



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN**

**Anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en
Perú, Lima, 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Traducción e Interpretación**

AUTORA:

Lozano Barrientos, Tiffany Jhammile (ORCID: 0000-0002-6663-6883)

ASESORES:

Mgtr. Calero Moscol, Carmen Rosa (ORCID: 0000-0002-2767-0798)

Mgtr. García Rojas, Miguel (ORCID: 0000-0002-5935-4239)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Traducción y Terminología

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres, por su fuerza, amor y apoyo incondicional. Su paciencia en mi etapa universitaria y mis hermanos por siempre alentarme a crecer profesional y personalmente. A mi hermana Liz por ser mi más grande ejemplo de emprendimiento, a mi hermano Julio por siempre escucharme y estar conmigo. Y a cada uno de mis sobrinos por hacerme feliz.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por la confianza que depositaron en mí, a los profesores, que demostraron paciencia para formarnos de la mejor manera. A mí por ser persistente aún en los peores momentos universitarios.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	7
II. MARCO TEÓRICO	9
III. MÉTODO	11
3.1 Tipo y diseño de investigación	11
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	11
3.3 Escenario de estudio	12
3.4 Corpus	12
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.6 Procedimiento	13
3.7 Rigor científico	13
3.8 Método de análisis de información	14
3.9 Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
V. CONCLUSIONES	17
VI. RECOMENDACIONES	18
REFERENCIAS	19
ANEXOS	22

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue analizar los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019. A su vez, el trabajo cuenta con un enfoque cualitativo, es de tipo aplicada, en nivel descriptivo. El corpus utilizado fue la página turística TripAdvisor, de la cual se pudo extraer los 21 anglicismos analizados de la sección “Descubre lo mejor de”. Los resultados fueron 21 anglicismos, de los cuales 20 son anglicismos directos, los 20 préstamos y de ellos 18 no adaptados y 2 adaptados, además de 1 anglicismo indirecto como calco literal. Finalmente, se concluyó en que predominan notablemente los anglicismos directos, principalmente los préstamos no adaptados, esto se debe al uso necesario del inglés en el sector turístico para una comunicación fluida entre turistas alrededor del mundo.

Palabras clave: anglicismo, turismo, TripAdvisor

ABSTRACT

The main objective of this study was to analyze the anglicisms on the website tripadvisor for tourism in Peru, Lima, 2019. In addition, this study is a qualitative and applied research, at a descriptive level. The corpus used was the tourism website tripadvisor, from which it was possible to extract the anglicisms analyzed from the section "discover the best of". 21 anglicisms were obtained, including 20 direct anglicisms, (20 loanwords, which are 18 non-adapted and 2 adapted), and 1 indirect anglicism as a calque in loan translation. Finally, it was concluded that direct anglicisms predominate considerably, principally non-adapted loanwords, this is due to the necessary use of english in the tourism industry for fluent communication between tourists around the world.

Keywords: anglicism, tourism, TripAdvisor

I. INTRODUCCIÓN

El campo turístico está en crecimiento en los últimos años, muestra de esto es que se ha convertido en uno de los principales ingresos económicos para un país, esta actividad puede producir, incluso, las mismas ganancias que la exportación del petróleo. Debido al gran auge que tiene el turismo en la actualidad, se desprenden distintas necesidades para los turistas, como alojamiento, alimentación, guías turísticos, y fundamentalmente la comunicación.

Afortunadamente, la evolución de la tecnología ha influido en este sector, ya que las personas tienen la disponibilidad de ver a través de internet las zonas más turísticas antes de elegir cuál desean visitar. Es así como actualmente existen diversas páginas web que les facilitan la experiencia turística a los viajeros, en las cuales se puede observar los mejores hoteles, los mejores servicios turísticos, los vuelos más económicos, e incluso los mejores restaurantes alrededor del mundo. De esta manera la elección de las personas es más segura puesto que aprenden sobre el lugar al que van a llegar, gracias a las reseñas que las personas dejan en estas páginas.

Una de las páginas más visitadas y más confiables es TripAdvisor puesto que permite que las personas suban fotos contando sus experiencias, además tiene acceso a hacer reservas en restaurantes o tours y ver los precios con el fin de poder comparar y escoger la opción de su preferencia. Por su parte, TripAdvisor cuenta con verificaciones para los destinos y marcas con las que trabaja, haciendo de la experiencia de su página más fiable, también cuenta con premios que le brinda anualmente a distintos establecimientos o lugares basados en las reseñas y opiniones que publican las personas en la página. Por otro lado, TripAdvisor, al ser una plataforma de viaje mundial, cuenta con disponibilidad de 28 idiomas.

En nuestro país el idioma oficial es español, el cual se habla por más del 80% de la población con distintas variaciones según la ubicación geográfica, sin embargo, el idioma se ha visto influido por su contacto con las lenguas extranjeras, como el

inglés que es hablado mundialmente. Ejemplo de esto es la gran cantidad de anglicismos adoptados por el español.

Actualmente, el campo de la traducción se encuentra expuesto a los nuevos cambios en la lengua, de los cuales se debe estar al tanto para saber qué palabras necesitan reformulación y comprender cómo se debe hacer. Es por eso que se formuló la siguiente interrogante como problema general de la presente investigación:

¿Cuáles son los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019?

La presente investigación se justifica teóricamente por la identificación de los anglicismos, resaltando el significado de las palabras, además de explicar su clasificación según distintos autores para que así se pueda tener una idea clara de lo que es.

Por otro lado, aportar a la escasa información de anglicismos en el sector turístico. Adicionalmente, la investigación presenta una justificación metodológica, debido al uso de las fichas de análisis que serán utilizadas para identificar los anglicismos en la publicidad para el turismo en Perú de la página web TripAdvisor.

Finalmente, se justifica socioeconómicamente ya que se observó la poca familiaridad que tienen los alumnos de Turismo con los términos constantemente utilizados en su sector. Se espera que al leer este trabajo de investigación se aclare las dudas que se tienen con respecto a los anglicismos.

