



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN
E INTERPRETACIÓN

**Anglicismos presentes en un libro conceptual de marketing
digital, Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Traducción E Interpretación

AUTORAS:

Diaz Rea, Shirley Elida (orcid.org/0000-0002-4726-0649)

Neyra Centeno, Gianella Ivette (orcid.org/0000-0003-4455-0963)

ASESORA:

Mgtr. Gálvez Nores, Betty Maritza (orcid.org/0000-0003-0052-7956)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Traducción y Terminología

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mi madre, María Elena, quién siempre me apoyó y fue mi motivo para seguir adelante y culminar mi carrera universitaria.

Gianella Neyra

A Sabrina, cuya existencia es el motivo por el cual quiero ser mejor cada día. Y a mis padres, que siempre han apoyado mis decisiones y han sabido comprenderme durante este viaje académico.

Shirley Díaz

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por su comprensión y cariño, a mi hermano, por sus consejos, a mi familia por su apoyo incondicional y a mi asesora quien me ayudó y guio durante la realización de esta tesis.

Gianella Neyra

A mis padres por los esfuerzos que hacen por mí, a mis hermanos que siempre buscan ayudarme a ser mejor, a mi asesora por la paciencia que nos tuvo, a mis mejores amigas por hacerme reír y darme ánimos, a Chiwan por acompañarme en las desveladas y a mi mejor amigo y compañero, por aguantar mis cambios de humor y mis frustraciones, por motivarme diariamente, por apoyarme y sobre todo por creer en mi cuando ni yo misma lo hacía.

Shirley Díaz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	8
3.1. Tipo y diseño de investigación	8
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	9
3.3. Escenario de estudio.....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimiento	12
3.6. Rigor científico	13
3.7. Método de análisis de datos	14
3.8. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de categorización.....	10
Tabla 2: Datos generales de libro.....	11
Tabla 3: Corpus del libro	11
Tabla 4: Tipos de anglicismos	15
Tabla 5: Anglicismos crudos.....	16
Tabla 6: Anglicismos en período de aclimatación.....	16
Tabla 7: Falsos anglicismos	17
Tabla 8: Anglicismos asimilados	17
Tabla 9: Anglicismos afrancesados.....	18

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Procedimiento del análisis cualitativo	13
Figura 2: Resultados	15

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los tipos de anglicismos que se utilizan en un libro conceptual de *marketing* digital. Este trabajo tuvo un tipo de investigación básica, un enfoque cualitativo, un nivel descriptivo y el diseño de investigación fue un estudio de caso. Se utilizó la técnica de análisis de contenido y el instrumento utilizado fue la ficha de análisis, con la cual se hallaron y analizaron 70 anglicismos presentes en el corpus seleccionado. Los resultados evidenciaron una mayor frecuencia de anglicismos crudos con un 66%, seguido de los anglicismos asimilados con un 26%, los anglicismos en periodo de aclimatación con un 6% y, finalmente, los falsos anglicismos y los anglicismos afrancesados, que tuvieron una casi escasa presencia, representando un 1% cada uno. Se concluyó que, en un libro conceptual de *marketing* digital, hay una magna cantidad de anglicismos crudos y una considerable cantidad de anglicismos asimilados en comparación con los anglicismos en periodo de aclimatación, los falsos anglicismos y anglicismos afrancesados.

Palabras clave: Anglicismos, anglicismos crudos, anglicismos asimilados, marketing digital

ABSTRACT

This research had as objective to analyze the types of anglicisms used in a digital marketing conceptual book. This research had a basic research type, a qualitative approach, a descriptive level, and a case study research design. The content analysis technique was used, and the analysis card was used as instrument, which 70 anglicisms were found and analyzed in the chosen corpus. The results showed that raw Anglicisms had a higher frequency with 66%, followed by assimilated Anglicisms with 26%, Anglicisms in the acclimatization period with 6% and, finally, false Anglicisms and Frenchified Anglicisms, which had an almost low presence, with 1% each. It was concluded that, in a digital marketing conceptual book, there is a large amount of raw anglicisms and a considerable number of assimilated anglicisms compared to anglicisms in acclimatization period, false anglicisms and frenchified anglicisms.

Keywords: Anglicisms, raw anglicisms, assimilated anglicisms, digital marketing

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el *marketing* digital creció exponencialmente y permaneció en constante desarrollo ya que se expandió a gran velocidad, esto se debió a que es empleado en diferentes tipos de negocio, *e-commerce*, publicidad o espacios relevantes y se puede implementar en diversas industrias. Este tipo de marketing se volvió una herramienta funcional y beneficiosa que evolucionó de manera exponencial conjuntamente con la tecnología y la comunicación digital siguiendo los pasos de mercados extranjeros, quienes son líderes en este ámbito.

El *marketing* digital fue fuertemente influenciado por países norteamericanos y en los últimos años países asiáticos también se han vuelto grandes influencias, como Corea del Sur y Japón; y, debido a la globalización y es debido a la necesidad de que se llegue a todos los mercados del mundo es que se hace uso de una lengua franca que sea vastamente aceptada, como es el caso del inglés. Gracias a ello la gran mayoría de términos del *marketing* digital se acuñaron en este idioma, ya que, Estados Unidos es uno de los países que más desarrolló esta disciplina y generó innovaciones constantemente.

Como se mencionó, el idioma inglés es el más aceptado y también el más hablado. Es por esto que en la globalización se notó cómo la lengua inglesa adquirió gran presencia en nuestra sociedad y en la cotidianidad. Esto fue notable en cualquier lugar del mundo, ya que casi todas las personas, en algún momento, ya sea consciente o inconscientemente se expresan con palabras inglesas, aun cuando en el español existen equivalencias. Este fenómeno es conocido como anglicismos.

El *marketing* digital se transformó gracias a los medios digitales y a la expansión del internet. La tecnología se desarrolló de manera exponencial, en los últimos veinte años, y se provocaron cambios en los consumidores y en el mercado como resultado; además, se generó una alta demanda en *marketing* digital gracias a la gran necesidad en el mercado.

El *marketing* digital también se denominó *e-marketing* o *marketing* online, y es la herramienta que emplearon las empresas u organizaciones para poder promocionarse. Para Cisneros et al. (2014), el *marketing* digital incluye el uso de internet, de redes de comunicación y también de tecnologías digitales que están relacionadas para cumplir con las metas de *marketing* de las empresas. Luego de que el proceso del *marketing* en los medios digitales logra producir una transacción se comienza a hablar de *e-commerce*. La persona que ofrece servicios de venta exhibe sus productos por medio de las redes de comunicación, y el comprador, independientemente del lugar en que se encuentre, puede verlos en cualquier tipo de dispositivo para poder comparar y tomar la decisión de su compra, haciéndolo por la misma red de comunicación.

Es importante resaltar que, el *marketing* digital no reemplazó al *marketing* tradicional, de hecho, ayudó a complementarlo. Y fue gracias a toda la revolución tecnológica, al aumento del *e-commerce* y los negocios emprendedores, que crecieron durante y después de la pandemia por la covid-19, que el *marketing* digital se desarrolló a gran rapidez. También fue debido a que la comunicación online y el uso de redes sociales ayudó a las empresas a estudiar mejor a sus posibles compradores y al mercado en el que competían, de esta forma lograron obtener información extensa y así crear estrategias con mayor efectividad para su publicidad.

Es crucial mencionar que los primeros documentos especializados en investigar los anglicismos aparecieron hace más de 70 años, momento en el que se empezó a establecer distintos criterios para poder darles una clasificación. Por otro lado, el *marketing* digital tomó fuerza durante los años ochenta, que fue la era de las comunicaciones y la incursión del internet; donde estos dos medios se convirtieron en la mejor arma de publicidad para las empresas.

En cuanto a las investigaciones realizadas sobre anglicismos en el área del *marketing*, Chang (2021) expresa que los anglicismos se encuentran en el vocabulario común de las lenguas romance por medio de diversos medios de comunicación; sobre todo, en la publicidad, que es un medio que está sujeto al uso extenso de anglicismos, esto se debe al deseo de estar al corriente con las jergas

de los sectores internacionales, de estar conectada con las tendencias más actuales y de llamar la atención del público que cada vez es más globalizado.

Esta investigación se realizó a partir de la necesidad de saber qué tipos de anglicismos son frecuentes en el área del *marketing* digital, ya que, cada vez es más frecuente encontrar comerciales o publicidad por redes sociales que hacen uso de dichas palabras inglesas. De esta manera, se logró también analizar qué tipos de anglicismos se usan en dicho ámbito. Según Vázquez (2014) se entiende por anglicismo las voces que tienen un origen inglés que otras lenguas llegan a adoptar, usualmente por una necesidad, de poder manifestar un concepto, ya sea desconocido o nuevo, también otros motivos, como, por ejemplo, el uso de sinónimos, efectos estilísticos, etc. Existe una gran variedad de tipologías de anglicismos, aunque Vázquez nombra de manera exclusiva a los siguientes: Anglicismos crudos, anglicismos en periodo de aclimatación, falsos anglicismos, anglicismos asimilados y anglicismos afrancesados. Para esta autora, los préstamos lingüísticos son un legado, los cuales ayudan a enriquecer el idioma. Por lo tanto, en este estudio de investigación, se plantea como problemática principal la siguiente interrogación: ¿Qué tipos de anglicismos se presentan en un libro de *marketing* digital, Lima 2022?

El presente trabajo tiene justificación metodológica dada la relevancia de destacar la alteración de la lengua española en relación con el aumento de nuevos términos en el ámbito del *marketing* digital. Asimismo, se utilizaron fichas de análisis para clasificar los tipos de anglicismos que se usan en un libro de *marketing* digital.

En cuanto a la justificación práctica de esta investigación, es crucial para los traductores que deseen o estén especializados en el campo del *marketing*, puesto que podrán ser capaces de identificar la tipología de los anglicismos que se encuentran en los libros de *marketing* digital, al poder identificarlos y la labor de traducirlos será más sencilla.

Esta investigación cuenta con una justificación teórica, debido a que se hace una recopilación de diversas teorías y conceptos dados por distintos autores en

investigaciones previas. Igualmente, sobre la clasificación que tienen los anglicismos hallados en el libro de *marketing* digital basada en la teoría propuesta por el autor elegido del tema anglicismos.

El objetivo general de la presente investigación es analizar los tipos de anglicismos que se utilizan en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022. Por otro lado, los objetivos específicos son (1) analizar los anglicismos crudos utilizados en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022; (2) analizar los anglicismos en periodo de aclimatación utilizados en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022; (3) analizar los falsos anglicismos utilizados en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022; (4) analizar los anglicismos asimilados utilizados en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022; y (5) analizar los anglicismos afrancesados utilizados en un libro conceptual de *marketing* digital, Lima, 2022.

La presente investigación no cuenta con una hipótesis, ya que este es un trabajo de enfoque cualitativo, Sánchez (2019) debido a que su objetivo es comprender la naturaleza de un fenómeno en específico que no necesita cuantificación ni hipotetización y este trabajo busca analizar los tipos de anglicismos presentes en un libro de marketing digital mas no explicar o comprobar dicho fenómeno lingüístico durante el desarrollo de la investigación.

II. MARCO TEÓRICO

Peralta (2019) en su trabajo de tesis titulado “Anglicismos empleados en la traducción del inglés al español de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019”, tuvo como objetivo general analizar los anglicismos presentes en la traducción del libro “Diseño gráfico y publicidad: Fundamentos y soluciones” de Robin Landa. Este estudio tuvo un enfoque cualitativo, fue de tipo básica, de nivel descriptivo y la técnica utilizada fue el análisis de contenido. En relación con los resultados, se identificaron 20 anglicismos crudos, 10 anglicismos híbridos, 6 anglicismos asimilados, 2 en período de aclimatación, 2 afrancesados y del tipo falso no se encontró ninguno. La investigación concluyó que estos textos especializados

contienen más cantidad de anglicismos crudos en comparación con los otros tipos, ya que existe una inclinación hacia la terminología inglesa.

Moncada (2019) en su trabajo de tesis "Los anglicismos en una revista musical, Lima, 2019", tuvo como objetivo analizar los anglicismos presentes en una revista musical. El estudio fue de un enfoque cualitativo y de nivel descriptivo. Sobre los resultados de esta investigación, se encontraron 35 anglicismos, dentro de los cuales 27 fueron anglicismos crudos, 6 fueron anglicismos asimilados y 2 fueron anglicismos en periodo de aclimatación. Se tuvo como conclusión que dentro del campo musical se encuentran con gran frecuencia anglicismos de diversos tipos, y debido a que los lectores están familiarizados con el idioma inglés no se encuentran dificultades para que se comprendan dichos términos.

Aguilar (2018) en su tesis "Tipos de anglicismos presentes en el manual de tecnología: introducción al desarrollo de aplicaciones Android, Lima, 2018" tuvo como objetivo principal analizar los diferentes tipos de anglicismos utilizados en un manual tecnológico. Contó con un enfoque cualitativo, con un diseño de estudio de caso y el instrumento utilizado fue la ficha de análisis. Los resultados arrojaron que, dentro de las 50 unidades analizadas, el tipo de anglicismo más frecuente fue el crudo con un total de 21, seguido por los calcos con una cantidad de 15, y los asimilados con un total de 14. Por último, se concluye que los anglicismos de mayor recurrencia son los de tipo crudo.

Mezones (2018) en su tesis "Anglicismos utilizados en los videojuegos online de tipo shooters y RPG, Lima, 2018" dispuso como objetivo principal estudiar los anglicismos encontrados en videojuegos online, específicamente, los de tipo shooters y RPG. El tipo de investigación fue aplicada, tuvo un enfoque cualitativo y una metodología inductiva. Se utilizaron fichas de análisis y el objeto de estudio estuvo formado por un total de 42 anglicismos. En las unidades analizadas fueron encontrados préstamos puros, así como neologismos. Los resultados evidenciaron que, según los términos estudiados, la mayoría mantiene su estructura gramatical como es en el caso de los préstamos puros; no obstante, también se encontraron creaciones (neologismos).

Vázquez (2018) en su trabajo de investigación titulado “Los anglicismos de la moda en la prensa rosa española” tuvo como objetivo principal descubrir los anglicismos que se emplean en el campo de la moda, con énfasis, en las revistas relacionadas a la industria ya mencionada. Esta investigación tuvo un enfoque mixto y se utilizaron fichas de análisis. Los resultados arrojaron que se encontraron 157 anglicismos, dentro de los cuales, los más frecuentes son los de tipo crudos, seguidos por los anglicismos híbridos, y solo se encontró un caso de anglicismos semánticos. Por último, se concluyó que las revistas relacionadas a la moda presentan una gran cantidad de anglicismos siendo los más recurrentes los de tipo crudos.

Para la presente investigación es necesario hablar sobre lingüística y detallar su concepto con el propósito de contar con un mejor entendimiento del tema en investigación, es decir, los anglicismos. Gutiérrez (2021) indica que la lingüística es aquella ciencia que estudia a profundidad el lenguaje y nos permite entenderlo en todos sus aspectos, ya sea cognitivo, sociocultural o histórico. También señala que esta ciencia se ha desarrollado durante el siglo XX, sin embargo, no cuenta con la relevancia que se merece y sigue siendo desconocida para muchos. La autora Sanz (2021) también alega que la lingüística estudia el lenguaje como fenómeno desde diferentes aspectos y tiene un acercamiento científico. Además, se señala que la lingüística estudia las lenguas, pero no como instrumentos sino como fenómenos del lenguaje.

Con la finalidad de obtener una perspectiva más clara sobre el tema en investigación, es crucial mencionar y comprender el concepto de extranjerismos. Se entiende por extranjerismos a las palabras o expresiones que se adoptan de una lengua extranjera. Según Mattioli (2018) los extranjerismos son aquellos componentes que tienen rasgos impropios de la lengua meta. Se expresa que por impropio se entiende aquellos rasgos que no se originaron en la lengua meta. Copa (2016) también afirma que los extranjerismos son los vocablos tomados de otra lengua y han sido insertados sin una adaptación plena, es decir, mantienen su grafía y pronunciación original. Debido a lo anterior expuesto se afirma que los

receptores de la lengua meta continuarán considerando a los extranjerismos como términos ajenos.

Por otro lado, Giménez (2019) señala que los extranjerismos impactan de manera positiva a otras lenguas ya que brindan riqueza léxica, esto se debe a que, en la mayor parte de casos, son utilizados para expresar una realidad o concepto que no es parte de la lengua receptora.

El corpus a analizar en esta investigación es el *marketing* digital, pero para poder hablar de los anglicismos en el ámbito del *marketing* digital, primero es necesario entender mejor cómo nace este ámbito. Para hacer esto, se seleccionaron algunos autores para explicar cómo nace el *marketing* digital, así como las definiciones.

Primero, antes de hablar del *marketing* digital, se debe aclarar que el *marketing* es un instrumento utilizado por las compañías para poder generar ingresos dentro del mercado. Las empresas son comerciantes que tienen el trabajo de hacer un proceso de producción en la economía, dicho proceso se basa en transformar insumos en productos. Entonces, para que las empresas puedan hacer un eficiente proceso de producción, estas deben administrar sus recursos, y para lograrlo estas necesitan organizarse en distintos departamentos, como, por ejemplo, producción, ventas, recursos humanos, finanzas y *marketing*.

Se hace mención que el *marketing* nace básicamente de la administración, por ello, hay que definir qué es la administración. Para Larrarte (2018) es un proceso por el cual debe haber fases de planeación, organización, dirección, ejecución y control de diversos tipos de recursos. Según Beltrán y López (2018) la administración es aquella práctica social que es esquematizada como el uso de recursos de una institución o empresa mediante un procedimiento administrativo de planificación, coordinación, dirección, organización y control.

Al mismo tiempo, Anzola (2018) define a la administración como toda actividad orientada a transformar un propósito en una realidad, es el orden de determinadas acciones y la utilización calculada de recursos que se aplican a la ejecución de un

propósito, tratando de prevenir posibles obstáculos que puedan surgir en la realización de este. Al analizar las previas definiciones, se puede decir que la administración es una actividad por la cual las personas buscan obtener resultados, y esta se logra al realizar una planeación, organización, dirección, coordinación y control.

Una de las áreas que se encarga para el cumplimiento de objetivos de una empresa, es el área de marketing. Para Bricio et al. (2018) el *marketing* es un esfuerzo integral que pretende identificar, mantener y construir una cadena de consumidores y también consolidar constantemente dicha cadena para que ambas partes sean beneficiadas durante un largo período de tiempo. Por otro lado, para Noblecilla y Granados (2018), el *marketing* tiene como objetivo instaurar, resaltar y comerciar relaciones con el comprador (de ser posible relaciones a largo plazo), de manera que ambas partes logren sus objetivos. Asimismo, para Rodríguez et al. (2020), es el entendimiento, explicación y gestión de las relaciones de negocios entre los proveedores y los clientes.

