communication in the English language

Grace Valdés

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Panamá
grace.valdes@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-8257-8273>

Fecha de recepción: 13/01/2026

Fecha de aceptación: 15/03/2026

DOI: <https://doi.org/10.48204/synergia.v5n1.9865>

Resumen

Durante los últimos años, el turismo panameño ha experimentado un notable incremento en el número de viajeros interesados en explorar otras fronteras. Destinos como Estados Unidos y algunas ciudades europeas figuran entre los favoritos para disfrutar de vacaciones. No obstante, en estos destinos, los turistas panameños pueden enfrentar desafíos al comunicarse en el idioma inglés. La metodología empleada en este estudio fue de tipo exploratorio con enfoque cuantitativo. Se empleó un enfoque no experimental sustentado aplicado a una muestra intencional de 27 turistas adultos panameños seleccionados de una población de 44 personas entre adultos y niños, todos residentes en Panamá, quienes viajaron en el primer semestre del año 2025 con el objetivo de realizar turismo en ciudades donde el español no era el idioma oficial y se enfrentaron a situaciones de riesgos personales, culturales y sociales donde se les dificultó el proceso de comunicación. Adicionalmente, este estudio resalta que estos turistas lograrían una mejor comunicación con locales y con sectores del turismo en destinos donde predominan diversos idiomas al elevar su nivel de inglés, lo que contribuiría a reducir significativamente las dificultades asociadas a la barrera lingüística. De este modo, la presente investigación expone ejemplos de los desafíos que enfrentaron un grupo de turistas panameños adultos al viajar a destinos donde predominan lenguas distintas al español.

Palabras clave: turismo, educación, diálogo intercultural, barrera lingüística.

Abstract

In recent years, Panamanian tourism has experienced a remarkable increase in the number of travelers interested in exploring other borders. Destinations such as the United States and some European cities are among the favorites to enjoy vacations. However, in these





destinations, Panamanian tourists may face challenges when communicating in English. This study employed an exploratory methodology with a quantitative approach. A non-experimental approach was applied to an intentional sample of 27 adult Panamanian tourists selected from a population of 44 individuals, including both adults and children, all of them, residents of Panama, who traveled during the first semester of 2025 for tourism purposes to cities where Spanish was not the official language and faced personal, cultural, and social risks in which communication became difficult. Additionally, this study highlights that these tourists could achieve better communication with locals and within the tourism sector in destinations where other languages are spoken by improving their English level, which would significantly help to reduce the difficulties associated with language barriers. Thus, this research presents examples of the challenges faced by a group of adult Panamanian tourists when traveling to destinations where languages other than Spanish are the predominant languages.

Keywords: tourism, education, intercultural dialogue, language barriers.

Introducción

Durante este nuevo siglo se ha observado un incremento considerable del turismo en diversas regiones del mundo, especialmente con la entrada de los países latinoamericanos a esta exuberante tendencia; Panamá es uno de ellos, debido a las facilidades y precios competitivos que ofrecen las aerolíneas y las agencias de turismo. En este sentido, Cifuentes et al. (2024), quienes han investigado acerca de la importancia del idioma inglés en el sector turístico, exponen que ciertos países muestran una tendencia más marcada hacia los viajes, sin embargo, un número creciente de personas de diversas nacionalidades están eligiendo descubrir nuevos destinos turísticos. Por esta interesante razón, se procede a investigar los “desafíos que enfrentan los turistas panameños en el proceso de comunicación en el idioma inglés” como situación principal, además de explorar de cerca esta problemática.

El idioma inglés se reconoce hoy en día como la lengua predominante en el comercio y la comunicación a nivel mundial (Rojas, 2023). Esta habilidad es igual de fundamental para facilitar la interacción entre turistas y trabajadores del sector turístico en cualquier parte del mundo. Dentro de este sector, el hecho de viajar, ir de compras, conocer, degustar, entre otras





vivencias, requiere interacción constante entre los locales y los visitantes; es aquí donde el idioma inglés funciona como medio de comunicación intercultural para atender las necesidades de los turistas y ofrecer información clara y precisa.