En la presente investigación se plantearon tanto objetivo general como objetivos específicos:

Objetivo general:

Analizar los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019

Objetivos específicos:

Analizar los anglicismos directos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019

Analizar los anglicismos indirectos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019

II. MARCO TEÓRICO

Para la siguiente investigación se toma en cuenta 3 antecedentes:

Peralta (2019) en su tesis: “Anglicismos empleados en la traducción del inglés al español de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019”. Tuvo como objetivo analizar los anglicismos que se encuentran en la traducción de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019. La metodología fue de enfoque cualitativo, de tipo básica. Los resultados arrojaron 40 anglicismos. El estudio concluye que este tipo de textos cuenta con gran cantidad de anglicismos crudos porque predomina el uso de terminología extranjera.

Moncada (2019) en su tesis “Los anglicismos en una revista musical, Lima, 2019”. Tuvo como objetivo analizar los tipos de anglicismos presentes en una revista musical, Lima, 2019. Metodología: tuvo enfoque cualitativo y es una investigación aplicada. Los resultados arrojaron 35 anglicismos. El estudio concluye que en este tipo de textos predomina el uso de la palabra en su estructura inglesa porque los géneros musicales provienen de esta lengua.

Vergaray (2018) en sus tesis “Anglicismos en la traducción del inglés al español de artículos científicos de la OMS, Lima 2018” tuvo como objetivo analizar los anglicismos presentes en los artículos científicos de la OMS, Lima 2018. La metodología fue una investigación cuantitativa. Los resultados arrojaron 21 anglicismos de artículos científicos de la OMS. El estudio concluye que existen diferentes tipos de anglicismos, en los cuales predominan los anglicismos simples.

Asimismo, es importante detallar el significado del anglicismo. Stone (1957) asegura que actualmente la influencia de los anglicismos predomina a tal punto de convertirse en un importante desarrollo lingüístico en el español contemporáneo. Asimismo, Lazović (2018) asegura que existe un fenómeno cultural, lingüístico y social que incita el uso de palabras inglesas en casi todo momento de la vida. Es porque según Ciobanu (2015) es normal e incluso frecuente que en cualquier lengua viviente se adapten términos de otros idiomas. A esto se le denomina préstamos lingüísticos que Salas, Cañete, Adam, Correa (2019) definen como términos que provienen de otra lengua. Sin embargo, las palabras provenientes exclusivamente de la lengua inglesa son denominadas anglicismos. Al respecto, Medina (2004) indica que los anglicismos la influencia directa o indirecta de la lengua inglesa a la fonética, léxico y sintaxis de otra lengua.

Para Stergiou y Airey (2018) el turismo es un campo joven y por ello no cuenta con una definición o teorías propias, sino que es un “subproducto” de otras disciplinas. Sin embargo, la Organización Mundial del Turismo (2008), define al turismo como las actividades que las personas hacen durante su viaje de menos de un año a lugares que no son habituales para ellos con fines recreativos, de negocios o cualquier otro. Entonces es necesaria la comunicación entre personas que probablemente tengan distintas lenguas y se les facilite la comunicación con palabras provenientes del inglés. Ya que Jenkins (como se citó en Crespo y Lujan, 2017) afirma que el inglés es actualmente una lengua fácil de entender y adaptarse en distintos países y culturas. Según Al respecto Chalker y Weiner (como se citó en Mykytka, 2017) aseguran que los préstamos son un fenómeno universal que ocurre por el contacto de las lenguas y la necesidad de comunicación.

III. MÉTODO

3.1 Tipo y diseño de investigación

El presente trabajo de investigación cuenta con un enfoque cualitativo. Fossey, Harvey, McDermott, Davidson (2002) explican que las investigaciones son cualitativas cuando se enfocan en la interpretación de conceptos, significados, contextos sociales, y conocimientos. Asimismo, Sánchez y Reyes (2003) afirman que en la investigación cualitativa no se emplean métodos estadísticos para procesar la información sino por el contrario se utiliza la interpretación de los datos obtenidos.

Con respecto al tipo de investigación existen dos tipos, básica y aplicada, a esto Sánchez y Reyes (2009) definen la investigación aplicada como aquella en la que se utilizan las teorías que existen para poder efectuar sobre una situación concreta. Por otro lado, Kerlinger (como se citó en Slavin, 1987) afirma que la investigación básica es aquella que utiliza la ciencia para crear nuevos conocimientos sin tomar en cuenta un contexto social. Considerando ambas definiciones se puede decir que el presente trabajo es de tipo aplicada.

Ortiz (2015) define al nivel descriptivo, como aquel que se enfoca en la descripción, análisis, interpretación de datos y condiciones que existen. Será el nivel utilizado en la presente investigación ya que se analizará los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor.

El diseño de la investigación es un estudio de casos ya que según Yin (como se citó en Castro, 2010) es una investigación que estudia una situación actual en su contexto en la vida real, en especial cuando la relación no es muy evidente.

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

La clasificación de los anglicismos varía según el autor que lo propone. Furiassi, Pulcini y Rodríguez (2012) los denominan como préstamos léxicos divididos en directos e indirectos. De esta manera, los préstamos directos son aquellos que

van de la lengua origen (en este caso el inglés) a una lengua receptora (en este caso español), son adaptados por esta, en distintas formas manteniendo rasgos notorios de la lengua origen. Por otro lado, los préstamos indirectos son aquellos que no son muy evidentes puesto que han sido adaptados con rasgos naturales de la lengua receptora o se le encontró un equivalente adecuado.

3.3 Escenario de estudio

El presente trabajo de la página web estadounidense TripAdvisor, se ha realizado en la ciudad de Lima, Perú. En un plazo de 3 meses, desde septiembre hasta diciembre del año 2019.