De acuerdo con estas definiciones, se infiere que el *marketing* es el campo que busca atraer, comprender y analizar a los posibles clientes, esto para poder ofrecer productos que ellos deseen comprar y de esta forma conseguir mayores ingresos para las empresas, al mismo tiempo que traten de lograr que esta relación sea a largo plazo para que las dos partes sean beneficiadas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

Tipo de investigación: Con respecto al tipo de investigación, se empleó el de tipo básico. Según CONCYTEC (2018) la investigación básica se dirige a un conocimiento completo, mediante la comprensión de aspectos fundamentales de fenómenos o de hechos observables. En este trabajo de investigación el objetivo fue analizar los tipos de anglicismos que se utilizan en un libro conceptual de *marketing* digital.

Diseño de investigación: Para el presente trabajo se empleó un estudio de caso, como mencionan Jiménez y Comet (2016), este tipo de diseño tiene como objetivo analizar un fenómeno en cierto contexto, al mismo tiempo que se utiliza la recopilación de datos para su progreso. Por su parte, Sánchez et al. (2018), afirman que, en este diseño de investigación, el investigador está a cargo de analizar la realidad y tomar decisiones respaldadas por las teorías o enfoques relacionados al fenómeno que se está investigando con el fin de obtener una perspectiva más amplia del tema. Esta tesis tuvo como diseño de investigación el estudio de caso, debido a que fue basado en el estudio de los tipos de anglicismos presentes en un libro de *marketing* digital.

El presente estudio se realizó con un enfoque cualitativo. Según Arispe et al. (2020) este enfoque tiene como objetivo analizar un problema determinado, este enfoque es interpretativo, así como flexible; asimismo, los datos pueden provenir de fuentes escritas, verbales, visuales y/o auditivas. Para esta investigación se consideró un enfoque cualitativo ya que el objeto de estudio empleado fueron los anglicismos en el contexto del *marketing* digital, y los datos fueron adquiridos de una fuente escrita.

Al mismo tiempo, el nivel de esta investigación fue descriptivo, puesto que los estudios de este nivel describieron las características del fenómeno que se estudia. Se describió cómo se manifiestan los anglicismos en el libro seleccionado de *marketing* digital. Según Hernández y Mendoza (2018), este tipo de estudios tienen como objetivo determinar los atributos y cualidades de variables o fenómenos en un contexto específico. De esta manera, se analizó qué tipos de anglicismos se encuentran en el ámbito del *marketing*.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización: En la presente investigación se utilizó la clasificación de los anglicismos dada por Vázquez (2014). La autora estableció las siguientes subcategorías dentro de anglicismos: (1) anglicismos crudos; (2) anglicismos en periodo de aclimatación; (3) falsos anglicismos; (4) anglicismos asimilados; (5) anglicismos afrancesados.

Tabla 1

Cuadro de categorización

Categoría	Definición Conceptual	Subcategorías a priori	Conceptualización de subcategorías
Anglicismos	Según Vázquez (2014) «son las voces de origen inglés que otras lenguas adoptan, ya sea por necesidad, para explicar un concepto desconocido, etc.»	Anglicismos crudos	Son aquellos que conservan su grafía original y son gráficamente idénticos a la voz de origen.
		Anglicismos en período de aclimatación	Son aquellos cuya grafía o pronunciación se encuentra en proceso de adaptación a la lengua española pero aún mantiene elementos extranjeros.
		Falsos anglicismos	Son aquellos términos que, a pesar de tener apariencia inglesa, no existen en inglés.
		Anglicismos asimilados	Son aquellos que ya han sido aceptados en la lengua española y pueden formar nuevas palabras por derivación.
		Anglicismos afrancesados	Son aquellos que ingresaron al español a través del francés.

Nota. La tabla 1 representa la clasificación de los anglicismos.

3.3 Escenario de estudio: El corpus que se utilizó para la presente investigación fue un libro sobre el *marketing* digital, el cual se denomina “*Marketing* digital para *dummies*”. Fue publicado como libro electrónico en noviembre de 2018 y sus autores son Contreras et al. Este libro habla sobre conocimientos básicos que se deben tener en cuenta al momento de hacer publicidad de algún producto o marca. Está dirigido a los entusiastas de esta materia y para aquellos que quieren empezar un camino a este ámbito y puedan entenderlo con claridad y sencillez. Toda persona que desee adquirir conocimiento sobre lo que es el *marketing* en la

era digital y quiera adentrarse en este rubro, ya sea por simple curiosidad o por hacer uso práctico de esta guía son el público ideal para esta publicación. El idioma es español, sin embargo, hay varias palabras en inglés. Este libro fue escogido ya que es interesante encontrar una gran variedad de palabras en inglés aun cuando es un libro de conocimientos básicos de la materia. La presente investigación tuvo como corpus los capítulos desde el capítulo 1 hasta el capítulo 26.

Tabla 2

Datos generales del libro

Nombre del libro	Autores	Número de partes	Número de capítulos	Año de publicación
Marketing Digital para <i>Dummies</i>	Contreras et al.	8	26	13-Nov-18

Nota. La tabla 2 representa de manera resumida los datos generales del libro.

Tabla 3

Corpus del libro

Parte	Número de capítulos
I	3
II	5
III	5
IV	5
V	2
VI	3
VII	2
VIII	1

Nota. La tabla 3 resume el corpus del análisis del libro.

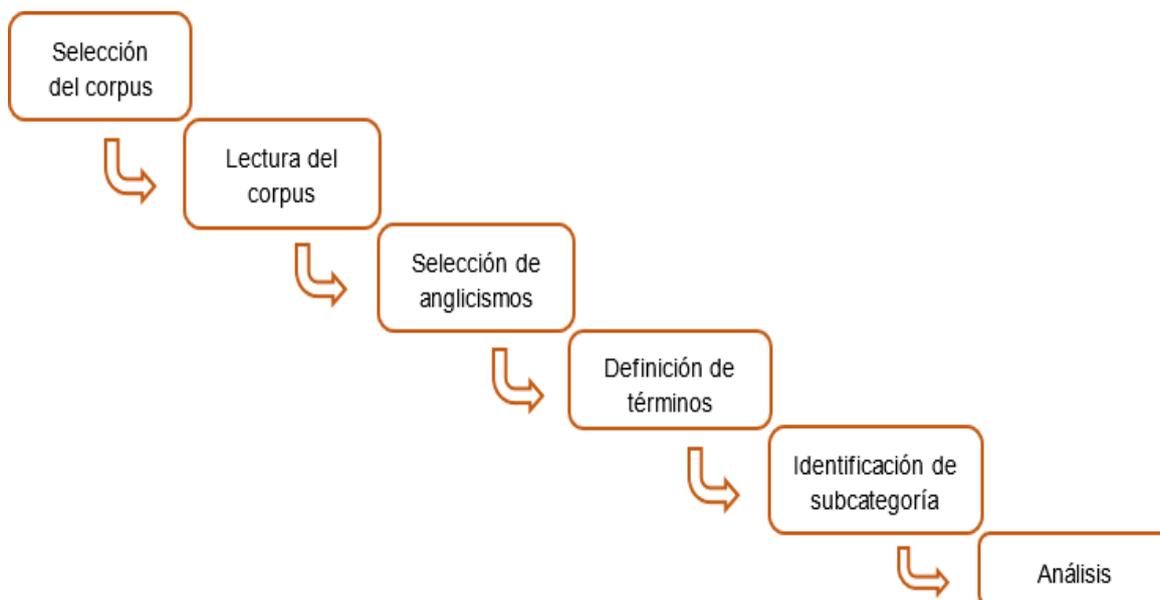
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: La técnica que se aplicó en esta investigación fue el análisis de contenido, que, según Andréu, se caracteriza por tener la capacidad de disponer de contenido que al ser analizado puede llegar a brindar conocimientos de diversos fenómenos, esta técnica también permite interpretar distintos textos escritos, ya sea en libros o subtítulos de una película o documental (2018). Esta investigación utilizó el análisis de contenido, ya que el texto fue un libro digital y el contenido que se analizó brindó conocimientos sobre los tipos de anglicismos.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó para el análisis de contenido fue una ficha de análisis, que sirvió para recolectar información. Para Bordas et al. (2015), la ficha de análisis se utiliza para consignar datos extraídos de la revisión de las unidades de análisis obtenidas del corpus. Es por ello que este instrumento es de gran importancia en el caso del análisis de una investigación cualitativa. El instrumento constó de 10 campos, en la parte superior se colocó información general del corpus como: nombre del libro, año de publicación, el número de página donde se encontró el anglicismo. Luego, se colocó la información correspondiente de la unidad de análisis, tales como: el anglicismo encontrado, categoría gramatical, definición en inglés y su respectiva fuente, equivalente en español y su fuente, contexto del anglicismo. El siguiente campo consistió en la subcategoría de anglicismos (crudos, en periodo de aclimatación, falsos, asimilados, afrancesados) y, por último, el campo del análisis.

3.5. Procedimiento: En primer lugar, para esta investigación, se empezó con la selección del corpus, el cual fue un libro digital titulado “*Marketing digital para dummies*”. En segundo lugar, se inició la lectura correspondiente del corpus. En tercer lugar, luego de la lectura del libro, se procedió con la selección de los anglicismos. En cuarto lugar, una vez seleccionados los anglicismos, se inició la búsqueda de la definición de cada término. Inmediatamente se continuó con la identificación de subcategoría y, por último, se realizó el análisis correspondiente de cada uno de los anglicismos.

Figura 1

Procedimiento del análisis cualitativo



Nota. La figura 01 representa el procedimiento del análisis cualitativo.

3.6. Rigor científico: De manera que este estudio cuente con rigor científico, se cumplió con la validez, que es una característica que ayuda a precisar el valor que posee la documentación utilizada para la creación del instrumento (Urrutia et al., 2014). Este estudio cumple con este criterio ya que los documentos consultados fueron buscados en la base de datos de la universidad, en artículos científicos, en tesis y en libros; también, este trabajo de investigación contó con la validación de tres expertos en el campo de la traducción, quienes evaluaron con criterio las características que el instrumento tenía que cumplir. Al mismo tiempo, esta investigación también cumplió con la confirmabilidad, la cual se refiere a la imparcialidad que conserva el análisis de datos, así como su interpretación, que sucede en el momento en que otros autores tengan hallazgos similares (Espinoza, 2020), esto se confirma con el análisis de anglicismos, los cuales fueron analizados de forma imparcial.

Además, se cumplió con la veracidad de la información que tiene como objetivo garantizar la veracidad del contenido que se difunde (Galdámez, 2021), esto demuestra con la veracidad del corpus, ya que los anglicismos analizados fueron efectivamente extraídos del corpus seleccionado, ninguno fue alterado o sacado de otro texto que no fuera el corpus elegido. Finalmente, se cumplió con el criterio de

fiabilidad que, según Sánchez et al. (2018), consiste en recurrir a otras investigaciones con la misma área temática para saber si la reconstrucción de las subcategorías ha sido elaborada correctamente. Por último, esta investigación obtuvo la aprobación de tres especialistas en traducción, dos magísteres y una doctora, quienes revisaron el instrumento y posteriormente la validaron y aprobaron su aplicación.

3.7. Método de análisis de datos: Esta investigación utilizó la técnica de análisis de contenido, la cual permite examinar información de textos para poder entenderlos y finalmente realizar una interpretación y una clasificación conforme a las subcategorías de estudio (Díaz, 2018). Esta técnica se utilizó para el análisis de anglicismos extraídos de un libro conceptual, cuyos resultados se obtuvieron con la aplicación del análisis de contenido y su respectiva interpretación. Al mismo tiempo para poder realizar el análisis de los anglicismos seleccionados del corpus se utilizó el instrumento de ficha de análisis.

3.8. Aspectos éticos: La ética es un aspecto importante que debe estar presente en una investigación científica, debido a que permitirá buscar la verdad. Para Del Castillo y Rodríguez (2018), la ética también puede garantizar que el estudio pueda ser beneficioso para la comunidad científica. El presente estudio cumplió con el aspecto ético, ya que se realizó con honestidad al no tergiversar la información ni los resultados. Al mismo tiempo, se respetó la propiedad intelectual de cada uno de los autores, haciendo uso de las citas en esta tesis, además de usar correctamente el Manual de estilo APA, 7.^a edición. De la misma manera, se respetaron los lineamientos dados por esta universidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en este estudio acorde con el objetivo general y con los objetivos específicos.

Analizar los tipos de anglicismos que se utilizan en un libro conceptual de marketing digital, Lima, 2022.

Tabla 4

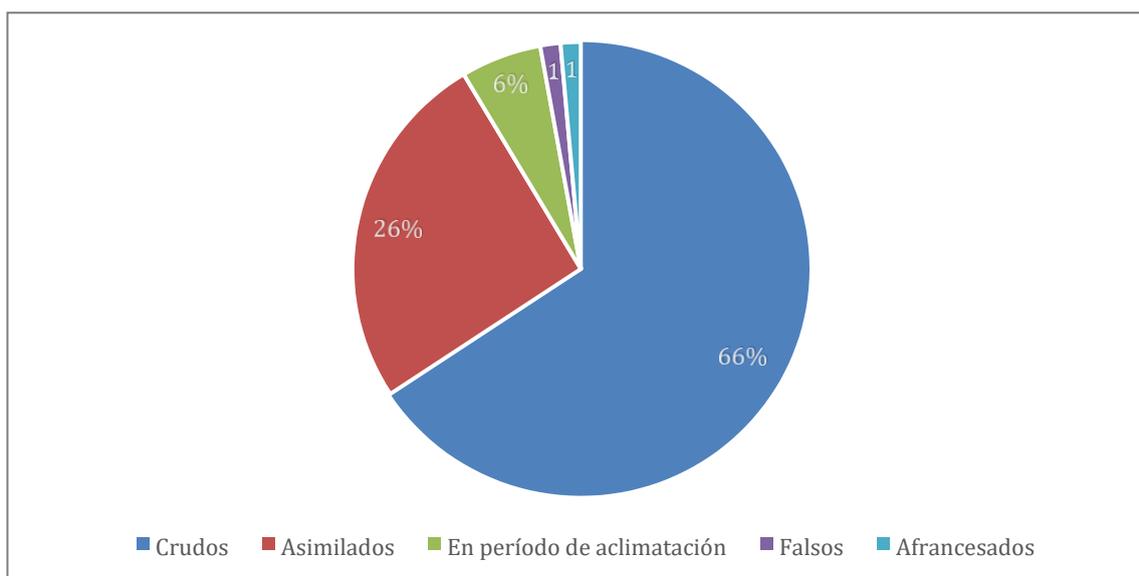
Tipos de anglicismos según Vázquez (2014)

Subcategoría	Frecuencia	Porcentaje
Crudos	46	66%
Asimilados	18	26%
En período de aclimatación	4	6%
Falsos	1	1%
Afrancesados	1	1%
Total	70	100%

Nota. La tabla 4 representa los tipos de anglicismos.

Figura 2

Resultados



Nota. La figura 02 representa los resultados.

Como se observa en la figura 2, el tipo de anglicismo más utilizado en un libro conceptual de marketing digital fue el crudo (66%), seguido por los asimilados (26%), en período de aclimatación (6%), por último, falsos (1%), y afrancesados (1%).

Objetivo específico 1: Analizar los anglicismos crudos utilizados en un libro de marketing digital, Lima, 2022

Tabla 5

Anglicismos crudos

SUBCATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anglicismos crudos	46	66%

Nota. La tabla 5 representa los anglicismos crudos utilizados en un libro de marketing digital.

De acuerdo con el primer objetivo específico, en la tabla 5, los anglicismos crudos fueron los más recurrentes ya que se hallaron 46 anglicismos de este tipo en el corpus analizado, según Vázquez (2014) los anglicismos crudos se caracterizan principalmente por mantener su estructura original, es decir, mantiene su grafía y fonología original sin sufrir alteraciones. Dentro de los anglicismos categorizados como crudos, tenemos: *brand awareness* (1 vez), *benchmarking* (3 veces), *blockchain* (1 vez), *branding* (27 veces), *crossuser* (1 vez), *crowdfunding* (1 vez), *engagement* (16 veces), *focus group* (1 vez), *gamification* (1 vez), *hub* (2 veces), *hype* (1 vez), *inbound marketing* (3 veces), *insights* (3 veces), *mainstream* (1 vez), etc. Se puede observar que los términos no cambiaron su estructura, es decir, mantuvieron su grafía y pronunciación en la lengua receptora.

Objetivo específico 2: Analizar los anglicismos en periodo de aclimatación utilizados en un libro de marketing digital, Lima, 2022.

Tabla 6

Anglicismos en período de aclimatación

SUBCATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anglicismos en período de aclimatación	4	6%

Nota. La tabla 6 representa los anglicismos en período de aclimatación utilizados en un libro de marketing digital.

Como se observa en la tabla 6, se encontraron y analizaron 4 anglicismos en período de aclimatación, Vázquez (2014) indica que los anglicismos en período de aclimatación son aquellos que se encuentran en proceso de adaptación a las normativas de la lengua española pero que aún mantienen elementos extranjeros de la lengua de procedencia, el inglés. Dentro de los anglicismos en período de aclimatación se encontraron: *trackear* (2 veces), *twittear* (1 vez), *marketero* (11 veces), *folksonomía* (2 veces). Se puede observar que los términos han adaptado su grafía y pronunciación, sin embargo, aún conservan rasgos extranjeros por lo que no han sido asimilados a la lengua española por completo.

Objetivo específico 3: Analizar los falsos anglicismos utilizados en un libro de *marketing* digital, Lima, 2022.

Tabla 7

Falsos anglicismos

SUBCATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falsos anglicismos	1	1%

Nota. La tabla 7 representa los falsos anglicismos utilizados en un libro de marketing digital.

Como se observa en la tabla 7, se encontró 1 falso anglicismo, según Vázquez (2014) los falsos anglicismos son aquellos términos que no existen en el inglés a pesar de tener una aparente estructura inglesa. El falso anglicismo que se encontró y analizó fue: *mushup* (1 vez). Se puede observar que, a pesar de tener apariencia inglesa, este término no existe en el inglés. Este falso anglicismo puede estar clasificado dentro de los aclimatados por error ya que su alteración gráfica parece ser producto de un error tipográfico.

Objetivo específico 4: Analizar los anglicismos asimilados utilizados en un libro de *marketing* digital, Lima, 2022.

Tabla 8

Anglicismos asimilados

SUBCATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anglicismos asimilados	18	26%

Nota. La tabla 8 representa los anglicismos asimilados utilizados en un libro de marketing digital.