No obstante, los turistas panameños al viajar a países donde predomina el idioma inglés pueden enfrentar diversos desafíos comunicativos, el principal desafío es la barrera lingüística, lo que puede afectar su experiencia de viaje. Esta problemática es frecuentemente experimentada por los hispanohablantes al visitar destinos donde predomina el inglés, como los Estados Unidos de América. Aunque este país es habitado por muchos migrantes hispanos, Lipski (2007) indica que en las grandes ciudades es posible encontrar diversos dialectos del español en un mismo contexto sociocultural; pese a ello, la mayoría de los hispanohablantes en Estados Unidos residen en comunidades étnicas donde predominan personas procedentes del mismo país de origen.

Cabe señalar un fenómeno lingüístico citado por Lopushko (2023), quien acota que quienes emplean el 'Spanglish' en el centro de Estados Unidos suelen ser percibidos como personas que no dominan plenamente el idioma inglés, carecen de fluidez al hablarlo y, en consecuencia, recurren a una forma híbrida de comunicación. Esta situación evidencia desafíos en entornos bilingües y multiculturales.

Además de las diferencias lingüísticas, la comunicación intercultural puede influir en la comunicación debido a la cultura inmersa en las palabras y las expresiones idiomáticas que suelen tener connotaciones culturales específicas. En este sentido, comprender el entorno lingüístico y priorizar la eficacia en el intercambio de información enriquece sustancialmente la estancia del turista, otorgándole mayor seguridad y calidad durante su experiencia internacional (Ahmad et al., 2024). Algunos turistas se interesan en conversar con personas locales, o hacer turismo de manera independiente, ya que cuentan con un nivel básico de inglés; por consiguiente, como resultado, la comunicación podría no ser tan efectiva, debido a que puede tornarse difícil para el turista comprender frases locales o expresiones complejas, generando malentendidos.





Desde esta perspectiva, el bajo nivel de inglés del turista puede restringir la interacción con la población local, limitando la conversación a consultas básicas. Esta situación limita las oportunidades de intercambio cultural y condiciona la comunicación a consultas superficiales. Soliyeva y Rahmanova (2023) sostienen que el dominio del idioma local actúa como un facilitador de interacciones auténticas, esto permite al turista acceder a una comprensión más profunda de la idiosincrasia, las costumbres y la cotidianidad de la comunidad anfitriona, y es que comprender aspectos culturales permite una mejor comunicación efectiva y de este modo favorece la comprensión entre personas de distintos contextos.

La habilidad de comunicarse de manera efectiva es fundamental en el turismo, ya que muchas de las experiencias de este sector requieren interacción directa entre los locales y los turistas. Al respecto, Gómez (2017) subraya que, al solicitar información, es importante expresarse con la mayor claridad posible para prevenir confusiones o equivocaciones. No obstante, en la actualidad, esta claridad no depende únicamente de la competencia lingüística, sino también de la capacidad del turista para mitigar malentendidos con apoyo tecnológico, y es que “las redes sociales, las aplicaciones móviles y la inteligencia artificial se han convertido en un requisito para las múltiples operaciones relacionadas con la industria del turismo.” (Forero, 2021)

En la actualidad, los avances tecnológicos pueden facilitar la comunicación, como destaca Jaimes (2018), quien señala que el avance tecnológico facilita significativamente la vida humana, destacándose aplicaciones para dispositivos móviles que pueden funcionar con o sin conexión a internet, como Google Translate, desarrollada por la empresa Google.

Romero et al. (2024) manifiestan que la Inteligencia Artificial (IA) ha pasado a ser un pilar fundamental en la reconfiguración de la industria turística, impulsando estrategias innovadoras que optimizan la satisfacción del usuario y la operatividad empresarial. A pesar de ello, el uso de herramientas tecnológicas no reemplaza la interacción humana; en situaciones de interacción directa no todas las personas estarán dispuestas a esperar el tiempo que requiere el uso de un traductor digital. Adicionalmente, estas herramientas no siempre permiten una





comunicación fluida, de igual modo, se pueden dar malinterpretaciones en el mensaje. Como resultado, las limitaciones comunicativas continúan siendo una barrera significativa para la interacción entre los turistas y las entidades prestadoras de servicios turísticos en inglés.

El conocimiento del idioma inglés ha sido considerado fundamental en el ámbito educativo. García (2016) acota que, al realizar una investigación en una escuela, concluyó que el dominio del inglés es esencial en el proceso educativo, pues contribuye al éxito en el aprendizaje de diversas áreas, por lo que tiene gran relevancia. Ello hace que hoy en día personas adultas recurran a cursos y/o entrenamientos para adquirir competencias lingüísticas que no lograron en su infancia o adolescencia, dado que el proceso de dominar y aprender un idioma extranjero puede resultar complejo para las personas adultas (Palacios, 2020).