3.4 Corpus

TripAdvisor es una página web del estilo red social para viajeros, aquí las personas pueden dejar sus reseñas sobre distintos lugares alrededor del mundo, para que así los demás usuarios puedan leer e interesarse, o no, en visitar el lugar. TripAdvisor es una de las más famosas en su estilo puesto que trabaja con más de 25 idiomas, así llega a muchos lugares del mundo. Por otro lado, también informa sobre la situación de los lugares más turísticos de distintos países, brinda información de hoteles, restaurantes, aerolíneas, teatros, museos, comidas, actividades, tradiciones, entre otros. Página enfocada al turismo e interacción entre viajeros. Esta página será utilizada como corpus para este trabajo, específicamente la información que da para los lugares más turísticos de Perú, tal como se muestra en la página, estos son: Lima, Cusco e Ica.

Dolma (2010) define a la unidad de análisis como aquello que se estudia en los trabajos de investigación. En el presente trabajo se estudiará los anglicismos presentes en la página.

La unidad muestral es la publicidad a los 3 lugares turísticos mencionados anteriormente. Ortiz (2015) la define como “cualquier elemento que forma parte de la muestra”

La unidad de registro son 21 anglicismos presentes en la página web Tripadvisor específicamente en la publicidad a los lugares más turísticos de Perú.

3.5 Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para realizar el trabajo se utilizará como técnica, el análisis de contenido. Haciendo uso de la ficha de análisis. Al respecto, Bardin (como se citó en López, 2002) define al análisis de contenido como un conjunto de elementos metodológicos que se aplican a diversos contenidos.

La ficha de análisis según Ortiz (2015) lo describe como ficha de trabajo que es el instrumento de para recolectar información documental o de un campo. Tiene diversos aspectos y son básicas para mantener organizada toda la información.

En el presente trabajo se usó la ficha de análisis que consta de 10 secciones, las cuales son: nombre de la página web de donde se sacará los anglicismos, año en que la página tuvo su última actualización, lugar turístico peruano, término original, es decir los anglicismos en sus distintos tipos, equivalente en español, contexto, definición, fuente, tipo de anglicismos y análisis del término.

3.6 Procedimiento

Para comenzar, se lee y observa la publicidad de los lugares turísticos, en la sección “descubre lo mejor” para que de esta manera se pueda identificar los anglicismos presentes en la página web, luego aplicar la ficha de análisis a cada término encontrado, para su clasificación, a continuación. se pasa a analizar el posible problema que causa el término, para finalizar con las conclusiones correspondientes.

3.7 Rigor Científico

En la presente investigación se puede demostrar que los resultados y datos son verídicos. Asimismo, Morse et al (como es citado en Castillo y Vásquez, 2003)

afirma que el rigor científico abarca ciertos puntos como la confiabilidad y validez. A su vez, el instrumento a utilizar estará validado por tres expertos en el área quienes lo evaluarán bajo distintos criterios.

3.8 Métodos de análisis de información

Las fichas de análisis se aplicaron a los anglicismos presentes en la página TripAdvisor para el turismo en Perú. Luego se determinó los anglicismos en la clasificación correspondiente, directos o indirectos. Además, se analizó cada término con el fin de darle una explicación al porqué aparece de esa manera en el texto origen. Por último, se observó los resultados, se examinaron y se terminó dando las conclusiones de la investigación.

3.9 Aspectos éticos

El presente trabajo se rige a las especificaciones de la norma APA, la cual garantiza el respeto por los derechos de autores utilizados en la realización del trabajo, para poder evitar posibles problemas de plagio en las 20 referencias, como mínimo. Tal como se muestra en la resolución de la Universidad César Vallejo, emitida bajo verificación del Dr. Santiago Benites Castillo. Se siguieron las especificaciones de la mencionada resolución. La publicidad utilizada para la extracción de los anglicismos se puede visualizar en la página <https://www.tripadvisor.com.pe>

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de haber recolectado los datos necesarios para poder ser analizados según la clasificación de Furiassi et al (2012) quienes definieron la categoría y designaron las subcategorías y aspectos del presente trabajo de investigación, para poder cumplir con los objetivos específicos, y el objetivo general, se obtuvieron los resultados que se muestran a continuación.

Según el objetivo general que es analizar los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019. De la publicidad a los 3 lugares más visitados del Perú (Lima, Cusco e Ica), según la página TripAdvisor, específicamente de los anglicismos encontrados en la sección “Descubre lo mejor de”, se halló que el 20 de los anglicismos entran en la clasificación de anglicismos directo y el otro es anglicismo indirecto. Siendo así que 8 del total es de la ciudad de Cusco, 7 de la ciudad de Lima y 6 de la ciudad de Ica. En resumen, se concluye que en la publicidad se encuentra un gran porcentaje de anglicismos directos los cuales predominan notablemente ante los anglicismos indirectos que fue la minoría.

Según el objetivo específico que es analizar los anglicismos directos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019. De la publicidad a los 3 lugares más visitados del Perú (Lima, Cusco e Ica), según la página TripAdvisor, específicamente de los anglicismos encontrados en la sección “Descubre lo mejor de”, se halló que los 20 anglicismos directos entran en la clasificación como préstamos, 18 no adaptados y el 2 adaptados. Siendo así que el 8 son de la ciudad de Cusco, 6 de la ciudad de Lima y 6 de la ciudad de Ica. En resumen, se concluye que en la publicidad se encuentran únicamente préstamos y entre ellos predominan notablemente los préstamos no adaptados.

Según el objetivo específico el cual era analizar los anglicismos directos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019. De la publicidad a los 3 lugares más visitados del Perú (Lima, Cusco e Ica), según la página TripAdvisor, específicamente de los anglicismos encontrados en la sección “Descubre lo mejor de”, se halló solo 1 anglicismo indirectos representa el 5% del total de anglicismos encontrados en la página y así entra en la clasificación como calco. Siendo así que fue encontrado en la ciudad de Lima. En resumen, se concluye que en la publicidad se encuentra únicamente calco literal.

Tras realizar la investigación correspondiente y el análisis de los anglicismos, se pasará a comparar los resultados de la presente investigación con los resultados

de las investigaciones tomadas como referentes. De esta manera, revisar sus semejanzas y diferencias.