Como se observa en la tabla 8, se encontraron y analizaron 18 anglicismos asimilados, Vázquez (2014) indica que los anglicismos asimilados son aquellos términos que ya han sido aceptados en el léxico español y tienen la capacidad de crear nuevas palabras por derivación. Dentro de los anglicismos asimilados se encontraron: *puzle* (1 vez), *clicando* (1 vez), *retuiteando* (1 vez), *friki* (1 vez), *usabilidad* (6 veces), *kit* (4 veces), *eslogan* (1 vez), *logotipo* (2 veces), *plataforma* (52 veces), *aplicaciones* (61 veces), *píxeles* (19 veces), *interfaz* (6 veces), *chatbot* (6 veces), *geolocalización* (5 veces), *parámetro* (26 veces), *programador* (4 veces), *usuario* (116 veces), etc. Se puede observar que los términos se han adaptado completamente al español y están incluidos en el Diccionario de la Real Academia Española.

Objetivo específico 5: Analizar los anglicismos afrancesados utilizados en un libro de *marketing* digital, Lima, 2022.

Tabla 9

Anglicismos asimilados

SUBCATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anglicismos afrancesados	1	1%

Nota. La tabla 9 representa los anglicismos afrancesados utilizados en un libro de marketing digital.

Como se observa en la tabla 9, se encontró 1 anglicismo afrancesado, según Vázquez (2014) los anglicismos afrancesados son aquellos términos que ingresan al español a través del inglés. El anglicismo afrancesado que se encontró y analizó fue: *pivotar* (1 vez). Se puede observar que este término ha entrado a la lengua española a través del francés, ya que, proviene del término *pivot*.

DISCUSIÓN

A continuación, se muestra la discusión de resultados obtenidos en el presente trabajo acorde al objetivo general y a los objetivos específicos.

En cuanto al objetivo general de la presente investigación fue analizar los tipos de anglicismos que se utilizaron en un libro conceptual de *marketing* digital, Vázquez (2014) menciona de forma exclusiva una tipología de anglicismos, los cuales son los cinco siguientes: Anglicismos crudos, anglicismos en periodo de aclimatación, falsos anglicismos, anglicismos asimilados y anglicismos afrancesados. Con respecto a los resultados y, tomando en cuenta esta tipología, se analizaron 70 términos. El primer tipo de anglicismo más usado en un libro sobre *marketing* digital es el anglicismo crudo (66%), seguido por los anglicismos asimilados (26%), anglicismos en período de aclimatación (6%), falsos anglicismos (1%) y por último los anglicismos afrancesados (1%).

Los resultados de este trabajo tienen similitud con la investigación de Peralta (2019) en su investigación titulada “Anglicismos empleados en la traducción del inglés al español de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019”, esto se debe a que en dicho estudio el tipo de anglicismo que predominó fueron los crudos, de los 40 anglicismos analizados 20 de ellos fueron identificados como anglicismos crudos. Otro tipo de anglicismo que se encuentra en los dos estudios son los anglicismos híbridos (en período de aclimatación), así como la presencia de los anglicismos asimilados. Asimismo, los anglicismos de tipo afrancesado tuvieron menos recurrencia en el estudio de Peralta, con tal solo la presencia de 2 anglicismos afrancesados, al mismo tiempo en la presente investigación solo se encontró 1 anglicismo afrancesado, es por esto que ambos estudios coinciden en que dicha subcategoría fue la menos recurrente en el análisis. Por otro lado, en ambos estudios se menciona a los falsos anglicismos, sin embargo, en la presente investigación se encontró tan solo 1 anglicismo de este tipo, a diferencia de Peralta, que en su trabajo no se encontró ningún falso anglicismo.

Finalmente, con respecto a las subcategorías de anglicismos, en los dos estudios la cantidad de anglicismos crudos encontrados fue predominante en comparación con las otras subcategorías. Por otra parte, hay una coincidencia en cuanto a la metodología de ambas investigaciones, debido a que tuvieron un enfoque cualitativo, fueron de tipo básica y el nivel de investigación fue el descriptivo. Además, el diseño de investigación fue el estudio de caso y, al mismo tiempo, en ambos trabajos se realizó un análisis de contenido. Al mismo tiempo, se utilizó el instrumento de fichas de análisis y, de la misma manera, en las dos investigaciones se utilizaron corpus específicos para hacer el análisis de tipos de anglicismos. En conclusión, el objetivo general coincide con la investigación mencionada previamente, debido a que en el análisis de los anglicismos se incluye a las mismas 5 subcategorías: Anglicismos crudos, anglicismos asimilados, anglicismos en período de aclimatación, falsos anglicismos y anglicismos afrancesados.

Con relación al primer objetivo específico de la presente investigación, este fue analizar los anglicismos crudos utilizados en un libro de *marketing* digital. Para Vázquez (2014), son aquellos que son gráficamente iguales a la voz del inglés, quiere decir las palabras del inglés que no tienen ninguna modificación morfológica o sufren de alguna alteración, las palabras son usadas tanto en inglés como el español de la misma manera. Con relación a los resultados, la cantidad de anglicismos crudos encontrados fue de 46, lo cual representó un 66%, siendo la subcategoría con mayor presencia en el libro de *marketing* digital. Algunos ejemplos de este tipo son: *brand awareness, benchmarking, focus group, inbound marketing, insights, mainstream* y *target*.

Estos resultados coinciden con los del estudio de Mezones (2018) titulado "Anglicismos utilizados en los videojuegos online de tipo shooters y RPG, Lima, 2018", debido a que en sus resultados se encontraron 22 préstamos puros (crudos), siendo el tipo con más cantidad de términos en el discurso gamer. Por otra parte, aun cuando la investigación de Mezones es de tipo aplicada y, el presente trabajo es de tipo básica, ambos estudios tuvieron un enfoque cualitativo, además de haber usado la técnica de análisis de contenido, así como también las fichas de análisis como instrumento para poder analizar los términos.

Con respecto al segundo objetivo específico del presente estudio, este fue analizar los anglicismos en periodo de aclimatación utilizados en un libro de *marketing* digital. Para Vázquez (2014), estos anglicismos tienen una pronunciación y grafía que está en un período de adaptación a las normas de la lengua española, sin embargo, aún tienen elementos de su lengua origen. En relación con los resultados, se encontró la presencia de 4 anglicismos en período de aclimatación, que representó un 6% de los términos encontrados en el libro de *marketing* digital. Los términos de esta subcategoría fueron: *trackear*, *twittear*, *marketero*, *folksonomía*.

Los resultados coinciden con la investigación de Moncada (2019) titulada “Los anglicismos en una revista musical, Lima, 2019”, puesto se encontraron 2 anglicismos en período de aclimatación, al igual que el presente trabajo de investigación dicha subcategoría fue la tercera en cuanto a cantidad. En cuanto a la metodología, el estudio de Moncada fue de tipo aplicada, a diferencia de este trabajo, ya que es de tipo básica. Sin embargo, los dos trabajos tuvieron un enfoque cualitativo y el diseño de ambos fue el estudio de caso. Igualmente, los términos de ambos trabajos fueron recolectados y analizados gracias a la ficha de análisis.

De acuerdo al tercer objetivo específico de esta investigación, este fue analizar los falsos anglicismos utilizados en un libro de *marketing* digital. Para Vázquez (2014), estos anglicismos son palabras que no existen en el inglés, a pesar de tener una grafía muy parecida a la lengua inglesa. Con relación a los resultados, el número de falsos anglicismos encontrados fue 1, que representó el 1% siendo una de las categorías con menos presencia en el libro de *marketing* digital. El término que se encontró fue: *mushup*.

Los resultados coinciden con el trabajo de investigación de Vázquez (2017) titulado “Los anglicismos de la moda en la prensa rosa española” ya que la cantidad de falsos anglicismos fue la menos predominante, con solo 3 términos en dicha subcategoría. Por otro lado, aunque el trabajo de Vázquez tuvo un enfoque mixto y el presente estudio tuvo un enfoque cualitativo, en ambos se utilizó la ficha de análisis como instrumento para la recolección de datos.

En cuanto al cuarto objetivo específico del presente trabajo, este fue analizar los anglicismos asimilados utilizados en un libro de *marketing* digital. Para Vázquez (2014), estos anglicismos son aquellos que ya son aceptados en la lengua española, y como consecuencia se pueden formar palabras nuevas. Algunos ejemplos de los anglicismos asimilados encontrados fueron: *puzzle, clicando, retuiteando, friki, kit, eslogan, logotipo, plataforma*. Con relación a los resultados, se encontraron 18 anglicismos asimilados, que representó el 26%, siendo la segunda subcategoría predominante en la investigación.

Estos resultados coinciden con los brindados por Aguilar (2018) en trabajo de su tesis titulado "Tipos de anglicismos presentes en el manual de tecnología: introducción al desarrollo de aplicaciones Android, Lima, 2018", ya que, de sus 50 términos analizados, 14 fueron de tipo asimilado, siendo también la segunda subcategoría más encontrada en dicho trabajo. Asimismo, ambos estudios tuvieron un enfoque cualitativo, un diseño de estudio de caso y se utilizó el mismo instrumento para el análisis de datos, que fue la ficha de análisis.

En relación al quinto objetivo específico de este trabajo de investigación, este fue analizar los anglicismos afrancesados utilizados en un libro de *marketing* digital. Para Vázquez (2014), estos anglicismos son aquellos términos que están dentro del léxico del español a través del francés, lo cual puede ser deducido a partir de la grafía, ya que es francesa. Respecto a los resultados, el número de anglicismos afrancesados fue 1, representando también el 1%, siendo la otra categoría que menos presencia tuvo en el libro de *marketing* digital. El término que se encontró fue: *pivotar*.

Los resultados de este trabajo tienen similitud con la investigación de Peralta (2019) en su trabajo de tesis titulado "Anglicismos empleados en la traducción del inglés al español de un libro de diseño gráfico, Lima, 2019", debido a que la subcategoría de anglicismos afrancesados fue la que menos presencia tuvo en el libro de diseño gráfico, con tan solo un total de 2 términos en aquella subcategoría. De la misma manera, ambas investigaciones contaron con un enfoque cualitativo, las dos fueron

de tipo básica, con un nivel descriptivo, además, ambos estudios usaron la técnica de análisis de contenido.

V. CONCLUSIONES

Según el objetivo general, se identificaron 70 anglicismos de los cuales el 66% fueron de tipo crudo, el 26% fueron del tipo asimilado, el 6% fueron anglicismos en período de aclimatación, el 1% fue falso anglicismo y 1% de anglicismos afrancesados. En conclusión, la influencia de la lengua origen, en este caso la lengua inglesa, destaca notoriamente ya que más de la mitad de los términos permanecen con su misma grafía y pronunciación, aun cuando hay equivalentes en la lengua española.

Con relación al primer objetivo específico, de los 70 anglicismos, 46 fueron anglicismos crudos. Este tipo se caracteriza por mantener su estructura original. Se concluye que el uso de estos términos en su lengua origen se debe a la gran cantidad de publicidad que abunda en las redes sociales, es decir, no hay una necesidad por usar los equivalentes en la lengua española ya que estos términos son conocidos y entendidos por los consumidores. En el área del marketing digital hay una tendencia por elegir los anglicismos y no sus equivalentes en el español, esto se debe a que el uso de términos en inglés, sobre todo cuando se habla de publicidad en las redes sociales, el uso de la lengua inglesa hace parecer que un producto o una empresa es más exclusiva, sobresaliente y excepcional en comparación con otras que no hacen uso de esta.

De acuerdo con el segundo objetivo específico, de los 70 términos analizados, 4 fueron anglicismos en periodo de aclimatación. Este tipo de anglicismos son los que están en un proceso de adaptación a las normativas de la lengua española, sin embargo, aún conservan elementos de la lengua inglesa. Se concluye que estos anglicismos están en este proceso de adaptación debido a que en la lengua española no hay equivalentes para dichos términos, por lo cual se trata de modificar su estructura de acuerdo con las necesidades de la lengua. Un claro ejemplo de esto es la palabra *twittear*, la cual proviene de la palabra *Twitter* que es una

plataforma donde la gente publica sus comentarios. En la lengua española no existe una palabra que describa la acción principal de dicha aplicación, por lo cual el nombre propio empezó a modificarse en cuanto a su estructura ortográfica para convertirla en verbo: *twittear*.

Con relación al tercer objetivo específico, de los 70 términos analizados solo se encontró 1 falso anglicismo. Este tipo de anglicismo tiene dicho nombre ya que son términos que en realidad no existen en la lengua inglesa, aunque por su estructura pueda parecer que sí. Se concluye que la presencia de un solo anglicismo de este tipo parece ser producto de un error tipográfico.

De acuerdo con el cuarto objetivo específico, de los 70 anglicismos analizados 18 fueron del tipo asimilado. Estos anglicismos son términos ya aceptados en el léxico español, por lo que es posible crear nuevas palabras por derivación. Se concluye que la presencia de los anglicismos asimilados se debe a que en la lengua española no existen términos que puedan usarse como equivalentes, por lo cual dichos términos empezaron a adaptarse a la normativa española, hasta que finalmente fueron aceptadas e incluidas en el Diccionario de la Real Academia Española. Una de estas palabras es: *píxeles*, cuya grafía original es *pixels*, cuya equivalencia en español era inexistente hasta que se adoptó su grafía y pronunciación a las reglas de ortografía del español.

Con relación al quinto objetivo específico, dentro de los 70 términos analizados se encontró 1 anglicismo afrancesado. Estos anglicismos son términos que ingresan a la lengua española a través del inglés. Se concluye que la casi escasa presencia de este tipo de anglicismo se debe a que la lengua francesa, dentro del ámbito del marketing digital, no tiene una gran influencia.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a estudiantes de pregrado de la carrera de traducción e interpretación continuar una investigación más profunda sobre los anglicismos como fenómeno lingüístico y su notable presencia en la lengua española, con un

enfoque mixto o metodología experimental con el fin de obtener resultados que contribuyan al conocimiento de la comunidad traductora y que los estudios de la especialidad de traducción e interpretación puedan avanzar. Además, se contribuirá con el desarrollo de la especialidad para que se proporcionen las herramientas y competencias necesarias a estudiantes, profesionales e investigadores de traducción.

Por otro lado, debido a que los anglicismos son préstamos del inglés, es crucial que los estudiantes de traducción y traductores profesionales tengan un dominio avanzado de la lengua inglesa para que logren tener una correcta comprensión de los términos anglicados y puedan tomar decisiones acertadas al momento de traducirlos. Es por ello, que se recomienda a estudiantes y profesionales mantener una preparación constante respecto a los idiomas de trabajo, tanto origen como meta, y su lingüística. También se recomienda a las universidades implementar cursos electivos que enseñen como es la traducción en el campo del marketing digital.

Finalmente, se recomienda a los traductores contar con un amplio conocimiento del campo temático, en este caso el marketing digital, y se documenten con las nuevas tendencias y desarrollos de la especialidad o contar con la presencia de un especialista que pueda corroborar la terminología utilizada en la traducción y evitar ambigüedades o incoherencias, así como también, ayudar al traductor con conceptos nuevos o desconocidos.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. (2018). *Tipos de anglicismos presentes en el manual de tecnología: introducción al desarrollo de aplicaciones Android, Lima, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24256>
- Andréu, J. (2018). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Fundación Centro Estudios Andaluces*, 10(2), 1-34. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Anzola, I. (2018). *Administracion, innovacion y conectividad*. Ecoe ediciones.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6.ª ed.). Editorial episteme. <https://El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L y Arellano, C. (2020). *La investigación científica: una aproximación para los estudios de posgrado*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://ebiblioteca.ufg.edu.sv/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=173890>
- Arnau, L. y Sala, J. (2020). *La revisión de la literatura científica: pautas, procedimientos y criterios de calidad*. Departament de Teories de l'Educació i Pedagogia Social. <https://ddd.uab.cat/record/222109>
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal. https://books?id=lvhoTqll_EQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage
- Booth, A.; Papaioannou, D., y Sutton, A. (2012). *Systematic approaches to a Successful literature review* [Enfoques sistemáticos para una revisión exitosa de la literatura]. SAGE Publications Inc. https://www.researchgate/publication/235930866_Systematic_Approaches
- Beltrán, J. y López, J. (2018). *Evolución de la Administración*. Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. https://www.academia.edu/37902977/Evolucion_de_la_Administracion

- Bordas, J., Bordas, M. y Crespo, M. (2015). *Técnicas de investigación social aplicadas al análisis de los problemas sociales*. Editorial UNED.
- Bricio, K., Calle, J. y Zambrano, M. (2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(4), 103-109. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>
- Campos, M. (2015). All Is not English that Glitters: False anglicisms in the Spanish language of sports [No es inglés todo lo que reluce: falsos anglicismos en el español del deporte]. *ATLANTIS*, 37(2), 155-174. <https://www.jstor.org/stable/24757788>
- Chang, N. (2021). Usos y formas de anglicismos en discurso publicitario contemporáneo del transporte ferroviario. *Acta Hispanica*, 26, 87-102. <https://doi.org/10.14232/actahisp/2021.26.87-102>
- Cisneros, F., Lozano, W., y Monge, C. (2014). *Desarrollo de una plataforma de marketing digital para el mejoramiento de las estrategias de promoción de las micro y pequeñas empresas del departamento de Usulután* [Tesis de licenciatura, Universidad de El Salvador]. <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/8707/>
- Crespo-Fernández, E. (2016). La presencia del inglés en la publicidad televisiva española (2013-2015). *Miscelánea*, 53, 127-131. <https://www.proquest.com/docview/1860847341>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (2018). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento Renacyt. https://portal.concytec.gob.pe/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Del Castillo, D. y Rodríguez, T. (2018). La ética de la investigación científica y su inclusión en las ciencias de la salud. *Acta Médica del Centro*, 12(2), 213-227. <https://www.medigraphic.com/pdfs/medicadelcentro/mec-2018/mec182n.pdf>

- Díaz, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 119-142. <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1990-86442020000400103
- Galdámez, A. (2021). Derecho a la verdad y cánones de veracidad. *Estudios de Deusto*, 69(2), 77-110. [https://doi.org/10.18543/ed-69\(2\)-2021pp77-110](https://doi.org/10.18543/ed-69(2)-2021pp77-110)
- Giménez, D. (2019). Adaptación y uso de los extranjerismos en la 23.^a edición del Diccionario de la lengua española. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 77, 201-216. <https://doi.org/10.5209/CLAC.63284>
- Gutiérrez, E. (2021). La Lingüística teórica en la enseñanza secundaria. *Revista Española De Lingüística*, 51(2), 33-50. <https://doi.org/10.31810/rsel.51.2.3>
- Hernández, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* McGraw Hill. <http://www.biblioteca.cij./Archivos/Materiales/Articulos/Sampieri.pdf>
- Jiménez, V., y Comet, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *Academo Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2). <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5757749.pdf>
- Larrarte, P. (2018). *Fundamentos de Administración.* Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425223.pdf>
- Lazović, M. (2018). The typology of anglicisms used in the Serbian tourism and hospitality lexicon [La tipología de los anglicismos utilizados en el léxico turístico y hotelero serbio]. *Quaestus*, 13, 163-172. <https://search.proquest.com/openview/8a4e70e27bf2fffd72709053fcc6dfc2>