El turismo internacional por turistas panameños se ha incrementado, por lo tanto, la necesidad de utilizar el idioma inglés, considerado la lengua franca, resulta determinante para la autonomía, la seguridad y la completa vivencia del viaje. No obstante, diversos estudios señalan que en Panamá los niveles de dominio del inglés son calificados como “bajos” o “muy bajos” en comparación con otros países de la región tal como señala Acosta (2021) “Como ocurre en algunos otros países no angloparlantes, donde se enseña el idioma inglés en diversos niveles de escolaridad, Panamá enfrenta el problema de bajos niveles de dominio de este idioma en el nivel universitario, con las correspondientes deficiencias en competencia comunicativa en dicha lengua que esto conlleva (pág. 7). Ante esta realidad surge la interrogante de investigación: ***¿Cuáles son los principales desafíos comunicativos que experimentan los turistas panameños al utilizar el idioma inglés durante sus viajes internacionales, y cómo impactan estos en sus experiencias turísticas?***

Materiales y Métodos

Este estudio se cimienta en un enfoque de exploración, a través de casos relevantes a las experiencias de un grupo de turistas panameños. Se seleccionaron participantes adultos que





viajaron al exterior durante el primer semestre del año 2025 para obtener una muestra inicial y a su vez, analizar los desafíos comunicativos, entre otras situaciones diversas que enfrentaron al viajar a destinos donde predominan idiomas distintos al español. El objetivo fue identificar las causas de dichas dificultades y analizar cómo se relacionan con el nivel de conocimiento del idioma inglés, el entorno cultural y la edad.

Conviene destacar que entre los tipos de investigación utilizados se encuentra: el tipo seccional, debido a que se recolectaron los datos una sola vez con un grupo de turistas panameños que viajaron en el primer semestre del año 2025 a ciudades en donde necesitaban expresarse en algunos momentos en el idioma inglés.

De forma exploratoria se logra recopilar datos e información fundamental, se elabora una prueba piloto para asegurar la fiabilidad, en forma de encuesta estructurada a un caso de estudio en diez preguntas, utilizando la aplicación de Formularios de Google de manera virtual que se les hizo llegar a 27 turistas de habla hispana que viajaron a países cuyo idioma oficial no es el español, de las cuales se detallan los resultados en la siguiente sección.

Cabe destacar que, las preguntas de la encuesta fueron de tipo selección múltiple y las mismas fueron preparadas de tal manera que permitiera encontrar la génesis de la problemática investigada con el fin de identificar situaciones comunicativas que enfrentan los turistas panameños hacia destinos donde se utiliza el idioma inglés como medio de comunicación.

Resultados y Discusión

La población muestreada fue un grupo de ciudadanos, todos residentes en Panamá, que tuvieron la oportunidad de viajar a destinos donde se utiliza el inglés para comunicarse cuando el turista no domina el idioma del destino, por lo que, se consideró relevante conocer el nivel





de dominio del inglés de los turistas panameños, con el propósito de identificar las posibles dificultades que pudieran presentar al comunicarse en este idioma. (Ver Tabla 1)

Tabla 1.

Nivel de dominio del idioma inglés por parte de los encuestados en el primer semestre de 2025.

Nivel de inglés	N# de personas	% de personas
Nulo	3	11%
Básico	15	56%
Intermedio	6	22%
Avanzado	3	11%
Total	27	100%

En la Tabla 1 se observa la respuesta sobre el nivel de inglés del grupo de turistas panameños que contestaron la encuesta. Un 56% (15 personas) considera que tiene un nivel básico de inglés, 22% (6 personas) dicen tener un nivel intermedio, un 11% (3 personas) afirma estar en un nivel nulo, el otro 11% tiene un nivel avanzado. Esto significa que al menos 67% de los encuestados percibe que no se puede comunicar fluidamente en inglés cuando viaja a lugares donde necesita usar este idioma.

Es importante destacar que los participantes de esta encuesta consideraron que el dominio del inglés es fundamental para la experiencia turística, lo que justifica investigar los desafíos que este grupo de turistas ha experimentado. Otra de las situaciones que se quiso conocer es el rango de edad de los turistas que viajaron desde Panamá a destinos turísticos donde es necesario expresarse en inglés. (Ver Tabla 2)



Tabla 2.

Edades de los turistas panameños que respondieron la encuesta.