De acuerdo al objetivo general de la presente investigación, se analizaron 21 anglicismos presentes en la página web TripAdvisor la cual se desarrolla en un contexto turístico. De los 21 anglicismos, se encontró 20 anglicismos directos y tan solo un anglicismo indirecto, predominando notablemente los anglicismos directos. Lo cual coincide con el trabajo de investigación de Moncada (2019) ya que encontró 35 anglicismos, de los cuales todos eran anglicismos directos (divididos en 27 de tipo crudo, 6 de tipo asimilado y solo 2 en periodo de aclimatación según la clasificación de Lorenzo (1987)) y no se hallaron anglicismos indirectos. Así es como muestra que los anglicismos directos predominaron en el campo estudiado. Además, el trabajo de investigación de Peralta (2019) coincide en que los anglicismos directos predominan en el campo estudiado siendo así que encontró 40 anglicismos directos (divididos en 20 crudos, 6 asimilados, 10 híbridos, 2 anglicismos en periodo de aclimatación, 2 anglicismos afrancesados. Según la clasificación de Vásquez (2014)). Asimismo, Vergaray (2018) coincide al decir que la mayoría de anglicismos son directos y la minoría indirectos (denominados como simples y traducidos respectivamente según la clasificación propuesta como Romero (2015))

De acuerdo al objetivo específico, se encontraron 20 anglicismos directos, de los cuales todos fueron préstamos, teniendo la subdivisión de 18 préstamos no adaptados y 2 préstamos adaptados. Siendo semejante al trabajo de investigación de Moncada (2019) que halló en el campo estudiado 35 préstamos, 27 no adaptados y 8 adaptados (denominados como crudo, asimilado y en periodo de aclimatación según la clasificación de Lorenzo (1987)) Además el trabajo de investigación de Peralta (2019) coincide en que abundan los anglicismos directos en el campo estudiado ya que encontró 40 anglicismos, de los cuales 28 eran préstamos, 20 no adaptados y 8 adaptados, además de encontrar 10 híbridos y 2 anglicismos afrancesados que no fueron estudiados en el presente trabajo según la clasificación de Furiassi et al. (2012) (denominados como crudos, asimilados, anglicismos en periodo de aclimatación, híbridos,

anglicismos afrancesados. Según la clasificación de Vásquez (2014)). Asimismo, Vergaray (2018) aseguró que los anglicismos directos predominaron en su trabajo, específicamente los préstamos (denominados como anglicismos simples y puros)

De acuerdo al objetivo específico, se encontró 1 anglicismo indirecto, de tipo calco, teniendo la subdivisión de calco literal. Lo cual no coincide con el trabajo de investigación de Moncada (2019) ya que no se halló anglicismos indirectos. Además, el trabajo de investigación de Peralta (2019) no coincide porque en su clasificación no entran los anglicismos adaptados netamente al español. Asimismo, Vergaray (2018) aseguró que los anglicismos indirectos (denominados como anglicismos traducidos según la clasificación de Romero (2015)) fueron la minoría en su trabajo, teniendo en cuenta que la mayoría de estos eran de tipo calco semántico.

V. CONCLUSIONES

Finalmente se concluye que hay una gran cantidad de anglicismos directos en distintos campos de especialidad, en realidad en el uso general del español. Sin embargo, en el campo turístico abundan los anglicismos de tipo préstamos no adaptados, siendo esto causado por la necesidad de comunicación que surge en el ambiente, es por ello que predomina el uso del inglés ya que es una lengua de fácil acceso actualmente.

Se concluye según el objetivo general que existen anglicismos en la publicidad en los 3 lugares más visitados del Perú en la página TripAdvisor, específicamente de la sección "Descubre lo mejor de", predominan notablemente los anglicismos directos ante los indirectos. Además, según el primer objetivo específico, predomina el uso de anglicismos directos, específicamente los préstamos no adaptados, en la publicidad a los 3 lugares más visitados del Perú en la página TripAdvisor. Finalmente, según el segundo objetivo específico se pudo observar que solo se presentó 1 anglicismo indirecto, mostrando la escasez de estos en la publicidad a los 3 lugares más visitados del Perú.

VI. RECOMENDACIONES

Ser conscientes del gran impacto que tiene el sector turístico en la actualidad y con esto se presentan nuevos cambios, tanto en la sociedad como el lenguaje por ello es necesario leer sobre esto, para estar actualizados con los términos que se incorporan a la lengua.

Prestar la atención necesaria a la enseñanza de traducción turística puesto que representa un importante sector para la economía entre países, además de crear relaciones interpersonales.

Realizar más investigaciones sobre la traducción turística, en especial acerca de los anglicismos ya que se encuentran en abundancia, sin embargo, no se le toma la debida atención a su reconocimiento.

REFERENCIAS

- Castillo, E., y Vásquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Colombia médica*, 34(3), 164-167.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283/28334309>
- Castro, E. (2010) *El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693387>
- Ciobanu, M. (2015). *ENGLISH TERMS HIGHLY USED IN ROMANIAN AND SPANISH TOURISM TERMINOLOGY*. *Romanian Economic and Business Review*, 10(1), 7-16.
<https://search.proquest.com/docview/1700066251?accountid=37408>
- Crespo-Fernández, E., & Luján-García, C. (2017). *Anglicisms and word axiology in homosexual language*. *Revista Española De Lingüística Aplicada*, 30(1), 74-74–103. <http://dx.doi.org/10.1075/resla.30.1.04cre>
- Dolma, S. (2010). *The central role of the unit of analysis concept in research design*.
https://www.academia.edu/505289/The_central_role_of_the_unit_of_analysis_concept_in_research_design
- Fossey, E., Harvey C., McDermott F., Davidson L.(diciembre,2002). *Understanding and evaluating qualitative research*. *Revista Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.7319&rep=rep1&type=pdf>
- Furiassi, C., & Pulcini, V. & Rodríguez, F. (2012). *The anglicization of european lexis*.