- López, P. (2022). Anglicismos en marketing digital en un contexto académico. *Onomázein*, 55, 71–91. <https://doi.org/10.7764/onomazein.55.07>
- López, P. (2018). El uso de anglicismos en el contexto del vocabulario académico de marketing. *Onomázein*, 39, 114-139. <https://doi.org/10.7764/onomazein.39.06>
- López, F (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 4, 167-179. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=309707>
- Mattioli, V. (2018). *Los extranjerismos como referentes culturales en la literatura traducida y la literatura de viajes: propuesta metodológica y análisis traductológico basado en corpus* [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. <https://www.semanticscholar.org/paper/Los-extranjerismos-como-referentes-culturales-en-la-Mattioli>
- Membriela-Pollán, M., y Pedreira, N. (2019). Herramientas de marketing digital y competencia: Una aproximación al estado de la cuestión. *Atlantic Review of Economics*, 2(3), 1-22. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/herramientas-de-marketing-digital-y-competencia/docview>
- Mezones, M. (2018). Anglicismos utilizados en los videojuegos online de tipo shooters y rpg, Lima, 2018 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24313>
- Moncada, N. (2019). *Los anglicismos en una revista musical, Lima, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35499>
- Noblecilla, M. y Granados, M. (2018). *El marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Editorial Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12484>

- Noreña, A., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274. <https://www.redalyc.org/articulo.id=74124948006>
- Peinado, M. (2019). *Anglicismos en un diario peruano digital económico-financiero*, Lima, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35751>
- 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]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35409>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de investigación. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/pdf>
- Sanz, M. (2021). *Estrategias lingüísticas para la sociedad multilingüe*. Octaedro. <https://doi.org/10.36006/16333>
- Urrutia, M., Barrio, S., Gutiérrez, M. y Mayorga, M. (2014). Métodos óptimos para determinar validez de contenido. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*, 28(3), 547-558. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=58143>
- Vázquez, M. (2018). Los anglicismos de la moda en la prensa rosa española. *Onomázein*, 40, 49-55. <https://doi.org/10.7764/onomazein.40.03>
- Vázquez, M. (2014). Los anglicismos en la lengua española a través de la prensa de la primera mitad del siglo XXI. *Revista de Investigación Lingüística*, 17, 221-241. <https://revistas.um.es/rii/article/view/224031>

Vázquez, M. (2015). Anglicismos en la prensa deportiva de principios del siglo XX y XXI: Estudio contrastivo. *EPOS*, 21, 359-374. <https://doi.org/10.5944/epos.31.2015.17371>

Vásquez, M (2016). Los anglicismos en la lengua española a través de la prensa de la primera mitad del siglo XIX. *Revista de investigación lingüística*, 17, 221-241. <https://revistas.um.es/ril/article/view/224031>

ANEXOS

ANEXO 1
Matriz de categorización apriorística

Anglicismos presentes en un libro conceptual de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022					
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p>Problema general:</p> <p>¿Qué tipos de anglicismos se presentan en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima 2022?</p>	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar los tipos de anglicismos que se utilizan más en un libro conceptual de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar los anglicismos crudos utilizados en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. - Analizar los anglicismos en periodo de aclimatación utilizados en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. - Analizar los falsos anglicismos utilizados en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. - Analizar los anglicismos asimilados utilizados en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. - Analizar los anglicismos afrancesados utilizados en un libro de <i>marketing</i> digital, Lima, 2022. 	No aplica	Anglicismos	<ul style="list-style-type: none"> - Anglicismos crudos - Anglicismos en periodo de aclimatación - Falsos anglicismos - Anglicismos asimilados - Anglicismos afrancesados 	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño: Estudio de caso</p> <p>Corpus: Libro</p> <p>Técnica: Análisis de contenido</p> <p>Instrumento: Ficha de análisis</p>

ANEXO 2

Ficha de análisis

1. Nombre del libro impreso:	2. Año de publicación:	3. N.º de página:		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo:	5. Categoría gramatical:			
6. Definición en inglés:	7. Equivalente en español:			
Fuente:	Fuente:			
8. Contexto del anglicismo:				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				

ANEXO 3

Validación del instrumento por expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Jara Angulo Cecilia Fiorella
I.2. Cargo e institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo Lima Norte
I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Ficha de análisis
I.4. Autores de instrumento: Díaz Rea, Shirley Elida; Neyra Centeno, Gianella Ivette

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

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

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

Sí

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

Observaciones:

Lima, 04 de Julio de 2022

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI: 45419450 Telf: 924606125

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Mañaccasa Vásquez, María Soledad
I.2. Cargo e institución donde labora: Universidad César Vallejo
I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Ficha de análisis
I.4. Autores de instrumento: Díaz Rea, Shirley Elida; Neyra Centeno, Gianella Ivette

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

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Observaciones:

Lima, 20 de julio de 2022



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI: 08882152 Telf.: 981037468

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y Nombres: Regalado Clemente, Carol Paola
I.2. Cargo e institución donde labora: Universidad César Vallejo
I.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Ficha de análisis
I.4. Autores de instrumento: Diaz Rea, Shirley Elida; Neyra Centeno, Gianella Ivette

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

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

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

Observaciones:

Lima, 20 de Julio de 2022



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI: 41474923.

ANEXO 4

Ficha de análisis N.º 1

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 154	
Unidad de análisis			
4. Anglicismo: <i>Bottom of the Funnel</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo	
6. Definición en inglés: The bottom of the funnel is where you want leads to be, and you've spent a fair amount of effort to get them there. This is when leads are making the final decision to buy from you or a competitor.		7. Equivalente en español: Última fase del funnel	
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/b/brand-awareness.asp		Fuente: https://www.iebschool.com/blog/tofu-mofu-y-bofu-inbound-marketing/	
8. Contexto del anglicismo: Al ser una acción de marketing enfocada en Bottom of the Funnel , o parte baja del “embudo de compra” —la fase en que el usuario ya está dispuesto a comprar un producto—, los resultados suelen ser más directos y más trazables que acciones centradas en Middle o Top of the Funnel, en tanto son etapas en las que el usuario aún está comparando entre productos o incluso pensando si realmente necesita nuestro producto.			
9. Subcategoría de anglicismos:			
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>
10. Análisis			
<p>Según el Diccionario BCM Marketing el término funnel es una herramienta que consiste en definir las fases que atraviesa un usuario a lo largo de un proceso de compra hasta su fase final, que puede ser la compra o un registro. Fuente: https://cutt.ly/EB0S7Dg</p> <p>En el contexto, el término bottom of the tunnel es una fase específica de este proceso, es la parte baja o última parte de dicho proceso. En esta última fase el usuario está dispuesto a comprar el producto.</p> <p>Entonces, el término bottom of the tunnel es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>			

Ficha de análisis N.º 2

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 112		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Brand Lovers</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Brand Lovers are customers who are unapologetically committed to a brand, because in their eyes, there is no equal.		7. Equivalente en español: Amantes de la marca		
Fuente: https://cultbranding.com/ceo/proven-method-for-finding-brand-lovers		Fuente: https://dayvo.com/blogs/brand-lovers		
8. Contexto del anglicismo: La atención al cliente es uno de los puntos que más valoran los usuarios de las empresas, y en la actualidad las redes sociales son el canal más utilizado para atenderlos y resolver sus dudas. Con una buena atención al cliente en las redes sociales conseguirás fidelizar a tus clientes convirtiéndolos en brand lovers , captar a los indecisos y mejorar tu imagen.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término brand lovers es el nombre que tienen los consumidores que son fans de una marca en específico. Son aquellos consumidores fieles que hablan bien de la marca, además de recomendar sus productos. Fuente: https://cutt.ly/BB0FF8c</p> <p>Dentro del contexto, el término brand lovers se refiere a consumidores satisfechos que se hacen grandes fans de la marca, debido a la buena atención al cliente que las empresas puedan ofrecerles, al hacerlos clientes fieles estos se convierten en amantes de la marca.</p> <p>Por lo tanto, el término brand lovers es un anglicismo crudo, ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 3

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 178		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Co-brandings</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Co-branding is a form of partnership, where two companies or brands share their brand names, logos, etc., on one project, one product, or one piece of software. Co-branding presents one offer, using the combined resources and marketing power of two (or more) brands to sell it.		7. Equivalente en español: Alianza estratégica y temporal		
Fuente: https://airfocus.com/glossary/what-is-co-branding/		Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/co-branding/		
8. Contexto del anglicismo: En este capítulo analizaremos las claves de la compra programática y veremos las ventajas de otras campañas de tipo colaborativo, como los co-brandings y las acciones de la mano de los influencers.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario BCM Marketing el término co-brandings es una alianza estratégica que consiste en la colaboración de dos o más marcas para ofrecer un producto o servicio de manera conjunta. Fuente: https://cutt.ly/AB0F7RG</p> <p>Dentro del contexto, el término co-brandings es un tipo de campaña colaborativo en la que dos marcas se juntan para elevar sus ventas. Menciona además que hay ventajas con esta colaboración, debido a la gran cantidad de posibles consumidores que podrían llegar.</p> <p>Por lo tanto, el término co-brandings es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 4

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 53		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Content marketing</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Content marketing is a strategic marketing approach focused on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain a clearly defined audience and, ultimately, to drive profitable customer action.	7. Equivalente en español: Marketing de contenidos			
Fuente: https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/	Fuente: https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-content-marketing			
8. Contexto del anglicismo: A partir de tu estrategia de content marketing , desarrolla el plan de contenidos de tu marca teniendo en cuenta los diferentes tipos de media, como podcasts, vídeos, ebooks, infografías, informes, etc. Estos contenidos, además de ser la imagen de la marca en el ámbito digital, serán los que atraerán leads y generarán ventas.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término content marketing consiste en una estrategia a largo plazo para definir la relación entre el público objetivo y la empresa. Esta estrategia permite a las empresas mostrar a los usuarios de una marca contenido mediante redes sociales, videos, podcasts, etc. Fuente: https://cutt.ly/fB0Gh4B</p> <p>Dentro del contexto, el término content marketing es una estrategia que desarrolla un plan de contenidos de una marca, haciendo uso de vídeos, podcasts, infografías, ebooks, etc., para poder generar ventas.</p> <p>Por lo tanto, el término content marketing es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 5

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 145		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Customer Journey</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A customer journey is a tool that helps marketers understand the series of connected experiences that customers desire and needs — whether that be completing a desired task or traversing the end-to-end journey from prospect to customer to loyal advocate.		7. Equivalente en español: Recorrido del cliente		
Fuente: https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/customer-journey		Fuente: https://www.salesforce.com/mx/blog/2022/02/		
8. Contexto del anglicismo: Los usuarios pasan de un medio a otro, y conviene estar presente en todos los que puedas, con una estrategia bien estructurada y objetivos de comunicación. Y el digital es, quizá, la base de todos ellos, porque allí aterrizará una buena parte de las búsquedas, consultas y otros puntos de conexión con el customer journey de tu cliente potencial.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término customer journey se refiere al proceso que atraviesa un comprador desde el momento en que siente la necesidad de comprar un determinado producto o servicio, haciendo una investigación del mismo e incluso considerando otras alternativas hasta que finalmente hace la compra. Fuente: https://cutt.ly/AB0GGXu</p> <p>Dentro del contexto, el término customer journey habla sobre el viaje que hace el cliente en el medio digital desde el momento en que considera hacer la compra de un producto hasta cuando decide adquirirlo.</p> <p>Por lo tanto, el término customer journey es un anglicismo crudo ya que según la teoría de Vázquez (2014) es usado en la lengua origen y en la lengua meta de la misma forma, es decir, que el término no sufre de cambios o alteraciones en la traslación de un idioma a otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 6

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 58		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Interaction Design</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Interaction design can be understood in simple (but not simplified) terms: it is the design of the interaction between users and products. Most often when people talk about interaction design, the products tend to be software products like apps or websites.	7. Equivalente en español: Diseño de Interacción			
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp	Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/diseño-de-interacción/			
8. Contexto del anglicismo: Tu web debe estar pensada para el usuario. ¡Recuérdalo siempre! Es importante que pienses en él y realices las comparativas y los test necesarios para que la experiencia de uso de tu sitio sea como habías imaginado. Las tres facetas que debes considerar en tu desarrollo web son: User Interface (UI o diseño de la interfaz), User Experience (UX o experiencia del usuario) e Interaction Design (IxD o diseño de la interacción).				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término interaction design es parte de un sistema de tecnología de la información que estudia, planifica y aplica puntos de interactividad en sistemas digitales y físicos. Fuente: https://cutt.ly/YB0G4vk</p> <p>Dentro del contexto, el término interaction design corresponde a una de las tres facetas a considerar para el desarrollo web y que esta sea interactiva para los usuarios.</p> <p>Por lo tanto, el término interaction design es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 7

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 126		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Link Baiting</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Link baiting is the process of creating content with the sole focus of getting individuals to link to it or share it. The goal of developing link bait is to create as many inbound links to a website as possible.		7. Equivalente en español: Cebo de enlaces		
Fuente: https://www.campaignmonitor.com/resources/glossary/link-baiting/		Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/link-baiting/		
8. Contexto del anglicismo: Link baiting. Consiste en crear contenidos de calidad que merezcan ser enlazados. Para animar a otros usuarios a compartir dichos contenidos, se suelen utilizar textos del tipo “Si te ha gustado este artículo, compártelo en las redes sociales”.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término link baiting se refiere a una técnica para promocionar un sitio web, el cual puede ser muy efectivo para pequeñas empresas de recursos limitados. Consiste en crear un buen contenido que se pueda enlazar, para darle oportunidad al cliente que comparta tu producto o servicio con otros posibles clientes. Fuente: https://cutt.ly/GB0HWBj</p> <p>Dentro del contexto, el término link baiting consiste en crear contenido con enlaces que tengan mensajes que animen al consumidor a compartir su experiencia de compra con su red social.</p> <p>Por lo tanto, el término link baiting es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 8

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 109		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Long Tails</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: The long tail is a business strategy that allows companies to realize significant profits by selling low volumes of hard-to-find items to many customers, instead of only selling large volumes of a reduced number of popular items.		7. Equivalente en español: Cola larga		
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/l/long-tail.asp		Fuente: https://www.cyberclick.es/que-es/long-tail		
8. Contexto del anglicismo: Para trabajar a medio y largo plazo en YouTube necesitas crear contenido de mucha calidad y vídeos usando long tails de formación y educativas. Con este tipo de contenidos puedes: promover la formación e informar sobre el funcionamiento de la empresa, comentar tu producto o problemáticas sociales de cualquier tipo; incluir pequeños spots publicitarios, vídeos testimoniales o educativos, etc.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario BCM Marketing el término long tails se utiliza para hablar sobre la estrategia de posicionamiento web, utilizando palabras clave más concretas para poder llegar a un público determinado. Fuente: https://cutt.ly/3B0HSZW				
Dentro del contexto, el término long tails corresponde a la técnica de marketing en la que se busca que el posible consumidor encuentre un servicio o producto de su interés mediante palabras clave muy específicas.				
Por lo tanto, el término long tails es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.				

Ficha de análisis N.º 9

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 57	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>Mobile first</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A “mobile-first” approach involves designing a desktop site starting with the mobile version, which is then adapted to larger screens (contrary to the traditional approach of starting with a desktop site and then adapting it to smaller screens).			7. Equivalente en español: Diseño web optimizado para móviles.		
Fuente: https://www.atinternet.com/en/glossary/mobile-first/			Fuente: https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/disenio-web/		
8. Contexto del anglicismo: Mobile First (móvil primero) o responsive (diseño adaptativo). ¿Cómo quieres que sea la interacción de tu web y como te gustaría que se vea en un dispositivo móvil? Según las estadísticas globales, hace tiempo que el tráfico móvil supera al que proviene de los ordenadores.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término mobile first es un enfoque en el diseño web, en el cual los teléfonos móviles deben tener la máxima prioridad en el desarrollo web, y no en las pantallas grandes como se hacía anteriormente. Fuente: https://cutt.ly/CB0JpzY					
Dentro del contexto, el término mobile first se refiere a la prioridad que se le da al diseño web en los teléfonos móviles, ya que cada vez más los usuarios ven productos en sus celulares, dejando un poco de lado los computadores.					
Por lo tanto, el término mobile first es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.					

Ficha de análisis N.º 10

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 105		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Social Media Marketing</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Social media marketing is the use of social media platforms to connect with your audience to build your brand, increase sales, and drive website traffic. This involves publishing great content on your social media profiles, listening to and engaging your followers, analyzing your results, and running social media advertisements.	7. Equivalente en español: Marketing en redes sociales			
Fuente: https://buffer.com/social-media-marketing	Fuente: https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/			
8. Contexto del anglicismo: El análisis de situación es la primera parte del plan de social media marketing . En esta fase tienes que responder a una simple pregunta: ¿dónde estás ahora? Esta pregunta se simplifica aún más si la dividimos en dos: ¿Se dice algo sobre mí en los medios sociales?				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, social media marketing viene a ser una herramienta que puede ayudar a elevar significativamente la audiencia de una marca y convertir a personas interesadas en nuevos clientes potenciales. Fuente: https://cutt.ly/7B0Jnf8				
Dentro del contexto, el término social media marketing es un plan de marketing con el que se busca tener un mayor alcance de consumidores mediante la creación de contenido en las redes sociales.				
Por lo tanto, el término social media marketing es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.				

Ficha de análisis N.º 11

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 70	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>Tracking</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Tracking is a system utilized by various transport and logistics providers to record the movement of goods and deliverables at all stages of the transportation journey. Items are identified at every processing location, and any associated information is recorded and entered into a central processing system. These records are then used to provide location and status updates to shippers and receivers.			7. Equivalente en español: Seguimiento		
Fuente: https://redlore.com/2021/03/20/track-and-trace-real-time			Fuente: https://www.novocargo.com/logistica-tracking-paquetes-novocargo/		
8. Contexto del anglicismo: Plataformas de atención al cliente, como Zendesk. Plataformas de publicidad digital o cookie data. Plataformas de transporte, para el tracking del envío. Canal del call center.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según el Diccionario BCM Marketing el término tracking se refiere a la medición del comportamiento de los usuarios en el ámbito de internet. Fuente: https://cutt.ly/5B0JLDy					
Dentro del contexto, el término tracking es el seguimiento de ciertos patrones de búsqueda de posibles consumidores en una web, de esta manera poder comprobar y medir la eficacia que tiene una campaña.					
Por lo tanto, el término tracking es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.					