Rango de Edad	N# de personas	% de personas
Menos de 25 años	2	7%
De 25 a 35 años	3	11%
De 36 a 45 años	3	11%
De 46 a 54 años	11	41%
Más de 55 años	8	30%
Total	27	100%

En cuanto a las edades de los participantes, se observa que la mayoría tiene entre 46 y 54 años, lo que representa el 41% (11 personas) del total de la muestra. El siguiente grupo más grande es el de mayores de 55 años, con un 30% (8 personas). Los rangos de 25 a 35 años y 36 a 45 años tienen un 11% (3 personas) cada uno, mientras que los menores de 25 años constituyen únicamente el 7% (2 personas) de los encuestados.

Este resultado confirma que el grupo mayoritario de viajeros estuvo compuesto por adultos mayores de 45 años. Esta razón puede deberse a que la mayoría de los adultos mayores cuenta con mayor solvencia económica y menos responsabilidades familiares, al igual que aquellos quienes disfrutaban de una merecida jubilación, y es que este grupo de personas actualmente dispone de oportunidades muy distintas a las que tuvieron quienes alcanzaron esa etapa en décadas anteriores (Przybysz, 2022).

Tabla 3.

Zona Mundial que viaja más seguido por turismo.

Zona Mundial	Cantidad	Porcentaje
Latinoamérica	10	37%
Estados Unidos de América	9	33%
Europa	8	30%
Asia	0	0%
África y Oceanía	0	0%
Total	27	100%

En esta tabla se observa que el 37% (10 personas) indicó que viaja principalmente a Latinoamérica. Se considera importante señalar que inclusive en este sector, el idioma inglés es relevante, ya que incluye países como Jamaica, Trinidad y Tobago, Guyana, Aruba, Curazao (países considerados destinos populares de cruceros), es decir, en este importante segmento, el idioma inglés puede ayudar en los procesos de comunicación.

Por otro lado, el 33% (9 personas) confirmó que viaja más seguido por turismo a Estados Unidos y un 30% respondió Europa, es decir, un 67% (17 personas) viaja más seguido a zonas donde el inglés es fundamental, en caso de que no domine otra lengua, para mantener la comunicación.

A continuación, en la siguiente tabla (Tabla 4) se presentan las principales dificultades que enfrentaron los turistas panameños durante su experiencia en contextos en los que el idioma predominante es el inglés.

Como ya se ha señalado, la información se basa en una muestra de 27 personas, que mencionaron los obstáculos más comunes relacionados con la comunicación y la comprensión en situaciones turísticas al intentar interactuar en inglés.



Tabla 4.

Dificultades que enfrentaron los turistas panameños al expresarse en inglés en los países donde realizaron turismo.

Dificultades que enfrentaron los turistas	N# de personas	% de personas
Malentendidos con colaboradores del sector	6	22%
Robo/hurto (comunicación con las autoridades pertinentes).	3	11%
Extravíos en vías, senderos, avenidas.	3	11%
Completar formularios o seguir instrucciones sin traducción.	4	15%
Falta de personal de atención al cliente que no hable español	8	30%
No presentó ninguna dificultad	3	11%
Total	27	100%

Los resultados muestran que la dificultad más reportada por los participantes fue la falta de personal de atención al cliente que hablara español, que fue el 30% (8 personas) de los encuestados. Le siguen los malentendidos con colaboradores del sector turístico, con un 22% (6 personas), y la dificultad para completar formularios o seguir instrucciones sin traducciones con un 15% (4 personas). Otras problemáticas incluyeron robos o hurtos, extravíos en vías o durante su recorrido debido a problemas de comprensión, los cuales exigieron comunicación con las autoridades, y obtuvieron un 11% (3 personas) cada una.

Por otro lado, estos resultados indican que solo el 11% (3 personas) no reportó dificultades durante la experiencia turística. Con relación a estos datos, podría explicarse que se debe a la presencia de un grupo de participantes menores de 35 años, quienes probablemente poseen un





mayor dominio de las herramientas tecnológicas en contraste con los adultos mayores. En este sentido, Tully y Alfaráz (2012) indican que los jóvenes emplean la tecnología de manera distinta a los adultos y muestran una mayor capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios técnicos. Para ellos, la integración entre los entornos reales y virtuales no representa dificultad alguna, ya que la creación de redes forma parte natural de su vida cotidiana. Estos datos reflejan que, si bien algunos turistas no encontraron mayores barreras, la mayoría sí experimentó situaciones relacionadas con la falta de atención en su lengua materna y la interacción con el personal local.