<https://books.google.com.pe/books?id=nI3y6TJw4YIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Lazović, M. (2018). *THE TYPOLOGY OF ANGLICISMS USED IN THE SERBIAN TOURISM AND HOSPITALITY LEXICON*. *Quaestus*, (13), 163-172.
<https://search.proquest.com/docview/2120793871?accountid=37408>

Medina, J. (2004). *El anglicismo en el español actual*.
<https://books.google.com.pe/books?id=ObzC8D0rle0C&printsec=frontcover&dq=anglicismos+en+el+espa%C3%B1ol+actual&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjlzvqZ9fTIAhWJq1kKHbGyBm0Q6AEIKDAA#v=onepage&q=anglicismos%20en%20el%20espa%C3%B1ol%20actual&f=false>

Moncada, N. (2019). *Los anglicismos en una revista musical, Lima, 2019*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Perú.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35499/Moncada_ANN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mykytka, I. (2017) *The influence of english on the spanish register of photography: an empirical study*. https://www.esptodayjournal.org/pdf/current_issue/jun-2017/Iryna-Mykytka-full-text.pdf

Ortiz, F. (2015). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. (3.^a ed).
Limusa

Peralta, C. (2019). *Anglicismos empleados en la traducción del inglés al español de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Perú.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35409/Peralta_MCL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salas, C. G., Cañete-González, P., Adam, C., & Correa, O. E. B. (2019). *Los periodistas y su responsabilidad en la incorporación de préstamos en*

español. Boletín De Filología, 54(1), 231-254.
<https://search.proquest.com/docview/2241213093?accountid=37408>

Sánchez, H., Reyes, C. (2002). *Metodología y diseños en la investigación científica*. (3.ª ed). Universitaria

Slavin, R.(febrero,1978). *Basic vs applied research: a response*. Revista Educational Researcher.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.3102/0013189X007002015?journalCode=edra>

Stergiou, D. P., & Airey, D. (2018). *Understandings of tourism theory*. Tourism Review of AIEST - International Association of Scientific Experts in Tourism, 73(2), 156-168. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-07-2017-0120>

Stone, H. (1957). *Los anglicismos en España y su papel en la lengua oral*.
<http://xn--revistadefilologiaespaolauoc.revistas.csic.es/index.php/rfe/article/viewFile/1046/1329>

Vergaray, K. (2018). *Anglicismos en la traducción del inglés al español de artículos científicos de la Organización Mundial de la Salud, Lima 2018*. (Tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Perú.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17483/Vergaray_VKD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

World Tourism Organization (2008). *Understanding Tourism: Basic Glossary*.
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>

López, F. (2002) *El análisis de contenido como método de investigación*.
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequen>

ANEXOS

ANEXOS I: Matriz de consistencia

Título: Anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019

Problema general	Objetivo general	Categoría	Subcategorías	Aspectos	Método
¿Cuáles son los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019?	Analizar los anglicismos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019	Anglicismos	Anglicismos directos	Préstamos Falsos anglicismos Híbridos	<p>Enfoque de investigación: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación: Estudio de casos</p> <p>Técnica: Análisis de contenido</p> <p>Corpus: Página web TripAdvisor</p> <p>Instrumento: Ficha de análisis</p> <p>Unidad de análisis: Anglicismos presentes en la página web TripAdvisor</p> <p>Unidad muestral: Publicidad de 3 lugares turísticos en Perú</p> <p>Unidad de registro: 21 anglicismos</p>
Problemas específicos	Objetivos Específicos		Anglicismos indirectos	Calcos Préstamos semánticos	
¿Cuáles son los anglicismos directos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019?	Analizar los anglicismos directos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019				
¿Cuáles son los anglicismos indirectos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019?	Analizar los anglicismos indirectos presentes en la página web TripAdvisor para el turismo en Perú, Lima, 2019				

ANEXO II: Instrumento de recolección de datos

FICHA DE ANÁLISIS N°

1. Nombre de la página web	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
4. Término original	5. Equivalente en español
6. Contexto	
7. Definición	
8. Fuente:	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	

ANEXO III: Validaciones del instrumento



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *Ríos Valero, Ivana*
 1.2. Cargo e institución donde labora: *Docente UV*
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 1.4. Autor(a) de instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		/
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		/
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		/
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		/
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		/
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.		/
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		/
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.		/
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		/
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		/

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

/

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

Observaciones:

Lima, *22 octubre* de 2019

[Firma]

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
 DNI No. *4138205* Telf:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *CALERO MOSCOL CARMEN*
 1.2. Cargo e institución donde labora: *Docente UCV*
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 1.4. Autor(a) de instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		✓
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		✓
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		✓
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		✓
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.		✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.		✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		✓
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		✓

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

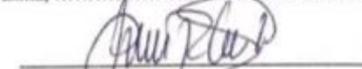
<i>Si</i>

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

<i>20</i>

Observaciones:

 Lima, *21 octubre* de 2019



 FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
 DNI No. *10452037* Telf.: *960163770*

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *García Rojas Miguel*
 1.2. Cargo e institución donde labora: *Docente UCV*
 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 1.4. Autor(a) de instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		✓
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		✓
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		✓
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales		✓
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.		✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.		✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		✓
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		✓

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

servaciones:

Lima, *21 de octubre* de 2019

Miguel

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No. *06853961* Telf. *983460708*

ANEXO IV: FICHAS DE ANÁLISIS

Ficha de análisis N° 1

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Airline	Aerolínea
6. Contexto	
Aerolínea	
7. Definición	
Organización o compañía de transporte aéreo.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?id=0u3M1gQ	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input checked="" type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>La palabra aerolínea es muy usada en un contexto turístico puesto que de esta forma es como los turistas pueden transportarse de un lugar a otro, pero no solo los turistas, sino también hay empresas que se dedican al transporte de carga mediante aviones, las cuales también programan a pasajeros con un costo más económico. Es por eso que en esta página web, existe un apartado que se dedica netamente a la publicidad de distintas aerolíneas tanto nacionales como internacionales que brindan diferentes tipos de servicios a elección del consumidor. Sin embargo, no muchos saben que es un calco de la palabra inglesa <i>airline</i>, que funciona como sustantivo en ambas lenguas, basándose en la teoría de Furiassi et al. (2012), es un calco literal porque es la traducción exacta de <i>airline</i>.</p>	