Ficha de análisis N.º 12

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 102	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>User Generated Content</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: User-generated content (UGC) is original content that is created by the audience of a brand. This content can be anything, from comments on a blog to photos and videos. The company can use it for its purposes — on the site or on social networks to promote its brand, and often the UGC is much more efficient than conventional content.			7. Equivalente en español: Contenido generado por el usuario		
Fuente: https://sendpulse.com/support/glossary/user-generated-content			Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/user-generated-content/		
8. Contexto del anglicismo: El User Generated Content , o contenido generado por los usuarios, constituye un contenido digital —presente en los canales online como redes sociales y blogs— que han creado los usuarios de internet y que hablan de tu marca. Una foto relajándote en la piscina de un hotel es un contenido personal, pero también puede generarlo el usuario para promocionar el hotel en cuestión.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término user generated content hace referencia al contenido generado por los usuarios y que es compartido mediante la Red. Fuente: https://cutt.ly/DB0KesF					
Dentro del contexto, el término user generated content es aquel contenido generado por usuarios en medios digitales, como redes sociales o blogs. Este contenido es creado por los usuarios del internet y en ese medio hablan de una marca.					
Por lo tanto, el término user generated content es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.					

Ficha de análisis N.º 13

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 71		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>User-friendly</i>	5. Categoría gramatical: Adjetivo			
6. Definición en inglés: User-friendly is a term that describes the ease of use of a website or software, i.e. that users can use the technical system in a simple and intuitive way. The easier and faster the user understands the application, the more User Friendly it is.	7. Equivalente en español: Fácil de usar			
Fuente: https://www.twaino.com/en/definicion/u/user-friendly	Fuente: https://techlib.net/definicion/user-friendly.html			
8. Contexto del anglicismo: Dispone de muchas funcionalidades en su store, aunque la versión básica es muy completa y, además, las funcionalidades extra no suelen ser caras. Es muy intuitiva y, quizá, de todas las plataformas es la más user-friendly .				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Comunicare, una agencia especializada en marketing digital, el término user-friendly se refiere una página web que es sencilla y rápida de usar para todos los usuarios, incluso aquellos que no están acostumbrados a la tecnología. Fuente: https://cutt.ly/EB0Knzm</p> <p>Dentro del contexto, el término user-friendly es como se les denomina a aquellas plataformas web que son fáciles de usar para todo usuario, y es lo que se recomienda para los diseños de páginas, ya que de esta manera los consumidores no se sentirán abrumados.</p> <p>Por lo tanto, el término user-friendly es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.</p>				

Ficha de análisis N.º 14

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 219	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>Kit</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A “kit” is a catch-all term for a package of marketing materials, products, company literature, gifts, or swag packaged together in a cohesive way to create a memorable brand experience for the recipient.			7. Equivalente en español: Kit		
Fuente: https://www.imprintengine.com/blog/kits-the-hottest-trend-in-promotional-marketing/			Fuente: https://www.overalia.com/blog/01/2017/herramientas-marketing-online/		
8. Contexto del anglicismo: Tienes a tu disposición la ofimática online. Google Docs, Office 365 o iWork son tres soluciones ofimáticas que te permiten trabajar con documentos almacenados en la nube. Así, vayas donde vayas podrás acceder y trabajar con ellos con solo tener un navegador y conexión a internet. Algunos complementos. Con todas estas recomendaciones tendrás el kit fundamental para trabajar online.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término kit se utiliza para denominar a un grupo de elementos que se mantienen juntos, usualmente en el mismo paquete, ya que se emplean para fines muy similares. Fuente: https://cutt.ly/wB0LSQR					
Dentro del contexto, el término kit se refiere a las herramientas fundamentales que son necesarias para poder acceder y trabajar de manera online, de esta manera mantener el contenido de marketing actualizado.					
Fundéu (2015) dice que la adaptación de este anglicismo al español es simple, esto se debe a que en los dos idiomas la pronunciación es la misma, al mismo tiempo, la letra «k» existe en nuestro alfabeto. Por lo tanto, el término kit es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.					

Ficha de análisis N.º 15

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 42		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Slogan</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A slogan is a simple and memorable catchphrase that draws an audience to a particular brand or product. An effective slogan is a key component of successful marketing along with your logo and brand name.		7. Equivalente en español: Eslogan		
Fuente: https://www.masterclass.com/articles/what-is-a-slogan		Fuente: https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion		
8. Contexto del anglicismo: Puedes emplear columnas de búsqueda en Hootsuite o TweetDeck para monitorizar tu marca, tu eslogan , el nombre de tu producto o servicio..., y de esa forma saber cuándo, por qué y cómo se menciona.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término eslogan se refiere a una frase creativa, corta y fácil de recordar. Esta frase tiene el mensaje publicitario de una determinada campaña publicitaria. Fuente: https://cutt.ly/0B0ZrhE				
Dentro del contexto, el término eslogan es parte de un producto publicitario, en conjunto con el nombre y el logo de la empresa forman la carta de presentación de una campaña publicitaria.				
Fundéu (2016) eslogan está adaptada gráficamente de la voz inglesa. El término es un anglicismo ya adaptado al español, ya que además está aceptada dentro de las reglas ortográficas de nuestro idioma. Por lo tanto, el término eslogan es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 16

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 42		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Geolocalización</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Geolocation is the wireless detection of a physical location of a remote device. Geolocation can determine your latitude and longitude coordinates to pin point a persons exact location. This can be determined by the computer's IP address or GPS coordinates by a mobile phone.		7. Equivalente en español: Geolocalización		
Fuente: https://sherocommerce.com/what-is-geolocation/		Fuente: https://academia.crandi.com/marketing-digital/geolocalizacion-en-marketing/		
8. Contexto del anglicismo: El planificador de palabras clave de Google AdWords es realmente útil para identificar qué palabras son más buscadas por tu audiencia en campos concretos. Esto te dará información de términos relacionadas con la búsqueda, así como su geolocalización , la edad de los usuarios, el sexo, sus intereses, etc.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario BCM Marketing el término geolocalización viene a ser un indicador de la estrategia de marketing que permite medir cuánto y cómo una marca es reconocida por los consumidores. Fuente: https://cutt.ly/qBOXfWU				
Dentro del contexto, el término geolocalización corresponde a la técnica de marketing en la que se busca que una marca sea reconocida por sus consumidores y sea asociada a los aspectos que la hacen especial.				
Por lo tanto, el término geolocalización es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 17

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 71		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Programador</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A programmer is an individual that writes/creates computer software or applications by giving the computer specific programming instructions.		7. Equivalente en español: Programador		
Fuente: https://www.techopedia.com/definition/4813/programmer		Fuente: https://neoattack.com/neowiki/programador/		
8. Contexto del anglicismo: Si dispones de un programador especializado en la plataforma, en nómina o externo, pero con contrato y un fuerte compromiso con tu empresa.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario de la RAE término programador es para referirse a una persona que elabora programas de computadora. Fuente: https://cutt.ly/BB0XD4e				
Dentro del contexto, el término programador corresponde a un especialista en una plataforma digital.				
El término programador es un anglicismo asimilado, porque este término se adaptó a las estructuras de las palabras en español, quiere decir que ha tenido modificaciones morfológicas. Entonces. Este término es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 18

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 169		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Parámetro</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Marketing parameters are those parameters at the disposal of the seller that will have an impact on a potential buyer's probability of actually buying.		7. Equivalente en español: Parámetro		
Fuente: https://pure.au.dk/portal/en/publications/marketing-parameters-and-their-influence		Fuente: https://www.wrike.com/es/blog/los-9-parametros-fundamentales		
8. Contexto del anglicismo: Este no es un parámetro en sí, sino una audiencia personalizada o “propia”, por llamarlo de alguna manera. Son audiencias de usuarios que han visitado tu página web, o han interactuado con tus publicaciones, que son ideales para volver a impactar (retargeting) con mensajes mucho más personalizados y una intención de conversión mayor que la anterior.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario de la RAE el término parámetro es considerada como un anglicismo. Desde el nivel morfológico esta palabra se ha adaptado a las estructuras del español. Fuente: https://cutt.ly/yB0CqvC				
Dentro del contexto, el término parámetro viene a ser un indicador de la estrategia de marketing que permite medir cuánto y cómo una marca es reconocida por los consumidores.				
Por lo tanto, el término parámetro es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 19

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 170		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Estándares</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A reference principle or practice, which is generally accepted between practitioners and academics as an integral part of the marketing concept and/or the marketing management processes and conform to integrity and ethical conduct in the profession of marketing.		7. Equivalente en español: Estándares		
Fuente: https://www.theiimp.org/internationally-accepted-marketing-standards/		Fuente: https://www.gestiopolis.com/estandares-de-calidad		
8. Contexto del anglicismo: Desde entonces, la evolución que se ha producido en los medios digitales ha sido extraordinaria: han cambiado los estándares de diseño, la normativa y regulación publicitaria, la madurez de los consumidores y anunciantes, la universalización del acceso a internet, el aumento de la velocidad y la conexión multidispositivo, etc.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario de la RAE estándar se refiere a un tipo, modelo, norma, patrón o referencia. Fuente: https://cutt.ly/IB0Cfey				
Dentro del contexto, el término estándar quiere decir los estándares del diseño, los cuales han tenido una extraordinaria evolución en los medios digitales.				
Según el Diccionario de la RAE standard es un anglicismo, cuya adaptación gráfica es estándar . El término original en inglés fue modificado morfológicamente a la estructura del español, y es la adaptación más cercana al término en inglés. Por lo tanto, el término estándares es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 20

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 183		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Usuario</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: What is User? A User is the one who has the authority to consumes a good or service to solve a problem or to obtain a benefit. A user may or may not be the actual buyer of the product. So, a user is the true customer of consumer of a goods or services.		7. Equivalente en español: Usuario		
Fuente: https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms		Fuente: https://economipedia.com/definiciones/usuario.html		
8. Contexto del anglicismo: Debido a la saturación publicitaria, es fácil que un anuncio, del tipo que sea, pase desapercibido entre los cientos de publicaciones que aparecen en el muro de Facebook de un usuario .				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario de la RAE un usuario es una persona o cosa que tiene el derecho de hacer uso de algún determinado producto, servicio o cosa. Fuente: https://dle.rae.es/usuario				
Dentro del contexto, el término usuario se refiere a las personas que podrían o no estar publicando en redes sociales fotos, comentarios u opiniones sobre un producto de una alguna marca.				
El término usuario es un anglicismo asimilado, ya que la palabra original user ha sufrido de modificaciones morfológicas para ser adaptada a la lengua meta. Por lo tanto, el término usuario , es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 21

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 225		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Logotipo</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A logotype stands for words or the name of a business that is designed in a customized way.		7. Equivalente en español: Logotipo		
Fuente: https://www.helloari.com/blog/2014/02/logotype-vs-logomark/		Fuente: https://www.metodomarketing.com/marketing-school-blog/que-es-un-logo/		
8. Contexto del anglicismo: Invierte en un buen desarrollo de tu manual de marca. Trabaja codo a codo con profesionales del diseño aspectos tan importantes como el logotipo , los colores y demás, que en definitiva será todo lo que acaben vistiendo, al menos en parte, tu blog, tus redes sociales, las conferencias que impartas, etc.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término logotipo es la representación de la imagen corporativa y la identidad visual de la marca. Puede estar formado por colores, formas y disposiciones específicas del nombre de la marca.</p> <p>Fuente: https://cutt.ly/pB0VeuZ</p> <p>Dentro del contexto, el término logotipo es un aspecto importante del diseño, y es importante tener en cuenta los colores y demás, ya que será lo que los demás acaben viendo en gran parte.</p> <p>El término logotipo es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.</p>				

Ficha de análisis N.º 22

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 239		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Plataforma</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A marketing platform is a tool that links marketers and consumers and builds awareness, engagement and community.		7. Equivalente en español: Plataforma		
Fuente: https://www.indeed.com/career-advice/career-development		Fuente: https://influencermarketinghub.com/es/plataformas-marketing-contenidos/		
8. Contexto del anglicismo: Los chatbots o robots para el chat son programas informáticos que se utilizan para mantener una conversación con un usuario de una plataforma digital y responder a cuestiones de todo tipo: desde asistir una compra, hasta resolver consultas de stock de productos u ofrecer información de precios.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término plataforma es una página o sitio web en el que los usuarios interactúan con personas de la empresa con el fin de hacer preguntar sobre sus servicios o resolver consultar sobre algún producto en específico. Fuente: https://cutt.ly/bBOBier				
Dentro del contexto, el término plataforma corresponde los programas informáticos que usan las empresas para mantener el interés de sus posibles compradores al responder preguntas sobre el stock de su tienda o pidiendo información sobre sus servicios.				
El Diccionario de la RAE considera la palabra plataforma como un anglicismo. El término original platform ha tenido alteraciones morfológicas para tener una adaptación más similar al español. Por lo tanto, el término plataforma es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 23

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 174		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Aplicaciones</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: An application is a computer software package that performs a specific function for an end user or another application based on carefully designed features.		7. Equivalente en español: Aplicaciones		
Fuente: https://www.techtarget.com/searchsoftwarequality/definition/application		Fuente: https://baloriza.com/aplicaciones-para-marketing-digital/		
8. Contexto del anglicismo: La publicidad se puede mostrar en las páginas de los millones de afiliados a la red y también en Gmail, la plataforma de blogging de Google Blogger, YouTube o las aplicaciones móviles de Google Play.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término aplicaciones se usa para referirse a un programa que se puede descargar e instalar en los teléfonos móviles. Fuente: https://cutt.ly/SB0MnQS				
Dentro del contexto, el término aplicaciones se refiere a los programas que pueden descargarse desde teléfonos móviles. En estas aplicaciones uno se puede encontrar con una gran variedad de publicidad, esto podría ser una ventaja para aquellas empresas que tienen pocos usuarios.				
El Diccionario de la RAE considera el término aplicación como un anglicismo. Esto se debe a las modificaciones morfológicas para ser adaptada a la lengua española, como el uso de la regla de tildación. Por lo tanto, el término aplicaciones es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) se trata de una palabra que ya se encuentra aceptada en el léxico del español.				

Ficha de análisis N.º 24

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 253		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Píxeles</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A pixel is the smallest unit of a digital image or graphic that can be displayed and represented on a digital display device. A pixel is the basic logical unit in digital graphics. Pixels are combined to form a complete image, video, text, or any visible thing on a computer display.		7. Equivalente en español: Píxeles		
Fuente: https://www.techopedia.com/definition/24012/pixel		Fuente: https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-pixel-de-conversion		
8. Contexto del anglicismo: Píxel de conversión. Imagen transparente de 1 × 1 píxeles que, cuando el usuario visita o activa aquello que quieres medir, es solicitada y descargada por tu navegador y permite medir el retorno de tus esfuerzos en marketing digital.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término píxeles se usa para referirse a una unidad de medida de una imagen vista desde la pantalla de algún ordenador. Fuente: https://cutt.ly/AB01xgF				
Dentro del contexto, el término píxeles corresponde a las medidas que componen un gráfico o una imagen.				
Por lo tanto, el término píxeles es un anglicismo asimilado ya que, según la teoría de Vázquez (2014) es una palabra proveniente de la voz inglesa, sin embargo, esta ha tenido alteraciones en su estructura para que esté acoplada a las normas de la lengua española.				

Ficha de análisis N.º 25

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 215	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>Interfaz</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: The focus of user interface design is to predict the user journey on your website and make sure that your website is easily accessible and coherent. UI assembles three key concepts: interaction design, visual design, and website architecture.			7. Equivalente en español: Interfaz		
Fuente: https://www.flowmatters.com/blog/why-is-user-interface-design-important			Fuente: https://www.marketingdirecto.com/diccionario-o-marketing-publicidad-comunicacion		
8. Contexto del anglicismo: ¿Quieres descubrir lo que se dice en Twitter? Echa un vistazo en la twittersfera con palabras específicas o buscando a un usuario en concreto, todo ello desde una interfaz muy intuitiva y clara. Es útil para saber la fuerza o el peso que tienen determinados temas y usuarios en Twitter.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según Marketing directo, un medio de comunicación especializado en información de marketing digital, el término interfaz es el medio que permite al usuario comunicarse con una máquina, supone la conexión física y funcional que se establece entre dos dispositivos. Fuente: https://cutt.ly/gB00C1x					
Dentro del contexto, el término interfaz se refiere a hacer que el dispositivo del usuario comprenda las órdenes del mismo y viceversa, haciendo que cada vez la búsqueda se vuelva más personalizada y pueda hacer acciones en menos tiempo.					
El término interfaz es considerada como anglicismo por el Diccionario de la RAE. Al nivel morfológico, la palabra original interface tuvo alteraciones en su estructura para poder ser adaptada a la lengua española, es por esto que es un anglicismo asimilado, ya que según la teoría de Vázquez (2014) este término tuvo alteraciones para ser parte del léxico de la lengua española.					

Ficha de análisis N.º 26

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 251		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Chatbots</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: A chatbot is a software or computer program that simulates human conversation or "chatter" through text or voice interactions.		7. Equivalente en español: Chat robot		
Fuente: https://www.techtarget.com/searchcustome/rexperience/definition/chatbot		Fuente: https://www.bluecaribu.com/que-es-chatbot		
8. Contexto del anglicismo: Los chatbots o robots para el chat son programas informáticos que se utilizan para mantener una conversación con un usuario de una plataforma digital y responder a cuestiones de todo tipo: Desde asistir una compra, hasta resolver consultas de stock de productos u ofrecer información de precios.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario BCM Marketing el término chatbot es un software que simula una conversación real con el usuario. Esta inteligencia artificial permite al cliente tener respuestas rápidas y automáticas sobre un producto o servicio. Fuente: https://cutt.ly/SB02Pzr				
Dentro del contexto, el término chatbot hace referencia a un programa informático utilizado en plataformas digitales para tener conversaciones con usuarios y responder a sus preguntas.				
El término chatbot es un anglicismo. Al nivel morfológico está formado por dos palabras en inglés: "chat" y "robot", las cuales están aceptadas en la lengua española. Por lo tanto, chatbot es un anglicismo asimilado ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta, quiere decir que el término no tiene ningún cambio en el traslado de un idioma al otro.				

Ficha de análisis N.º 27

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 31		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Lead</i>		5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Simply defined, leads in marketing refer to any individual or organization within your marketing reach who has interacted with your brand way or has the potential to become a future customer. A lead can be someone that sees or downloads your content, signs up for a trial, or visits your store.		7. Equivalente en español: Cliente potencial		
Fuente: https://www.wrike.com/marketing-guide		Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/leads-1/		
8. Contexto del anglicismo: Un lead es un contacto filtrado con un enfoque comercial, una oportunidad de conversión a venta. Existen compañías especializadas en dirigir a usuarios con determinados intereses hacia páginas que satisfagan su demanda de información o contenido, para con sus datos poder ofrecerles un producto o servicio a través de una estrategia de marketing directo posterior.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario BCM Marketing el término lead es un usuario que entrega su información a una empresa y, como resultado este empieza a ser parte de la base de datos de dicha empresa. El usuario da sus datos voluntariamente, así que un lead es considerado como un cliente potencial. Fuente: https://cutt.ly/SB09TgC				
Dentro del contexto, el término lead se refiere a un contacto que puede ser un posible comprador. Se usan sus datos para poder ofrecer un producto o servicio determinado, con la finalidad de conseguir clientes.				
El término lead es un anglicismo cuya estructura morfológica no ha sido alterada ni modificada para ser parte del léxico del español. Este término es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta de la misma forma.				