En la siguiente tabla (Tabla 5) se detallan algunos factores que fortalecerían la experiencia turística de los panameños al elevar su nivel de inglés. El sector del turismo es uno de estos negocios que considera el inglés como medio de comunicación para atender las necesidades de sus clientes y ofrecer información clara y precisa.

Tabla 5.
Aspectos que fortalecerían su experiencia turística al elevar su nivel de inglés.

Aspectos que se fortalecen	Cantidad	Porcentaje
Lograr una comunicación efectiva con agencias y otros servicios turísticos.	12	44%
Sacar provecho de promociones	0	0%
Hacer turismo de manera individual	5	19%
Facilita comunicación con locales	9	33%
Curso de inglés	1	4%
Total	27	100%

El 44% (12 personas) de los encuestados manifestaron que lograrían una mejor comunicación, sobre todo con agencias y otros servicios del sector turístico, al elevar su nivel de inglés en cada proceso del viaje. Como segundo punto, un 33% (9 personas) indicó que al elevar su nivel de





inglés les facilitaría entablar conversaciones con locales, a su vez también facilitaría la comunicación con otros viajeros internacionales.

Luego, un 19% (5 personas) de los viajeros panameños declararon que harían más turismo de manera individual (sin intervención de agencias y/o guías turísticos) si dominaran el idioma inglés. Finalmente, un 4% (1 persona) de los encuestados opinó que, de dominar el inglés, obtendría mayor provecho y promociones de tours y de comercios del destino.

Discusión

Los resultados del presente estudio permiten identificar los principales desafíos que enfrentan los turistas panameños al comunicarse en inglés en destinos donde el español no es el idioma oficial. El resultado sugiere que la edad puede ser uno de los factores que influyen en la probabilidad de malentendidos en la comunicación, aunado al bajo dominio del idioma inglés. Este hallazgo puede explicarse por el bajo dominio que tienen algunos adultos de las herramientas tecnológicas de traducción, a diferencia de los jóvenes, que utilizan más la tecnología. En este sentido, la llamada “desigualdad tecnológica” no solo está vinculada a factores socioeconómicos, sino también a la edad, que afecta especialmente a los grupos más alejados de las generaciones nativas digitales (Agudo et al., 2020).

Por otro lado, otro hallazgo encontrado está relacionado con lo planteado por Palacios (2020), quien subraya lo complicado que puede ser para muchas personas adultas aprender y dominar una segunda lengua, especialmente cuando no se adquiere en las primeras etapas del proceso educativo. Este estudio sugiere enfatizar en los jóvenes la importancia del aprendizaje del inglés, ya que esta competencia les permitirá desenvolverse de manera independiente cuando viajen a ciudades donde no predomina el español; por consiguiente, en su adultez podrán evitar depender de guías o de traductores digitales para comunicarse de manera eficaz en esas ciudades. Se considera relevante señalar que Romero (2021) concuerda en que el





reconocimiento del inglés como lenguaje universal hace indispensable su aprendizaje previo al ingreso al mercado laboral. Esta exigencia resulta especialmente relevante para los jóvenes que actualmente cursan estudios en las universidades de nuestro país.

Los resultados sobre los aspectos que fortalecerían la experiencia turística al elevar el nivel de inglés respaldan la idea de que el dominio del inglés permitiría a los turistas viajar de manera independiente y con mayor seguridad, lo que les supondría ahorro económico. Sin embargo, esta situación podría afectar a las agencias de turismo, ya que disminuiría la demanda de viajeros que contratan sus servicios debido a la preocupación al comunicarse en destinos donde predominan idiomas distintos al español. El inglés, considerado la lengua del turismo, se ha consolidado como el idioma de mayor relevancia debido a las crecientes demandas académicas, profesionales, técnicas y culturales. Su amplia difusión en el ámbito comercial y en el acceso al conocimiento lo posiciona como la lengua predominante en el turismo (Jara y Medina, 2020).

Las instituciones que brindan información turística no solo cumplen esa función, sino que también desempeñan un rol esencial en la promoción de los destinos (Ordoño, 2024). En algunas ciudades, los guías y operadores turísticos ofrecen giras locales únicamente en inglés u otros idiomas distintos al español. Este hallazgo refleja la importancia del inglés para los turistas panameños y refuerza la necesidad de contar con competencias lingüísticas en inglés para aprovechar plenamente la oferta turística internacional.