Ficha de análisis N° 2

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Tourism	Turismo
6. Contexto	
Turismo en Lima, viajes a Lima, Perú	
7. Definición	
Actividad o hecho de viajar por placer.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?id=axaWB7V	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>La palabra Turismo no es netamente inglesa puesto que fue tomada del francés <i>tour</i> que lo tomó del latín <i>tornare</i>, lo cual significa un giro, es decir, volver al lugar de salida, es por esto que un turista es aquel que va de viaje a un lugar teniendo en cuenta que se queda por un tiempo, con el objetivo de regresar a su lugar de origen, sin embargo a la lengua española llegó desde el inglés, es así como se le denominaría un anglicismo de tipo directo, préstamo adaptado porque está adecuada a las normas de la lengua según Furiassi et al. (2012) además funciona como sustantivo masculino en el contexto.</p>	

Ficha de análisis N° 3

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Bar	Bar
6. Contexto	
Cosas que hacer: Bares, discotecas, spas, ruinas antiguas	
7. Definición	
Local en que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?id=509Y6Lw 509uDjx	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>La palabra bar, según la Real Academia Española, funciona como sustantivo masculino en español, además de ser una palabra polisémica que cuenta con dos acepciones, una es usada en un contexto físico, que es una unidad de presión. Otra acepción es la usada en el contexto turístico, que es un lugar donde se puede ir a tomar tanto bebidas alcohólicas como no-alcohólicas, también se puede comer unos aperitivos y generalmente pasar un buen momento entre amigos o solo. Se suelen encontrar por sí solos, así como dentro de discotecas y hoteles.</p> <p>Basándose en la teoría de Furiassi et al. (2012) la palabra bar sería un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado porque está en su versión inglesa.</p>	

Ficha de análisis N° 4

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Spa	Spa
6. Contexto	
Cosas que hacer: Bares, discotecas, spas, ruinas antiguas	
7. Definición	
Establecimiento que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua, generalmente corriente, no medicinal.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?id=YTnqDXv	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>La palabra spa proviene de la lengua inglesa, sin embargo, esta la tomó de una provincia de Bélgica que era famosa por sus aguas curativas que es el verdadero significado de spa, un lugar donde se curaba mediante el uso de agua, ya que existían distintos balnearios curativos de aguas burbujeantes, llegó a la lengua española por su uso en paquetes turísticos. Así es como que en la lengua tiene función de sustantivo masculino. Sin embargo, actualmente el spa puede encontrarse en distintos establecimientos como hoteles, centros comerciales o establecimientos dedicados específicamente a esto. Según Furiassi et al. (2012) este término es un anglicismo de tipo directo, préstamo no adaptado porque está en su versión inglesa del topónimo de la ciudad belga.</p>	

Ficha de análisis N° 5

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Shopping center	Centro comercial
6. Contexto	
Los lugares más fotografiados en Lima: Shopping center Larcomar	
7. Definición	
Complejo formado por establecimientos dedicados a actividades comerciales y de ocio.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?id=8Gb7uJH 8GbgYDA	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que existe un equivalente en la lengua española que funciona como sustantivo masculino, la página web TripAdvisor optó por utilizar el término de la lengua inglesa Shopping Center a este lugar ubicado en Miraflores, Lima. Se utilizó el término en inglés por la gran afluencia de turistas internacionales que llegan a quedarse en Miraflores por un tema de seguridad y comodidad.</p> <p>A pesar que exista un equivalente en español para el término que no proviene exactamente del inglés, el uso de este término cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 6

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
San Pedro Church	Iglesia San Pedro
6. Contexto	
Lugares de interés y monumentos en Lima: San Pedro church	
7. Definición	
Iglesia ubicada en Lima, Perú. Conocida por su espléndida arquitectura, que es considerada como un patrimonio cultural del país.	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que existe un equivalente en la lengua española cuya función es sustantivo femenino, la página web TripAdvisor optó por utilizar el término de la lengua inglesa church a esta iglesia ubicada en Lima, y traduciendo respetando la estructura inglesa el nombre de esta. Además de la estructura inglesa, se utilizó el término en inglés por la gran afluencia de turistas internacionales que atrae este lugar por su maravillosa arquitectura, está dentro del tour que se hace por el centro de Lima.</p> <p>A pesar que exista un equivalente en español para el término, el uso de este término cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 7

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Lima
4. Término original	5. Equivalente en español
Bridge of sighs	Puente de los suspiros
6. Contexto	
Cosas que hacer populares en Lima en octubre: Bridge of sighs	
7. Definición	
En pleno corazón de Barranco se encuentra el Puente de los Suspiros, un tradicional puente de madera envuelto en un aire de romanticismo, por haber sido el sitio que dio inicio a incontables relaciones amorosas en Lima.	
8. Fuente	
https://viajandoalima.com/puente-de-los-suspiros/	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este puente, ubicado en Barranco cuenta con un nombre en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, en la estructura inglesa, el nombre de este puente ubicado en Lima. Se utilizó el término en inglés por ser un barrio altamente conocido por su buena vibra y estilo <i>hipster</i> que lo caracteriza, lugar con grandes demostraciones artísticas que atraen tanto a turistas internacionales como nacionales, está dentro del tour que se hace por Lima.</p> <p>El uso de este término funciona como nombre propio y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 8

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
B&B	B&B
6. Contexto	
Lugares donde alojarse: B&B's	
7. Definición	
Originalmente se entendía como Bed & Breakfast (B&B) a la costumbre de dar alojamiento en un cuarto disponible en una casa particular.	
8. Fuente	
https://www.diariodelviajero.com/alojamiento/que-es-un-bed-breakfast	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Híbridos
	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>Este término se usa en su idioma original, se refiere a los lugares en los que se da alojamiento y a su vez desayuno, por su traducción literal, este significa "cama y desayuno" sin embargo se hace uso de sus iniciales B&Bs por su constante uso en el ámbito turístico.</p> <p>Al ser un término usado en este campo, se puede clasificar como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado ya que se utiliza su término en la lengua inglesa. Además de funcionar como sustantivo.</p>	