Ficha de análisis N.º 28

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 102	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>Hashtag</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: Hashtags are keywords that are marked with a pound symbol at the beginning. Tagging posts in this way enables users to search websites for the content or topics that are interesting to them.			7. Equivalente en español: Etiqueta		
Fuente: https://www.ionos.com/digitalguide/online-marketing/social-media/hashtag-marketing/			Fuente: https://arrontesybarrera.com/creativo/hashtags-son-creativos/		
8. Contexto del anglicismo: Una vez hayas tenido en cuenta esas consideraciones, los responsables de marketing deberán decidir un hashtag o una palabra clave simple y relacionada muy estrechamente con la marca, a través de la cual se recogerán y publicarán contenidos. El siguiente paso será incitar a los consumidores a etiquetar sus compras, productos e incluso servicios, a través de los diferentes canales.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según el Diccionario BCM Marketing el término hashtag es usado en las redes sociales, es una forma de etiquetar una temática en un comentario o conversación usando un numeral (#) más una palabra corta y relevante que pueda crear un enlace que de acceso a los contenidos con la misma etiqueta. Fuente: https://cutt.ly/PB09Frv					
Dentro del contexto, el término hashtag se refiere a una palabra clave simple que esté estrechamente relacionada con una determinada marca y mediante esta palabra hacer etiquetas para que los usuarios puedan usarlo y de esta manera llegar a más usuarios y conseguir clientes.					
El término hashtag es un anglicismo cuya estructura morfológica no ha sido alterada ni modificada para ser parte del léxico del español. Este término es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta de la misma manera, sin que la palabra tenga ningún tipo de alteración.					

Ficha de análisis N.º 29

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 183		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Influencer</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: At a fundamental level, influencer marketing is a type of social media marketing that uses endorsements and product mentions from influencers—individuals who have a dedicated social following and are viewed as experts within their niche.	7. Equivalente en español: Persona influyente			
Fuente: https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/	Fuente: https://www.iic.uam.es/digital/marketing-de-influencers-estrategia-de-social-media/			
8. Contexto del anglicismo: ¡He aquí el trabajo de los influencers! No es lo mismo que una marca de pasta dentífrica afirme que su producto blanquea los dientes, a que un influencer suba una foto en su Instagram mostrando una sonrisa perfecta y etiquete al anunciante.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
Según el Diccionario BCM Marketing el término influencer es una persona que destaca en redes sociales y tienen una gran influencia entre su público y pueden motivar ciertas acciones en su público gracias a la credibilidad que tienen. Fuente: https://cutt.ly/cB09NOU				
Dentro del contexto, el término influencer se refiere a una persona que tiene un público en redes sociales y, que debido a su credibilidad puede ayudar a que este público consuma cierto producto o servicio etiquetando a la marca y/o producto.				
El término influencer es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta de la misma manera, sin que la palabra tenga ningún tipo de alteración.				

Ficha de análisis N.º 30

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies		2. Año de publicación: 2016		3. N.º de página: 37	
Unidad de análisis					
4. Anglicismo: <i>SEO</i>			5. Categoría gramatical: Sustantivo		
6. Definición en inglés: SEO means Search Engine Optimization and is the process used to optimize a website's technical configuration, content relevance and link popularity so its pages can become easily findable, more relevant and popular towards user search queries, and as a consequence, search engines rank them better.			7. Equivalente en español: Optimización para motores de búsqueda		
Fuente: https://mailchimp.com/marketing-glossary/seo/			Fuente: https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/		
8. Contexto del anglicismo: El término de marketing 2.0 comenzó a usarse en la década de los noventa y hace referencia al uso de técnicas como analítica web, posicionamiento en buscadores (SEO), marketing en buscadores (SEM), e-mail marketing, social media, e-commerce y publicidad de display, entre otros.					
9. Subcategoría de anglicismos:					
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>	
10. Análisis					
Según el Diccionario BCM Marketing el término SEO es un término muy utilizado en el marketing digital. Se refiere a un conjunto de acciones y técnicas que son empleadas para mejorar el posicionamiento en los buscadores de un terminado sitio web. Fuente: https://cutt.ly/hB03CTo					
Dentro del contexto, el término SEO se refiere a la técnica posicionamiento en buscadores (SEO) que ayudar a que los buscadores de una página web se inserten con el contenido de la empresa.					
El término SEO es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta de la misma manera, sin que la palabra tenga ningún tipo de alteración.					

Ficha de análisis N.º 31

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para dummies	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 128
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>URL</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo	
6. Definición en inglés: URL stands for Uniform Resource Locator. An URL is a reference to a unique resource on the internet. It can be thought of as the address of a resource such as a website address.	7. Equivalente en español: Localizador de recursos uniforme	
Fuente: https://digitalshiftmedia.com/marketing-term/url-uniform-resource-locator/	Fuente: https://www.ionos.es/digitalguide/servidores/know-how/url-que-es-el-uniform-resource	
8. Contexto del anglicismo: URL. Corresponde a la dirección de una página en internet. Las URL son únicas y están formadas, entre otros elementos, por el dominio de la web y el nombre de la página en la que se encuentra el contenido.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input type="checkbox"/>
		Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis		
<p>Según el Diccionario BCM Marketing el término URL es una dirección única propia de cada página que hay en la web. Los navegadores pueden localizar determinada información que el usuario está buscando. Fuente: https://cutt.ly/gB03mCq</p> <p>Dentro del contexto, el término URL se refiere a la dirección de una página en internet. Cada URL es única y están diseñadas por el dominio de la web y el nombre de la página en la que se encuentra el contenido.</p> <p>El término URL es un anglicismo crudo ya que, según la teoría de Vázquez (2014) se usa el término en la lengua origen y en la lengua meta de la misma manera, sin que la palabra tenga ningún tipo de alteración.</p>		

Ficha de Análisis N.º 32

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 5		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Blockchain</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A blockchain is a distributed database or ledger that is shared among the nodes of a computer network. As a database, a blockchain stores information electronically in digital format.	7. Equivalente en español: Cadena de bloques			
<u>Fuente:</u> https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp	<u>Fuente:</u> https://www.amd.com/es/technologies/blockchain-explained			
8. Contexto del anglicismo: También es ponente internacional y profesor en diversas universidades y escuelas de negocios en las que aporta su perspectiva crítica sobre economía digital, tendencias tecnológicas, la disrupción del blockchain y la gestión del talento y equipos en procesos de transformación, entre otros temas de innovación.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el glosario de la Guía de Innovaciones Monetarias y Financieras para la PYME Valenciana (2019) blockchain es una base de datos transaccional, comprendida por cadenas de bloques elaboradas para guardar información de forma digital. <u>Fuente:</u> https://cutt.ly/6NkD523</p> <p>Dentro del contexto, por blockchain se hace referencia a una tecnología digital que permite el registro electrónico de transacciones de manera segura.</p> <p>Por lo tanto, de acuerdo con Vázquez (2014) el término blockchain es un anglicismo crudo ya que mantiene la misma grafía y pronunciación de la voz origen. Si bien la Real Academia Española recomienda el equivalente “cadena de bloques” en el campo del marketing el uso del anglicismo es más recurrente y predomina sobre el equivalente en español.</p>				

Ficha de Análisis N.º 33

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 17
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>Folksonomía</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo	
6. Definición en inglés: Folksonomy is the process of using digital content tags for categorization or annotation. It allows users to classify websites, pictures, documents, and other forms of data so that content may be easily categorized and located by users.	7. Equivalente en español: Folcsonomía	
Fuente: https://www.techopedia.com/definition/30196/folksonomy	Fuente: http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/folksonomia-folksonomy	
8. Contexto del anglicismo: El usuario asigna libremente las etiquetas y categorías a los artículos, imágenes, audios, marcadores, podcasts, vídeos..., y de ahí la existencia de categorías —llamadas también folksonomías —, un sistema de etiquetas sin jerarquías predeterminadas que facilita la búsqueda de los contenidos.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input checked="" type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input type="checkbox"/>
		Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis		
<p>Según Yedid (2013) el anglicismo folksonomía, es un sistema distribuido de clasificación, que es creado por un grupo de personas, que suelen ser los usuarios de los recursos. Los usuarios agregan etiquetas a los ítems que se encuentran en línea, tales como imágenes, videos, enlaces y documentos, y las comparten con el resto de los usuarios. Fuente: https://cutt.ly/JNkF9WE</p> <p>Por su definición en inglés, folksonomía, dentro del contexto, son un conjunto de términos (tags) del lenguaje natural que se emplean para describir el contenido de un documento o recurso web.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) folksonomía es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua receptora, el español, pero aún mantiene elementos extranjeros. En este caso, si bien, se puede apreciar que el término se ha adaptado a las reglas gramaticales del español, no está completamente asimilado, otra opción vendría a ser “folcsonomía” aunque ambas formas son utilizadas en el español, la Real Academia Española aún no tiene un término establecido.</p>		

Ficha de Análisis N.º 34

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 21		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Mindset</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Mindset is defined as the set of attitudes or beliefs that we hold. Mindset is crucially important because our attitudes and beliefs affect everything we do, feel, think, and experience.	7. Equivalente en español: Mentalidad			
Fuente: https://www.berkeleywellbeing.com/mindsets.html	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/education-pedagogy			
8. Contexto del anglicismo: La paradoja es que, sabiendo que como consumidores hemos cambiado, a los marketers a veces se nos olvida que los consumidores también tienen un <i>mindset</i> distinto. Nuestra otra piel, la de consumidores, nos desvela otras cosas que aún no aplicamos bien desde nuestra mirada profesional, y es necesario que la tengamos en cuenta. Debemos escucharla más.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de ventas (2019) el anglicismo <i>mindset</i>, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es el conjunto de creencias o maneras de pensar que determinan el comportamiento, puntos de vista y actitud de las personas. Fuente: https://cutt.ly/rNkGfPh</p> <p>Por su definición en inglés, <i>mindset</i>, dentro del área del marketing, juega un papel fundamental en el proceso de compra de un cliente, cada decisión de compra de un consumidor está determinada en gran medida por su forma de pensar o su conjunto de creencias que tenga en relación al producto o servicio que está adquiriendo.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) <i>mindset</i> es un anglicismo crudo porque no se adecuó al léxico español, ya que, no presenta las características de las estructuras usadas en el español; es decir, no ha sufrido modificaciones morfológicas, debido a que en el español no es común utilizar la unión de dos consonantes en una sílaba. Por otro lado, la Real Academia Española considera el uso del anglicismo innecesario y recomienda usar el equivalente "mentalidad".</p>				

Ficha de Análisis N.º 35

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 22		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Trending Topic</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A trending topic is a subject that experiences a surge in popularity on one or more social media platforms for a limited duration of time.	7. Equivalente en español: Tendencia/Tema de tendencia			
Fuente: https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-trending-topic	Fuente: https://www.fundeu.es/recomendacion/trending-topics-en-espanol			
8. Contexto del anglicismo: Día a día observamos movimientos masivos de personas en las plataformas 2.0 en contra de empresas, con llamas encendidas a raíz de una pequeña chispa pública. Y, de repente, ¡otro trending topic!				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario Básico de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo trending topic, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, son las palabras clave, o hashtags, más empleadas en Twitter durante un espacio de tiempo concreto. Indican los temas de moda y de los que más se habla en esta red social. Fuente: https://cutt.ly/hNkGRhn</p> <p>Por su definición en inglés, trending topic, hace referencia a un tema de actualidad, o palabra que es referente en un momento concreto a través de las redes sociales. Inicialmente se asocia a Twitter, si embargo, se ha trasladado a otras redes sociales, o cómo uso para hacer mención a temas que tienen una gran repercusión.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) trending topic es un anglicismo crudo, debido a se mantiene la morfología y fonología del término original y la lengua receptora lo toma como préstamo. La Real Academia Española, recomienda utilizar equivalentes en español para sustituir el anglicismo, sin embargo, en el ámbito del marketing predomina el uso del anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 36

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 23		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Packaging</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Container and any appurtenant material that provide a means of transporting, marketing, protecting, or handling a product and includes pallets and packing such as blocking, bracing, cushioning, weatherproofing, strapping, coatings, closures, inks, pigments, and labels.	7. Equivalente en español: Embalaje			
Fuente: https://www.lawinsider.com/dictionary/packaging	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/business-commerce-general			
8. Contexto del anglicismo: No es suficiente con ser transparentes, hay que buscar la perfección en todos los procesos, intentando que todos los puntos de contacto de nuestra marca con el usuario estén en una sintonía de alta calidad. Aspectos como la distribución, el precio, el producto, el packaging la atención al cliente, el servicio posventa o el personal no pueden fallar.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing (2019) el anglicismo packaging, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, se refiere a la técnica para desarrollar envases y embalajes insertando en estos la publicidad de la compañía, teniendo en cuenta la percepción que tendrá el receptor final del embalaje de la empresa publicitada. Fuente: https://cutt.ly/uNkG9sv</p> <p>Por su definición en inglés, packaging, dentro del contexto, es una estrategia de marketing que acompaña a un producto, es decir, lo que envuelve al producto, desde la etiqueta hasta los datos. Este es un concepto importante en el marketing digital y publicidad.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) packaging es un anglicismo crudo, ya que, permanece en su forma original, y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español. Por otro lado, la Real Academia Española no incluye este término en su diccionario ya que existen posibles equivalentes como “embalaje” o “envase”, sin embargo, en el ámbito del marketing y afines se prefiere el uso del anglicismo ya que ninguno de los posibles equivalentes ofrecen la definición completa de lo que comprende el término en inglés.</p>				

Ficha de Análisis N.º 37

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 25		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Prosumer</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A Prosumer is a consumer who is involved in the company's design as well as production process in order to help the company come up with products that could achieve mass acceptance.	7. Equivalente en español: Prosumidor			
Fuente: https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms	Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/prosumidor			
8. Contexto del anglicismo: En esta posición de prosumer juntamos nuestra inercia hacia la compra con la creación de contenido, potenciado por el 2.0, y proporcionando facetas de comprensión a las marcas que permiten crear productos y servicios más orientados a sus demandas.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Alonzo (2019) el anglicismo prosumer, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, hace referencia al individuo que, siendo consumidor, se involucra en actividades correspondientes a un productor, tomando el rol de este último en ellas, sin dejar de ser un consumidor. Fuente: https://cutt.ly/INkHjds</p> <p>Por su definición en inglés, prosumer, dentro del contexto, es el consumidor que participa en el proceso de diseño de los servicio o productos que desarrolla una organización. Es decir, que es una combinación entre el productor y el consumidor.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) prosumer es un anglicismo crudo, ya que, los anglicismos crudos son aquellos utilizados en su forma más pura, ya que, conservan la fonología y morfología de la lengua origen para ser usado de la misma forma en la lengua receptora, que, en este caso, es el español. A pesar de que el equivalente "prosumidor" aún no está registrado en el Diccionario de la Real Academia Española, está bien formada en español, por lo que la misma academia recomienda su uso y está estudiando una propuesta para su incorporación al diccionario.</p>				

Ficha de Análisis N.º 38

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 25		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Crowdfunding</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Crowdfunding is the use of small amounts of capital from a large number of individuals to finance a new business venture.	7. Equivalente en español: Micromecenazgo			
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp	Fuente: https://cutt.ly/TNkHGey			
8. Contexto del anglicismo: Sustentado en el modelo del <i>crowdfunding</i> , existen sitios web de micromecenazgo para proyectos creativos, como Kickstarter o Verkami, que permiten a los creadores lanzar ideas de productos, a la vez que solicitan una cantidad económica base para hacerlos realidad.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing (2019) de Foro Marketing <i>crowdfunding</i> es un tipo de financiación conjunta que se basa en el esfuerzo colectivo que realizan diferentes individuos que ponen en común sus recursos para apoyar un proyecto concreto que han iniciado otras personas u organizaciones. Fuente: https://cutt.ly/4NkH03W</p> <p>Dentro del contexto, <i>crowdfunding</i> es un sistema colaborativo de financiación que se lleva a cabo para recaudar dinero u otro tipo de recursos.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término <i>crowdfunding</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. Si bien en el español tenemos el equivalente “micromecenazgo”, este no es utilizado en el ámbito del marketing digital por lo que los profesionales, estudiantes y entusiastas del marketing digital están más familiarizados con el anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 39

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 26		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Crossumer</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Known as the new generation consumer, this type of consumer goes one step further than the prosumer. It is characterized by having a committed and active character in social networks or blogs about specific topics and products.	7. Equivalente en español: Crossumer			
Fuente: https://www.zorraquino.com/en/dictionary/digital-marketing	Fuente: https://www.zorraquino.com/diccionario/marketing-digital/que-es-un-crossumer .			
8. Contexto del anglicismo: Además, tiene una experiencia de compra, por lo que conoce las estrategias de venta y las tácticas de marketing que utilizan las empresas. Vamos, ¡que al crossumer no puedes tomarlo por tonto!				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2019) crossumer es un cliente activo en el apoyo a la producción y personalización de los productos o servicios, expresado a través de plataformas sociales, informativas o colaborativas. Fuente: https://cutt.ly/tNkKtg3</p> <p>Dentro del contexto, crossumer es el tipo de consumidor que se caracteriza por ser comprometido y activo en las redes sociales de un tema o producto en específico.</p> <p>Por lo tanto, de acuerdo con Vázquez (2014) el término crossumer es un anglicismo crudo ya que no ha presentado ningún tipo de alteración o adaptación, por lo que, conserva su estructura y pronunciación original. En el español no existe un término acuñado para crossumer por lo que se recurre a utilizar el anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 40

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 32		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Gamification</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Gamification describes the incentivization of people's engagement in non-game contexts and activities by using game-style mechanics.	7. Equivalente en español: Ludificación			
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/g/gamification.asp	Fuente: https://carlosjimenez.info/la-ludificacion-del-mercadeo/			
8. Contexto del anglicismo: Gamification , o ludificación, se refiere al empleo de mecánicas de juego en aspectos y contextos que no tienen que ver con el juego en sí, sino que en el ámbito de modelos de negocio digital pretenden generar una fidelización del usuario, un aumento de la tasa de compra o frecuencia de la misma.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario Digital de Marketing para Pymes (2019) gamification es el uso de la teoría y mecánica del juego para mejorar los resultados de una tienda online, buscando así “enganchar” a los usuarios. Fuente: https://cutt.ly/SNkKYh1</p> <p>Dentro del contexto, gamification es un método de investigación que agrupa un conjunto de personas para que den su opinión en torno a un producto, tema o servicio.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término gamification es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. A pesar de que en el español tenemos el equivalente “ludificación”, este no es muy utilizado en el contexto del marketing digital ya que las personas dentro de este ámbito están más familiarizadas con el término anglicado.</p>				