Por otro lado, predominan las investigaciones sobre cómo los turistas adultos valoran la utilidad de la tecnología, pero pocos han profundizado en las vivencias o desafíos que estos usuarios enfrentan al utilizar servicios digitales durante sus viajes (Fan et al., 2024). Este señalamiento sugiere que turistas panameños pudieron haber optado por herramientas tecnológicas como apoyo en la comunicación cuando la barrera ha sido la comprensión del idioma inglés. Sin embargo, sería interesante conocer las situaciones que han experimentado los turistas, con el fin de determinar si este tipo de herramientas ha generado momentos de estrés o frustración, que pudieran ocasionar errores costosos o situaciones de vulnerabilidad durante la experiencia turística.





Finalmente, este análisis evidencia que el turista adulto panameño no solo enfrenta una barrera lingüística, sino también una posible resistencia al uso de herramientas digitales que sirven de apoyo para la comunicación entre dos lenguas. Mientras los jóvenes requieren elevar su nivel de inglés, los adultos mayores necesitan apoyo tanto en el aprendizaje del idioma como en el manejo de la tecnología. Por lo tanto, se recomienda que las instituciones educativas en Panamá consideren estas diferencias generacionales, fortaleciendo tanto el aprendizaje del inglés como el desarrollo de habilidades tecnológicas que permitan superar las limitaciones actuales.

Conclusiones

Los hallazgos de este estudio evidencian que los turistas panameños han enfrentado dificultades al comunicarse en destinos donde el español no es el idioma oficial, como resultado, el desafío más relevante: romper la barrera del idioma, sobre todo cuando el turista posee un bajo o nulo dominio del inglés. Otro desafío importante surge cuando el turista tiene un manejo limitado de la tecnología, pues sería de gran utilidad para realizar traducciones al momento de necesitarlas.

Estos desafíos pueden conllevar a malentendidos y dificultades de comprensión durante el intercambio de la información; por ello, es necesario continuar implementando estrategias educativas y comunicativas que fortalezcan la competencia lingüística en inglés, con el fin de facilitar la integración cultural y la movilidad global, tanto en el presente como en el futuro sin enfrentar desafíos en el proceso de comunicación al hacer turismo en cualquier parte del mundo, ya que estas limitaciones puedan generar estrés, ansiedad e inseguridad durante los procesos de comunicación cuando estos no dominen otras lenguas como el francés, alemán, italiano, entre otras.





Por lo expuesto, podemos resumir que el dominio del inglés se relaciona con las necesidades comunicativas de los turistas panameños en otras zonas, por lo tanto, en la investigación se evidencia la necesidad de actuar para mejorar las habilidades de comunicación lingüística de habla inglesa no solo como una habilidad, sino como una herramienta lingüística dentro y fuera de Panamá. Es recomendable para futuras investigaciones analizar el papel que juegan las herramientas tecnológicas y aplicaciones de inteligencia artificial en tiempo real como mediadoras comunicativas, logrando satisfacer las necesidades del turista panameño fuera de su suelo nacional como medios alternativos de comunicación basados en tecnología.

Agradecimiento

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todos los docentes que me brindaron su apoyo y orientación durante la elaboración del presente artículo titulado “Desafíos que enfrentan los turistas hispanohablantes en el proceso de comunicarse en el idioma inglés”. La guía brindada en cada etapa de la investigación fue fundamental para el desarrollo de este trabajo. De igual manera, extendiendo mi gratitud a los participantes de la encuesta, cuya colaboración y disposición al brindar la información solicitada resultaron esenciales para la redacción de este artículo.

Referencias Bibliográficas

- Acosta, R. I. C. A. R. D. O. (2021). Habilidades Lingüísticas Integradas en el Idioma Inglés. *Editorial Portobelo*. https://www.researchgate.net/profile/Ricardo-Acosta-2/publication/361116040_habilidades_linguisticas_integradas_en_el_idioma_ingles_desarrollando_competencia_comunicativa_en_el_nivel_universitario/links/629e2b79a3fe3e3df8624db7/habilidades-lingueisticas-integradas-en-el-idioma-ingles-desarrollando-competencia-comunicativa-en-el-nivel-universitario.pdf
- Agudo, A. A., González García, E., & Martínez-Heredia, N. (2020). Desafíos para una ciudadanía inclusiva: competencia digital entre adultos mayores y jóvenes. *Comunicação, mídia e consumo*, 17(48).
- Ahmad, F., Akbari Motlaq, M. D., Salman, A., & Basendwah, M. (2024). Language Barriers in





Tourism: An Overview of Global Landscape through Bibliometric Analysis. Available at SSRN 5100801.