Ficha de análisis N°9

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Peruvian kitchen	Cocina peruana/gastronomía peruana
6. Contexto	
Los lugares más fotografiados en Cusco: Peruvian kitchen	
7. Definición	
Es la variedad de platos típicos de las distintas ciudades de Perú siendo parte importante de la diversidad cultural.	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente el término en la lengua inglesa siguiendo las normas estructurales de su lengua. Se utilizó el término en inglés por ser una de las más grandes representaciones culturales que tiene el Perú puesto que su gastronomía ha sido homenajeada alrededor del mundo y poniéndose en la cima de las listas de mejores gastronomías, incluso ha sido premiada muchas veces por sus particulares sabores que deleitan cualquier paladar.</p> <p>El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 10

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Alpaca expeditions	Expediciones Alpaca
6. Contexto	
Los lugares más fotografiados en Cusco: Alpaca expeditions	
7. Definición	
Empresa encargada de brindar servicios de guiado turístico	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>Este es el nombre de una empresa prestadora de servicios turísticos, enfocada a los tours por los Andes y de esta manera crear un proceso sostenible que ayude a niños de los Andes principalmente de Cusco, sin embargo, es una empresa netamente dirigida a un público angloparlante es por esta razón que su nombre está en inglés.</p> <p>A pesar de eso, el término funciona como nombre propio y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 11

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
native burgers	Hamburguesas nativas
6. Contexto	
Restaurantes peruanos en Cusco: Chakruna native burgers	
7. Definición	
Son hamburguesas hechas de semillas como quinoa, acompañadas de papas francesas hechas con papas nativas y bebidas exóticas.	
8. Fuente	
https://www.tripadvisor.co.za/ShowUserReviews-g294314-d13479346-r583715762-Chakruna_Native_Burgers-Cusco_Cusco_Region.html	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente el término a la lengua inglesa siguiendo las normas estructurales de su lengua. Se utilizó el término en inglés por ser una de las formas más atractivas de dar publicidad a este lugar, para atraer turistas internacionales. El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p> <p>Sin embargo, la traducción de este término cuenta con un anglicismo, que es <i>Hamburguesa</i> proveniente del término inglés <i>Hamburger</i>, el cual según Furiassi et al. (2012) es un calco.</p>	

Ficha de análisis N° 12

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Homemade Craft Beer	Cerveza artesanal casera
6. Contexto	
Restaurantes peruanos en Cusco: Hankay Homemade Craft Beer & Coffee	
7. Definición	
Cerveza hecha por medio de distintos procedimientos en un taller sin que intervenga la maquinaria, de esta manera, la cerveza tiene un sabor particular mucho más agradable.	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, respetando las reglas gramaticales de la lengua inglesa, su nombre como <i>Homemade Craft Beer</i> a esta bebida hecha de manera casera. Se utilizó el término en inglés para que sea entendido por la mayoría de turistas internacionales, especialmente europeos quienes estilan consumir este tipo de bebidas por su cultura ya que esta forma de preparación viene precisamente de este continente.</p> <p>El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 13

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Vegan Kitchen	Comida vegana
6. Contexto	
Restaurantes baratos en Cusco: Chia Vegan Kitchen	
7. Definición	
Vegano es un adjetivo para los alimentos y productos elaborados que no contengan elementos del reino animal, ni de origen animal como la miel de abeja o gelatinas.	
8. Fuente	
https://www.significados.com/vegano/	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, respetando las reglas gramaticales de la lengua inglesa, su nombre como <i>Vegan kitchen</i> a este tipo de comida que no usa ningún ingrediente proveniente del reino animal. Se utilizó el término en inglés para que sea entendido por la mayoría de turistas internacionales y así captar más público con esta preferencia.</p> <p>Sin embargo, la traducción de este término cuenta con un anglicismo, que es <i>Vegano</i> proveniente del término inglés <i>Vegan</i>, el cual según la clasificación de Furiassi es un calco.</p> <p>El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 14

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Asian Food	Comida asiática
6. Contexto	
Restaurantes baratos en Cusco: UFO Asian Food	
7. Definición	
Comida típica proveniente del continente asiático	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, respetando las reglas gramaticales de la lengua inglesa, su nombre como <i>Asian food</i> a este tipo de comida que son provenientes del continente asiático. Se utilizó el término en inglés para que sea entendido por la mayoría de turistas internacionales y así captar más público con esta preferencia, además de demostrar que existen distintos tipos de opciones para la demanda turística.</p> <p>El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 15

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Cusco
4. Término original	5. Equivalente en español
Steakhouse	Restaurante de parrillas/ restaurante de carnes
6. Contexto	
Parrillas en Cusco: Uchu Peruvian Steakhouse	
7. Definición	
Establecimiento enfocado en vender carnes hechas a la parrilla	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, respetando las reglas gramaticales de la lengua inglesa, su nombre como <i>Peruvian Steakhouse</i> a este tipo de comida hechas en la parrilla, principalmente carnes. Se utilizó el término en inglés para que sea entendido por la mayoría de turistas internacionales y así captar más público con esta preferencia, además de demostrar que existen distintos tipos de opciones para la demanda turística.</p> <p>El uso de este término funciona como grupo nominal y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 16

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
Wi-Fi	wifi/wi fi
6. Contexto	
Hoteles con wifi en Ica	
7. Definición	
Sistema de conexión inalámbrica, dentro de un área determinada, entre dispositivos electrónicos, y frecuentemente para acceso a internet.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?w=wifi&m=form	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>Este término fue creado por la empresa Interbrand para referirse a la relación entre computadores por medio inalámbrico, es por eso que está formado por Wi (proveniente de wireless) y Fi (con la idea de alta fidelidad) es así como la RAE acepta este anglicismo por su necesidad con el avance de la tecnología. Asimismo, Fundéu recomienda que se escriba en minúsculas y sin guión.</p> <p>El uso de este término funciona como sustantivo masculino, además de ser una aposición y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 17