Ficha de Análisis N.º 41

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 33		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Mainstream</i>	5. Categoría gramatical: Adjetivo			
6. Definición en inglés: People, activities, or ideas that are part of the mainstream are regarded as the most typical, normal, and conventional because they belong to the same group or system as most others of their kind.	7. Equivalente en español: Convencional			
Fuente: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/mainstream	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/5076746-mainstream.html			
8. Contexto del anglicismo: El término fue acuñado por primera vez en 2006 por Jeffrey Zeldman —crítico de la web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX—, marcando las diferencias con esa bidireccionalidad básica de la web, y adquirió rápidamente difusión entre especialistas que querían ir un paso por delante de lo que ya era algo mainstream , la web 2.0.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Educalingo el anglicismo mainstream, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es el pensamiento actual común de la mayoría. Incluye toda la cultura popular y cultura de los medios de comunicación, normalmente difundida por los medios de comunicación. Lo contrario de la corriente principal son subculturas, contracultura y seguidores de culto.</p> <p>Fuente: https://cutt.ly/XNkLg7e</p> <p>Por su definición en inglés, mainstream, hace referencia a la tendencia más dominante en un ámbito determinado. Según el contexto, por mainstream se entiende algo convencional, es decir, ya es utilizado o conocida por la mayoría de las personas.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) mainstream es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. Si bien, una posible traducción para el anglicismo podría ser “convencional”, en el texto se utiliza el anglicismo mainstream, ya que, en los últimos años se popularizó el anglicismo y es preferido por sobre las posibles traducciones, a pesar de que el término no forma parte del diccionario de la Real Academia Española.</p>				

Ficha de Análisis N.º 42

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 40		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Focus Group</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A group of people brought together to discuss what they think about a particular product, advertisement, or subject, as part of a company's market research.	7. Equivalente en español: Grupo focal			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/focus-group	Fuente: https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-focus-group			
8. Contexto del anglicismo: Focus group ; Técnica de investigación basada en entrevistas grupales.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing (2019) focus group es un grupo de personas pertenecientes a un mismo mercado meta, entrevistados por un moderador como parte de un escenario de investigación de mercadotecnia. Fuente: https://cutt.ly/4NkH03W</p> <p>Dentro del contexto, focus group es un método de investigación que agrupa un conjunto de personas para que den su opinión en torno a un producto, tema o servicio.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término focus group es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. Si bien en el español tenemos el equivalente “grupo focal” aún se sigue utilizando el anglicismo dentro del contexto del marketing digital. Sin embargo, en este caso, se recomienda utilizar el término acuñado en español ya que representa el mismo concepto y no se generaría ningún vacío lingüístico o confusión en el lector.</p>				

Ficha de Análisis N.º 43

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 40		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Moodboard</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A combination of text, images and objects brought together to illustrate a particular theme.	7. Equivalente en español: Moodboard			
Fuente: https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/moodboard	Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/como-crear-moodboards .			
8. Contexto del anglicismo: Moodboard. Una herramienta visual que consiste en la selección de imágenes, fotografías, materiales, etc. que puedan expresar conceptos relacionados con el target y que sean complicados de expresar con palabras.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Maradiaga (2019) el anglicismo moodboard, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es un tablero que sirve de inspiración y está compuesto de imágenes y textos en formato collage. Además, su contenido debe ser específico y analizado a profundidad. Fuente: https://cutt.ly/uNkZCOP</p> <p>Por su definición en inglés, moodboard, dentro del área del marketing, es un recurso visual que se utiliza para proyectar ideas a través de imágenes, frases, fotografías, y otros elementos visuales con el propósito de armar una presentación gráfica de algún producto, tema o concepto.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) moodboard es un anglicismo crudo ya que conserva su estructura original y no ha tenido ninguna adaptación. Si bien, se podrían usar posibles traducciones, aún no existe un equivalente establecido para el término moodboard por lo que se continúa el uso del anglicismo para una estandarización dentro del campo del marketing y se asocia el concepto a un mismo término.</p>				

Ficha de Análisis N.º 44

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 41		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Insights</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Marketing insights are collections of data that provide marketers with valuable information on the wants and needs of the brand's target demographic.	7. Equivalente en español: Percepciones de los consumidores			
Fuente: https://www.indeed.com/insight-in-marketing-definition	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/insights/marketing-market-research			
8. Contexto del anglicismo: Hay muchas más técnicas que, aplicadas correctamente, te darán las claves necesarias para obtener un conocimiento empático y profundo de tu target, a la vez que captar los insights adecuados; esa perspicacia, revelación o nueva percepción que no habías visto hasta ahora.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario del Marketing Digital (2015) el anglicismo insight, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, viene a ser la cantidad de personas que siguen e interactúan con tu marca o cuenta. Fuente: https://cutt.ly/JNkZ9O2</p> <p>Por su definición en inglés, insight, dentro del área del marketing, hace referencia a la colección de datos que brinda información sobre las necesidades y requerimientos de los usuarios de una marca en específico. Este es un término bastante utilizado en el mundo del marketing digital.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) insight es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. Si bien, una posible traducción para el anglicismo podría ser “percepciones de los consumidores”, dentro del marketing digital se utiliza el anglicismo insight para referirse al concepto ya mencionado, ya que, las posibles traducciones no abarcan toda la carga semántica del concepto.</p>				

Ficha de Análisis N.º 45

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 43		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Webmaster</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A person responsible for the creation or maintenance of a website especially for a company or organization.	7. Equivalente en español: Webmaster			
Fuente: https://www.merriam-webster.com/dictionary/webmaster	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/it-information-technology			
8. Contexto del anglicismo: Webmaster: Diseña y mantiene la web.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario Básico de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo webmaster, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, define al responsable de un blog o web. Entre sus funciones: cerciorarse del correcto funcionamiento del hardware y software, diseñar el sitio, crear el contenido, responder preguntas y comentarios, programar la web o supervisar el tráfico.</p> <p>Fuente: https://cutt.ly/DNkXarp</p> <p>Por su definición en inglés, webmaster, es el profesional responsable de la creación, desarrollo y mantenimiento de una web. Es la máxima autoridad y tiene toda la responsabilidad del correcto funcionamiento de una web.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) webmaster es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por lo tanto, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español. Para este término, la Real Academia Española recomienda emplear el término “administrador”, sin embargo, el significado del equivalente es muy amplio y no hace referencia al concepto total del anglicismo y puede significar un vacío lingüístico. Es por ello, que predomina el uso del anglicismo en el ámbito del marketing y afines.</p>				

Ficha de Análisis N.º 46

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 53
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>Hub</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo	
6. Definición en inglés: A digital marketing hub is a marketing software solution that analyzes the customer's transaction and multichannel behavior, in order to help marketers come up with customized and effective marketing campaigns that lead to conversions and increased business.	7. Equivalente en español: Hub	
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/g/gamification.asp	Fuente: https://www.3dissue.com/es/que-es-un-hub/	
8. Contexto del anglicismo: Crea tu hub de análisis. Con los parámetros de cada elemento de tu estrategia crea una base para esos datos, partiendo de un sencillo Excel hasta un cuadro de mando, y mide todo lo que pasa en tus plataformas digitales que sea relevante para ti.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input type="checkbox"/>
		Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis		
<p>Según el Diccionario de Marketing (2019) hub dentro de una red, es el centro inteligente de una LAN, es decir, el punto donde se conectan los dispositivos de datos, ordenadores, impresoras, escáners. Los HUBs permiten redes LAN, conectadas mediante radio (WLAN) o mediante cables (cables de pares y/o coaxiales). Fuente: https://cutt.ly/4NkH03W</p> <p>Dentro del contexto, hub es un método de investigación que agrupa un conjunto de personas para que den su opinión en torno a un producto, tema o servicio.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término hub es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. En el español aún no existe un término acuñado que tenga la carga semántica del anglicismo hub por lo que se continua el uso del término anglicado para evitar un vacío lingüístico.</p>		

Ficha de Análisis N.º 47

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 53		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Podcast</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A radio programme that is stored in a digital form that you can download from the internet and play on a computer or on an MP3 player.	7. Equivalente en español: Pódcast			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/podcast	Fuente: https://www.fundeu.es/recomendacion/podcast-adaptacion-al-espanol/			
8. Contexto del anglicismo: A partir de tu estrategia de content marketing, desarrolla el plan de contenidos de tu marca teniendo en cuenta los diferentes tipos de media, como podcasts , vídeos, ebooks, infografías, informes, etc. Estos contenidos, además de ser la imagen de la marca en el ámbito digital, serán los que atraerán Leads y generarán ventas.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario del Marketing Digital (2020) el anglicismo podcast, es un formato de distribución de programas de audios transmitidos de manera online. Fuente: https://cutt.ly/WNkX2le</p> <p>Por su definición en inglés, podcast, dentro del contexto, es un audio o vídeo que se graba y edita digitalmente, se descarga automáticamente y de forma periódica por suscripción, donde el usuario tiene pleno control para elegir los detalles de la escucha o visualización.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) podcast es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés. En este caso, en español existe el equivalente “pódcast”, este equivalente es aceptado y la Fundeu recomienda su uso, sin embargo, en la actualidad el uso del anglicismo es de mayor recurrencia y puede ser debido a la gran popularización de los <i>podcasts</i> en estos últimos años.</p>				

Ficha de Análisis N.º 48

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 54		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Widget</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A piece of software that is used on a page of a website to give the user changing information of a particular type in a small area of the computer screen.	7. Equivalente en español: Widget			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/widget	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/business-commerce-general			
8. Contexto del anglicismo: Este tipo de páginas no requieren de una actualización para mostrar un contenido adecuado, sino que contienen una información permanente desde el inicio. No están ideadas para generar interacción con el usuario; como mucho, tendrán algún widget para compartir en redes o seguir la presencia 2.0 de su propietario.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Informática y Tecnología (2011) el anglicismo widget, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es un elemento de una interfaz (interfaz gráfica de usuario o GUI) que muestra información con la cual el usuario puede interactuar. Por ejemplo: ventanas, cajas de texto, <i>checkboxs</i>, <i>listbox</i>, entre otros. Fuente: https://cutt.ly/zNkCe4c</p> <p>Por su definición en inglés, widget, dentro del contexto, son pequeñas aplicaciones que se incluyen en la web con el objetivo de ampliar las funcionalidades que ofrece ésta.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) widget es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por lo tanto, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español. Para este término, la Fundeu (2016) indica que no existe una traducción establecida puesto que puede variar según el caso en concreto. Es por ello, que al no existir un equivalente se opta por emplear el anglicismo para no generar confusión en los usuarios.</p>				

Ficha de Análisis N.º 49

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 61		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Wearable</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Wearable technology consists of things that can be worn, such as clothing or glasses, that contain computer technology or can connect to the internet.	7. Equivalente en español: Tecnología ponible			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/wearable	Fuente: https://www.fundeu.es/recomendacion/tecnologia-ponible-mejor-que-wearable-technology/			
8. Contexto del anglicismo: Evalúa en tu ecosistema digital cómo acceden los usuarios a tu web, desde qué dispositivos y en qué circunstancias asociadas (ordenador, tableta, smartphone, TV, wearables , etc.).				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Luque (2016) el anglicismo wearable, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, hace referencia a aquella electrónica diseñada para ser vestida, bien como complemento o bien como parte de algún material usado en la ropa. Fuente: https://cutt.ly/DNkCfvs</p> <p>Por su definición en inglés, wearable, es un dispositivo electrónico que se usa en el cuerpo humano y que interactúa con otros aparatos para transmitir o recoger algún tipo de datos.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) wearable es un anglicismo crudo, debido a que, permanece en su forma original y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español. Para este término, la Fundeu (2014) recomienda emplear “tecnología ponible”, sin embargo, el equivalente aún no se ha asimilado en el español por lo que no forma parte del léxico del marketing digital y no se asocia al concepto de wearable. Por lo tanto, aún predomina el uso del anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 50

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 74		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Inbound Marketing</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Inbound marketing is a business methodology that attracts customers by creating valuable content and experiences tailored to them.	7. Equivalente en español: Marketing de atracción			
Fuente: https://www.hubspot.com/inbound-marketing	Fuente: https://sirope.es/glosario-marketing/que-es-hype/			
8. Contexto del anglicismo: Son realmente interesantes para muchas marcas y empresas, y, por otro lado, constituyen el elemento básico de las estrategias de marketing de contenidos e <i>inbound marketing</i> , aunque en la actualidad el blog o bitácora sigue siendo más una herramienta personal.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según García (2021) <i>Inbound Marketing</i> es la metodología de negocios cuyo objetivo es captar clientes a través de contenido valioso, que se alinea a las necesidades de su público objetivo e inspira a experiencias y relaciones a largo plazo. Fuente: https://cutt.ly/CNkModU</p> <p>Dentro del contexto, <i>inbound marketing</i> es un método de investigación que agrupa un conjunto de personas para que den su opinión en torno a un producto, tema o servicio.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término <i>inbound marketing</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. El término mencionado se puede traducir al español como marketing de atracción, sin embargo, este posible equivalente no resulta natural en el contexto del marketing digital ya que sus usuarios están más familiarizados con el término anglicado por lo que se sigue haciendo uso del anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 51

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 82		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Twittear (To tweet)</i>	5. Categoría gramatical: Verbo			
6. Definición en inglés: To publish a short remark or piece of information on Twitter.	7. Equivalente en español: Tuitear			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tweet	Fuente: https://dle.rae.es/tuitear			
8. Contexto del anglicismo: STC - Twitter Dashboard: Permite twittear desde el escritorio de WordPress.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input checked="" type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la Fundeu (2015) el anglicismo twittear (to tweet), que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es el verbo que se emplea para la acción de escribir un texto en la red social Twitter. Fuente: https://cutt.ly/ZNkVsJM</p> <p>Por su definición en inglés, twittear (to tweet), dentro del contexto, es escribir un mensaje de estado en Twitter que puede tener hasta 280 caracteres y puede contener fotos, GIF, videos, enlaces y texto.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) twittear (to tweet) es un anglicismo en periodo de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua española pero aún mantiene elementos extranjeros. Para este término, se puede apreciar que se ha adaptado a las reglas gramaticales del español. Sin embargo, la Real Academia Española recomienda el uso del término "tuitear" el cual está incluido en su diccionario.</p>				

Ficha de Análisis N.º 52

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 88		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Cookie</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A piece of information stored on your computer about internet documents that you have looked at.	7. Equivalente en español: Cookie			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cookie	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/computers-general/233513-cookies.html			
8. Contexto del anglicismo: Usar una app móvil suele requerir un registro previo. Desde el marketing digital pocas cosas hay más atractivas que pasar de una cookie a un registro; pasar de un usuario web que no tiene nombre ni apellido, ni del que tenemos el e-mail para poder contactarle después, a tener un usuario registrado con cara y nombre.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo cookie, hace referencia a pequeños archivos que se instalan en el navegador y envían información de ida y vuelta entre el computador y los sitios web visitados. Uno de los casos más usuales de uso de cookies es cuando hay formularios de registro. Fuente: https://cutt.ly/aNkVA6x</p> <p>Por su definición en inglés, cookie, dentro del contexto, es una pequeña información enviada por un sitio web y almacenada en el navegador del usuario, de manera que el sitio web puede consultar la actividad previa del navegador.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) cookie es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés. En este caso, no existe equivalente o una traducción para el término <i>cookie</i> por lo que se utiliza el término en su forma original, entre los hispanohablantes el término es aceptado y ya se ha estandarizado su uso en todos los ámbitos.</p>				

Ficha de Análisis N.º 53

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 89		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Friki (Freaky)</i>	5. Categoría gramatical: Adjetiv			
6. Definición en inglés: If someone or something is freaky, they are very unusual in some way.	7. Equivalente en español: Friki			
Fuente: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/freaky	Fuente: https://dle.rae.es/friki			
8. Contexto del anglicismo: Puede ser “estratégicamente” necesario (“estratégicamente” porque responde a una estrategia de posicionamiento de marca, por ejemplo, no a una estrategia de marketing digital) si tus clientes son, por ejemplo, unos frikis de las apps. No lanzar una app a una clientela que adora las apps quizá no sea un buen movimiento.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la Fundeu (2022) el anglicismo friki, se aplica a personas o cosas extrañas o extravagantes, o a quienes practican de forma desmesurada y obsesiva una afición. Fuente: https://cutt.ly/qNkVLyQ</p> <p>Por su definición en inglés, friki, dentro del contexto, es un adjetivo que puede emplearse para designar a personas o cosas consideradas como extravagantes, excéntricas o raras, o para referirse a individuos que se entregan de manera obsesiva y desmesurada a ciertas aficiones.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) friki es un anglicismo asimilado, debido a que, ya ha sido aceptado en el léxico de la lengua receptora, el español y puede formar palabras por derivación. En este caso, se puede apreciar que el término se ha adaptado a las reglas gramaticales del español, los hablantes se han familiarizado con el término y este está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española.</p>				

Ficha de Análisis N.º 54

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 95		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Target</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A target is a group of people that have been identified as the most likely potential customers for a product because of their shared characteristics such as age, income, and lifestyle.	7. Equivalente en español: Público objetivo			
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/t/target-market.asp	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/business-commerce-general			
8. Contexto del anglicismo: No tiene sentido publicar todos tus posts en Twitter cuando sabes a ciencia cierta que tu audiencia ha elegido Pinterest como plataforma de interés. La clave es pivotar, porque el target cambiará. Así que ¡ten en mente el cambiar de estrategia de contenidos según el target !				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing (2016) el anglicismo target, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es un grupo de consumidores potenciales de un producto o servicio que existe en un determinado mercado. Fuente: https://cutt.ly/PNkVMzh</p> <p>Por su definición en inglés, target, consiste en el grupo de consumidores cuyas características, deseos y necesidades se adecúan más a los productos y servicios que ofrece una marca en concreto.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) target es un anglicismo crudo, debido a que permanece en su forma original, y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español. A pesar de que este término es usado con frecuencia en el español, no está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española, por lo que, se recomienda utilizar el equivalente, “público objetivo” ya que, tanto en inglés, como en español, ambos presentan la misma carga semántica pertinente para describir y explicar lo que significa este concepto.</p>				