Cifuentes Rojas, M. T., Beltrán Moreno, M. E., & Vasconez Mera, P. L. (2024). La importancia del uso del idioma inglés en la industria hotelera y turística. *Revista InveCom*, 4(2). https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632024000200107.

De Palacios, F. A. G. (2020). Enfoques para el aprendizaje de una segunda lengua: expectativa en el dominio del idioma inglés. *Revista Científica Orbis Cognitiona*, 4(1), 20-38. https://revistas.up.ac.pa/index.php/orbis_cognita/article/view/1102.

Fan, D. X., Lyu, J., Huang, Y., Shang, K., & Buhalis, D. (2024, January). Senior tourists' digital travel experience: A humanisation perspective. In ENTER e-Tourism Conference (pp. 317-322). Cham: Springer Nature Switzerland.

Forero Camacho, L. I. (2021). Plan de negocio para la creación de una agente de inteligencia artificial que apoye la enseñanza de idiomas para viajeros. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/2753d643-f981-4502-ae1-c3714a5f4df3>.

García Falcón, I. (2016). *Nueva metodología para la enseñanza del inglés en las escuelas bilingües*: (ed.). Bubok Publishing S.L. <https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/51246>.

Gómez Monsalve, A. C. (2017). *Inglés profesional para turismo transversal: MF1057_2*: (ed.). Editorial CEP, S.L. <https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/51136>.

Jaimes Vanegas, H. G. (2018). *Las dificultades idiomáticas para disfrutar de una experiencia turística* (Doctoral dissertation, Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas.). http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0937_JaimesVanegasHG.pdf

Jara Puell, F. E., & Medina Sandoval, S. A. (2020). Influencia del dominio del idioma inglés en La satisfacción del turista anglohablante en relación con los servicios turísticos de la región Tumbes, 2019.

Lipski, J. M. (2007). El español de América en contacto con otras lenguas. *Lingüística aplicada del español*, 309-345. <https://johnlipski.github.io/contacts.pdf>

Lopushko, A. (2023). El spanglish como fenómeno de la comunicación intercultural lingüística. http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/98065/1/Lopushko_488_489.pdf

Ordoño Bernier, V. (2024). *Inglés profesional para turismo. MF1057*: (1 ed.). Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/upanama/titulos/265116>.

Przybysz, K., & Stanimir, A. (2022). Tourism-related needs in the context of seniors' living and





social conditions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(22), 15325.

Rojas, M. T. C. La importancia del idioma inglés en el ámbito profesional y laboral dentro de la industria hotelera y turística.
<https://revistasetha.com/wp-content/uploads/2023/10/PAPER-5.pdf>

Romero, E. D. C. M., Farfán, N. B. V., & Escobar, H. R. C. (2024). Inteligencia Artificial Aplicada al Sector Turístico: Evolución y Tendencias de Investigación. *Polo del Conocimiento*, 9(11), 857-883. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8345>

Romero, L. L. (2021). La importancia de aprender inglés. *Universo de la Tecnológica*.
<https://www.revista.utnay.edu.mx/index.php/ut/article/view/60>

Soliyeva, S., & Rahmanova, G. (2023). How Language Shapes the Travel Experience. *Pedagogical Sciences and Teaching Methods*, 172.
https://www.researchgate.net/profile/Dilafruz-Ishanqulova/publication/379247785_Germany_International_Conference_2023_Berlin_part-29/links/66012f48d3a08551424b129e/Germany-International-Conference-2023-Berlin-part-29.pdf#page=172

Tully, C. & Alfaraz, C. (2012). Jóvenes, espacio y tecnología. La configuración de las relaciones sociales en la vida cotidiana. *Propuesta educativa*, (38), p. 59-68.

Villegas, J. D. C. S., García-Santillán, A., & Escalera-Chávez, M. E. (2016). Variables que influyen sobre el aprendizaje del inglés como segunda lengua. *Revista Internacional de Lenguas Extranjeras/International Journal of Foreign Languages*, (5), 79-94.
<https://revistes.urv.cat/index.php/rile/article/view/1004>