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
Rooftop	Rooftop/Azotea/Terraza
6. Contexto	
Cosas que hacer populares en Cuzco en octubre: Rooftop Kitchen Peru	
7. Definición	
Las terrazas de la última planta de los edificios en las que hay bares o restaurantes.	
8. Fuente	
https://www.fundeu.es/recomendacion/azotea-mejor-que-rooftop/	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>El término hace referencia a la última planta de los edificios, que regularmente en el ambiente turístico definen a los restaurantes y bares que existen ahí. Últimamente este término se ha utilizado más, a tal punto de encontrar restaurantes <i>rooftop</i> en la ciudad. Sin embargo, Fundéu asegura que es mejor el uso de “azotea” o “terrazza” por rooftop, y si aun así se prefiere el uso de la lengua inglesa, se debe colocar en cursiva o comilla.</p> <p>El uso de este término funciona como sustantivo, además de ser una aposición y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 18

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
coffeehouse	Cafetería
6. Contexto	
Descubre lo mejor de Ica Buena opción para desayunar en Ica: Harvest coffeehouse	
7. Definición	
Lugara donde se vende café	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que este término cuenta con un equivalente en la lengua española, la página web TripAdvisor optó por traducir literalmente, respetando las reglas gramaticales de la lengua inglesa, su nombre como Coffeehouse a este tipo de establecimiento donde se sirve café, además de vender todo tipo de café. Se utilizó el término en inglés para que sea entendido por la mayoría de turistas internacionales y así captar más público.</p> <p>El uso de este término funciona como sustantivo femenino y cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 19

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
Regional Museum of Ica	Museo regional de Ica
6. Contexto	
Cosas que hacer populares en Ica en octubre: Regional Museum of Ica	
7. Definición	
Un museo que reúne piezas de cinco culturas regionales: Paracas, Nazca, Wari, Chincha e Inca.	
8. Fuente	
http://www.deperu.com/cultural/museos/museo-regional-de-ica-adolfo-bermudez-jenkins-1281	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>A pesar de que existe un equivalente en la lengua española que funciona como nombre propio, la página web TripAdvisor optó por utilizar el término traducido según la estructura inglesa el nombre del museo regional de Ica. Además, se utilizó el término en inglés puesto que está incluido en la mayoría de tours que se hace por Ica.</p> <p>A pesar que exista un equivalente en español para el término, el uso de este término cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 20

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
By	Por
6. Contexto	
Buena opción para desayunar en Ica: Meson Penelope by Villa Jazmin	
7. Definición	
Indica el agente en las oraciones en pasiva.	
8. Fuente	
https://dle.rae.es/?w=por&m=form	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>En este caso, el uso del inglés se presenta por el by que es utilizado normalmente para indicar que un objeto es propiedad de cierta persona, es por eso que se utiliza en el nombre de este restaurante para indicar que está hecho por Villa Jazmin.</p> <p>A pesar que exista un equivalente en español para el término, el uso de este término cuenta como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según la clasificación de Furiassi et al. (2012)</p>	

Ficha de análisis N° 21

1. Nombre de la página web	
TripAdvisor	
2. Año de actualización	3. Lugar turístico
2019	Ica
4. Término original	5. Equivalente en español
Oasis of Huacachina	Oasis de Huacachina
6. Contexto	
Los lugares más fotografiados en Ica: Oasis of Huacachina	
7. Definición	
Es un lugar paradisíaco ubicado en la ciudad de Ica que cuenta con una laguna y está rodeada de palmas	
8. Fuente	
-	
9. Tipo de anglicismos	
Anglicismos directos	<input checked="" type="checkbox"/> Préstamos
	<input type="checkbox"/> Falsos anglicismos
	<input type="checkbox"/> Híbridos
Anglicismos indirectos	<input type="checkbox"/> Calcos
	<input type="checkbox"/> Préstamos semánticos
10. Análisis	
<p>El nombre de este lugar fue traducido por la página puesto que es uno de los lugares del Perú que atrae a más personas extranjeras, un lugar muy atractivo por su belleza natural además de las actividades de aventura que se pueden realizar en este lugar como el sandboarding.</p> <p>El término según su traducción puede entrar en la clasificación como un anglicismo directo de tipo préstamo no adaptado, según Furiassi et al. (2012)</p>	

ANEXO V: Imagen del corpus

tripadvisor PERU Lima

Hoteles Qué hacer Restaurantes Vuelos Alquileres temporales Más

Publicar fotos
Escribir opinión

Descubre lo mejor de Lima

Las atracciones más populares en Lima

- Museo Larco (12,044 opiniones)
- Circuito Mágico Del Agua (17,308 opiniones)
- Miraflores (15,278 opiniones)

Los restaurantes más populares en Lima

- Embarcadero 41 (724 opiniones)
- Nuevo Mundo Bar Miraflores (102 opiniones)
- Baol (325 opiniones)

Las hoteles más populares en Lima

tripadvisor PERU Ica

Hoteles Qué hacer Restaurantes Vuelos Alquileres temporales Más

Comparte tus consejos sobre viajes
Publicar fotos
Escribir opinión

Descubre lo mejor de Ica

Las atracciones más populares en Ica

- Tacama (898 opiniones)
- Oasis of Huacachina (461 opiniones)
- Laguna De Huacachina (796 opiniones)

Los restaurantes más populares en Ica

- El Tambo de Tacama (371 opiniones)
- El Cordon y la Rosa (231 opiniones)
- La Olla de Juanita (423 opiniones)

Los hoteles más populares en Ica

tripadvisor PERU Cuzco

Hoteles Qué hacer Restaurantes Vuelos Alquileres temporales Más

Descubre lo mejor de Cuzco

Las atracciones más populares en Cuzco

- Sacsayhuamán (14,246 opiniones)
- Laguna Humantay (733 opiniones)
- Camino Inca (3,521 opiniones)

Los restaurantes más populares en Cuzco

- Yaku (504 opiniones)
- Avocado Toast & More (413 opiniones)
- Indigo Bar Restaurant (880 opiniones)

Los hoteles más populares en Cuzco