Ficha de Análisis N.º 55

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 95		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: Pivotar (<i>To pivot</i>)	5. Categoría gramatical: Verbo			
6. Definición en inglés: To turn or twist.	7. Equivalente en español: Pivotar			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pivot	Fuente: https://dle.rae.es/pivotar			
8. Contexto del anglicismo: No tiene sentido publicar todos tus posts en Twitter cuando sabes a ciencia cierta que tu audiencia ha elegido Pinterest como plataforma de interés. La clave es pivotar , porque el target cambiará. Así que ¡ten en mente el cambiar de estrategia de contenidos según el target!				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input checked="" type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Sepúlveda (2011) el anglicismo pivotar, implica un cambio radical en el modelo de negocio para centrarse en una oportunidad de mercado diferente. Supone un cambio de estrategia más amplio y por lo tanto, como decíamos, es mucho más difícil de implementa. Fuente: https://cutt.ly/8NkBwLv</p> <p>Por su definición en inglés, pivotar, dentro del contexto, significa modificar y optimizar las actividades claves de tu negocio, con la finalidad de tener un crecimiento más sostenible y eficiente.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) pivotar es un anglicismo afrancesado, debido a que, el término ha entrado a nuestra lengua a través del francés y esto lo podemos denotar por su grafía, que proviene del francés. En este caso, el uso del anglicismo es correcto y aceptado ya que está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española.</p>				

Ficha de Análisis N.º 56

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 95		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: Mushup (<i>Mashup</i>)	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A Mashup technology is web development content that is created by using multiple data sources for the creation of services. The main characteristics of the mashup are combination, visualization, and aggregation.	7. Equivalente en español: Mashup			
Fuente: https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/marketing-swan/mashup	Fuente: https://sirope.es/glosario-marketing/que-es-mashup/			
8. Contexto del anglicismo: Paso 4: Mushup o enriquecimiento. Este es un paso generalmente olvidado u obviado. No es decisivo, pero sí puede ser importante de cara a generar conocimiento nuevo e innovador. Consiste en reunir los datos obtenidos con informaciones generadas tanto dentro como fuera de la empresa. Con ello podremos enriquecer las conclusiones y así obtener más conocimiento y entendimiento sobre el sector en el que trabajamos.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input checked="" type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según Regueiro (2010) el anglicismo mushup (mashup), consiste en una aplicación web que combina y utiliza otros recursos para crear una experiencia distinta y completa. Fuente: https://cutt.ly/8NkBgps</p> <p>Por su definición en inglés, mushup (mashup), dentro del contexto, es una estrategia, la cual resulta de la unión de dos o más aplicaciones para crear un nuevo servicio. Esta creación se da a través de la programación de códigos abiertos lo cual permite que su ejecución sea sencilla.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) mushup es un anglicismo falso, debido a que, a pesar de tener apariencia inglesa, este término no existe en el inglés. Este falso anglicismo puede estar clasificado dentro de los aclimatados por error ya que su alteración gráfica parece ser producto de un error tipográfico. En este caso, según lo investigado, se haría referencia al término “mashup” que en el ámbito del marketing no tiene equivalente acuñado por lo que se utiliza el anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 57

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 99		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Engagement</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Engagement marketing is the use of tailored, engaging customer interactions. It helps driving conversions and sales, as well as building brand awareness and lasting consumer relationships.	7. Equivalente en español: Engagement			
Fuente: https://www.marketo.com/engagement-marketing	Fuente: https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v66n3/0186-1042-cya-66-03-00001.pdf			
8. Contexto del anglicismo: Tu trabajo es estimular el deseo y la acción de tu audiencia. Cómo lo hagas vendrá determinado por tus objetivos y tu creatividad. Las imágenes y los vídeos son uno de los mejores recursos para crear engagement instantáneo.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario del Marketing Digital (2019) engagement es la relación e interacción que puede tener la marca con su audiencia. Fuente: https://cutt.ly/4NkH03W</p> <p>Dentro del contexto, engagement es la relación que existe entre una marca y la audiencia que interactúa con ella, es decir, es el compromiso que se establece entre una marca y su audiencia en las distintas comunicaciones que producen entre sí.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término engagement es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. En el español la Real Academia Española recomienda reemplazar el anglicismo con los términos “compromiso”, “implicación”, “cita” o “contrato”, sin embargo, ninguno de los equivalentes ya mencionados tiene el mismo significado o concepto del anglicismo dentro del contexto del marketing digital, por lo que, se hace uso del término anglicado.</p>				

Ficha de Análisis N.º 58

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 104		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Hype</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A situation in which something is advertised and discussed in newspapers, on television, etc. a lot in order to attract everyone's interest.	7. Equivalente en español: Hype			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/hype	Fuente: https://sirope.es/glosario-marketing/que-es-hype/			
8. Contexto del anglicismo: El <i>hype</i> de las redes sociales (y por qué aún sigue teniendo sentido)				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según López (2015) <i>hype</i> es una estrategia de marketing por la que un producto o servicio se anuncia como eso que todo el mundo debe ver, comprar o consumir, hasta el punto de que la gente empieza a sentir que necesita irremediablemente consumirlo. Fuente: https://cutt.ly/gNkCSjy</p> <p>Dentro del contexto, <i>hype</i> consiste en una excesiva publicidad con el objetivo de originar en el individuo una imagen o idea sobre el producto, sin importar excesivamente la calidad del mismo.</p> <p>Por lo tanto, según la teoría de Vázquez (2014) el término <i>hype</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original. En el español no existe un término acuñado para el anglicismo <i>hype</i>, dado que, es un concepto relativamente nuevo por lo que no se ha acuñado un equivalente y se recurre al uso del término anglicado.</p>				

Ficha de Análisis N.º 59

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 140		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: Clicando (<i>To click</i>)	5. Categoría gramatical: Verbo			
6. Definición en inglés: To carry out a computer operation by pressing a button on the mouse or keyboard.	7. Equivalente en español: Clicando (Clicar)			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/click	Fuente: https://dle.rae.es/clicar			
8. Contexto del anglicismo: En palabras de la propia marca, “carga más rápido, usa menos espacio y es data-friendly”, en referencia a que utiliza menos datos de tu 3G / 4G / 5G contratado, algo que se agradece ¡y mucho! Por otro lado, y también según Twitter, “accede desde tu escritorio del móvil clicando el icono, recibe notificaciones push y lee contenido sin tener conexión”. Y, todo esto, con una interfaz poco o nada diferente al de una app.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la Fundeu (2011) el anglicismo clicando (to click), se refiere a la acción de pulsar alguno de los botones del ratón, es la ‘onomatopeya usada para reproducir ciertos sonidos, como el que se produce al apretar el gatillo de un arma, pulsar un interruptor, etc.’, y también la ‘pulsación que se hace mediante un ratón u otro dispositivo apropiado de una computadora para dar una instrucción. Fuente: https://cutt.ly/mNk1jIP</p> <p>Por su definición en inglés, clicando (to click), dentro del contexto, es la acción de pulsar algún botón del ratón informático para buscar alguna información o situando el puntero del ordenador en alguna imagen o palabra u otra señal, mientras el ratón suena "clic".</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) clicando es un anglicismo asimilado, debido a que, el término está totalmente aceptado en la lengua receptora que en este caso es el español. Además, el término está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española y recomienda su uso, aunque también existen otras opciones como “clicar”, “hacer clic”, entre otros.</p>				

Ficha de Análisis N.º 60

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 140
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>Retuiteando (Retweet)</i>	5. Categoría gramatical: Verbo	
6. Definición en inglés: To repost (something, such as a message) to the Twitter online message service.	7. Equivalente en español: Retuiteando (Retuitear)	
Fuente: https://www.merriam-webster.com/dictionary/retweet	Fuente: https://dle.rae.es/retuitear	
8. Contexto del anglicismo: Como algunas de las herramientas de escucha social analizadas, Mention te ayuda a responder de manera eficaz a todas las menciones, ya que puedes interactuar con ellas retuiteando , publicando o compartiéndolas a través de Twitter, Facebook o Buffer. Deberás elegir la acción más adecuada para cada mención que recibas. Además, con Mention podrás generar informes en PDF, útiles para observar detenidamente las menciones que has recibido, en qué idiomas y periodos.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>
Afrancesados <input type="checkbox"/>		
10. Análisis		
<p>Según el Diccionario Básico de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo retuiteando (retweet), es la acción que realiza un usuario de Twitter al compartir con todos sus seguidores un contenido de interés, normalmente de algunas de las personas a quienes él sigue o de otro tuitero. Fuente: https://cutt.ly/TNk1mxA</p> <p>Por su definición en inglés, retuiteando (retweet), dentro del contexto, consiste en volver a publicar el Tweet de otra persona o uno propio y se pueden agregar comentarios propios a un Tweet antes de retuitearlo.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) retuiteando es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ya es aceptado en el léxico español y tiene la capacidad de originar nuevas palabras por derivación. En este caso, la Real Academia Española tiene el término incluido en su diccionario y lo recomienda sobre el uso del anglicismo “retweet” que alguno aun utiliza.</p>		

Ficha de Análisis N.º 61

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 147		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Storytelling</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Using a narrative to connect your brand to customers, with a focus on linking what you stand for to the values you share with your customers.	7. Equivalente en español: Storytelling			
Fuente: https://marketinginsidergroup.com/strategy/brand-storytelling-defined/	Fuente: https://blog.hubspot.es/marketing/prosumidor			
8. Contexto del anglicismo: Sí, creemos firmemente que este es uno de esos ámbitos en los que la publicidad puede hacer magia mediante un uso innovador de la tecnología y el storytelling para enamorar al usuario.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing Digital (2019) el anglicismo storytelling, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es la habilidad de contar historias que despierten la atención, atraigan y conecten con clientes potenciales o generen una emoción en el lector. Fuente: https://cutt.ly/CNk1DsM</p> <p>Por su definición en inglés, storytelling, es el proceso de contar historias en torno a una marca, empresa, producto o servicio. A diferencia de otras estrategias de publicidad, esta técnica apela a las emociones y la esencia de la marca.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) storytelling es un anglicismo crudo, debido a que mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por ello, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español. La autora también señala que, según la frecuencia de uso, la permanencia de este término será incierta. Además, al no existir aún una estandarización en la traducción de este término al español en el área del marketing digital se emplea el préstamo. Existen la posibilidad de traducir el término como “arte de contar/fabricar historias/relatos”, entre otros, sin embargo, no abarcaría la carga semántica total que está presente en el anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 62

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 150		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Branding</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: The act of making a product, organization, person, or place easy to recognize as different from others by connecting it with a particular name, design, symbol, set of qualities, etc.	7. Equivalente en español: Gestión de marca			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/branding	Fuente: https://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/			
8. Contexto del anglicismo: Suele utilizarse principalmente para campañas de branding , cuando se busca visibilidad o reconocimiento de marca. Permite atacar objetivos con una amplia flexibilidad, ya que el número de usuarios es bastante elevado, aunque el valor aportado por cada uno sea menor.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing Digital (2019) branding hace referencia a una serie de estrategias alrededor de la construcción de una marca y en internet, <i>branding</i> va más allá de estrategias publicitarias.</p> <p>Fuente: https://cutt.ly/4NkH03W</p> <p>Dentro del contexto, branding está relacionado al posicionamiento, los valores y el propósito de una marca, es decir, va a definir su identidad.</p> <p>Por lo tanto, de acuerdo con Vázquez (2014) el término branding es un anglicismo crudo ya que conserva la grafía y la pronunciación original inglesa, es decir, no tuvo ninguna alteración. Branding es uno de los conceptos más populares dentro del marketing digital y a pesar de no estar incluido en el diccionario de la Real Academia Española es en definitiva más usado que el equivalente en español “gestión de marca”.</p>				

Ficha de análisis N.º 63

1. Nombre del libro impreso: <i>Marketing digital para dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 168
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>Brand awareness</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo	
6. Definición en inglés: <i>Brand awareness</i> is a marketing term that describes the degree of consumer recognition of a product by its name.	7. Equivalente en español: Conciencia de marca	
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/marketing-market-research	
8. Contexto del anglicismo: Para anuncios de marca, de <i>branding</i> o de brand awareness —como también se conocen— suelen funcionar muy bien el vídeo o el post promocionados: formatos que cuentan una historia, que no hablan tanto de vender (eso vendrá en etapas posteriores del embudo) sino del significado de la marca y de lo que la hace especial.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input type="checkbox"/>
		Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis		
<p>Según el Diccionario BCM Marketing (2020) el término brand awareness, que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, hace referencia a un indicador de la estrategia de marketing que permite medir cuánto y cómo una marca es reconocida por los consumidores. Este es uno de los conceptos más estudiados en el marketing digital. Fuente: https://cutt.ly/UNk0kQr</p> <p>Dentro del contexto de la lengua origen, el término brand awareness corresponde a la técnica de marketing en la que se busca que una marca sea reconocida por sus consumidores y sea asociada a los aspectos que la hacen especial.</p> <p>Por lo tanto, el término brand awareness es un anglicismo crudo ya que según la teoría de Vázquez (2014) es usado en la lengua origen y en la lengua meta de la misma forma, es decir, que el término no sufre de cambios o alteraciones en la traslación de un idioma a otro. Asimismo, cumple la función de sustantivo dentro del contexto presente. Además, el término brand awareness presenta su equivalente al español, el cual, según investigación sería “conciencia de marca”. Sin embargo, hoy en día, en el ámbito del marketing digital no se utiliza el equivalente en español ya que se prefiere el anglicismo a pesar de que la RAE recomienda evitar su uso.</p>		

Ficha de Análisis N.º 64

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 169
Unidad de análisis		
4. Anglicismo: <i>Trackear (Tracking)</i>	5. Categoría gramatical: Verbo	
6. Definición en inglés: To record the progress or development of something over a period.	7. Equivalente en español: Rastrear	
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/track	Fuente: https://dle.rae.es/rastrear	
8. Contexto del anglicismo: El último paso antes de “confirmar” es el más creativo y también uno de los más importantes: elegir el formato (display, vídeo, post promocionado, carrusel de fotos, etc.), el texto del título y la descripción (si fuera necesaria) y cómo quieres trackear o medir el rendimiento del anuncio, para lo que tendrás que haber instalado previamente el Facebook píxel en tu página web.		
9. Subcategoría de anglicismos:		
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input checked="" type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>
		Asimilados <input type="checkbox"/>
Afrancesados <input type="checkbox"/>		
10. Análisis		
<p>Según el Diccionario de Marketing (2016) el anglicismo trackear (tracking), que se encuentra en el capítulo III del libro estudiado, es el seguimiento y control de un proceso de comunicación. En Internet es el seguimiento de la navegación de un usuario al que se le ha marcado con una cookie. Fuente: https://cutt.ly/VNk0Y9b</p> <p>Por su definición en inglés, trackear (tracking), dentro del contexto, permite detectar qué campañas han sido más efectivas y medir su rendimiento en números objetivos. Además, sirve para aplicar estos conocimientos en otras campañas más adelante y optimizar recursos para lograr la máxima eficiencia.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) trackear (tracking) es un anglicismo en periodo de aclimatación, debido a que, la grafía y pronunciación del término está adaptándose a las normas españolas, pero aun presenta elementos extranjeros. Por otro lado, en el español existen posibles equivalentes como “rastrear” o “seguimiento” que son preferibles ya que la Real Academia Española no recomienda el uso del anglicismo mencionado.</p>		

Ficha de Análisis N.º 65

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 189		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Clickstream</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A clickstream is a record that contains data about a website user's clicks on a computer display screen via a mouse or touchpad. This type of information provides a visual trail of user activity with detailed feedback.	7. Equivalente en español: Analítica de clics			
Fuente: https://www.techopedia.com/definition/15403/clickstream	Fuente: https://www.paraisodigital.org/internet/II-analitica-de-clics			
8. Contexto del anglicismo: Es uno de sus usos principales, sí, pero también hay otros muy importantes, como los flujos de comportamiento de los usuarios dentro de la web, la usabilidad web, el clickstream , el comportamiento del sitio (velocidad de carga, búsqueda, etc.), el análisis de embudos de conversión, etc.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la agencia NeoAttack (2020) el anglicismo clickstream, es el recorrido que hace cualquier usuario una vez entra en una página web. Con él, se puede saber qué páginas visita y en qué orden, además de cómo llega a cada una de ellas. Fuente: https://cutt.ly/pNk0KbA</p> <p>Por su definición en inglés, clickstream, dentro del contexto, es un término de marketing que hace referencia al recorrido que sigue un usuario en una página web. Es decir, permite rastrear a que página interna llega un usuario y a dónde va desde ahí.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) clickstream es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés. En este caso, en español existe el equivalente Analítica de clics, el cual es bastante aceptado y utilizado, sin embargo, debido a la tendencia dentro del marketing digital de utilizar anglicismos, predomina el uso de clickstream.</p>				

Ficha de Análisis N.º 66

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 193		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>KPI</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: Key performance indicators (KPIs) refer to a set of quantifiable measurements used to gauge a company's overall long-term performance.	7. Equivalente en español: Indicador clave de rendimiento			
Fuente: https://www.investopedia.com/terms/k/kpi.asp	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/business-commerce-general			
8. Contexto del anglicismo: Si nos centramos en el micro objetivo de disminuir el número de carritos abandonados, algunos KPI que ayuden a comprobar tu performance podrían ser: El número total de carritos abandonados al día.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario Básico de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo KPI, Se trata de una métrica que refleja perfectamente la consecución de los objetivos últimos de la organización. Mide el nivel de desempeño de un proceso, centrándose en el “cómo” e indicando el rendimiento. Fuente: https://cutt.ly/yNk2yCg</p> <p>Por su definición en inglés, KPI, dentro del contexto, son indicadores clave de rendimiento que se utilizan para evaluar el éxito de las acciones y/o procesos en la medida en que estos contribuyen a la consecución de los objetivos.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) KPI es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés. En este caso, en español existe el equivalente “indicador clave de rendimiento”, este equivalente es aceptado, sin embargo, es mucho más común referirse a este concepto por sus siglas, las cuales no tienen traducción al español por lo que se recurre al uso del anglicismo.</p>				

Ficha de Análisis N.º 67

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 208		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Marketero (Marketer)</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A person or company that markets goods (makes them available in a way that encourages people to buy them, for example by advertising.	7. Equivalente en español: Mercadotécnico			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/marketer	Fuente: https://dle.rae.es/mercadot%C3%A9cnico			
8. Contexto del anglicismo: El marketing digital no es más que un medio digital para crear impacto positivo. Por lo tanto, el marketero digital es una persona que busca por todos los medios el generar un efecto beneficioso tanto para individuales como para organizaciones.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input checked="" type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario del Marketing Digital (2015) el anglicismo Marketero (Marketer), que se encuentra en el capítulo XXI del libro estudiado, es el responsable de mejorar las relaciones públicas de la empresa. Se les exige constantemente que comuniquen la política de productos de la empresa a los clientes, con el fin de generar publicidad en el mercado. Fuente: https://cutt.ly/CNk2qSb</p> <p>Por su definición en inglés, marketero (marketer), dentro del contexto, es aquella persona que se dedica a ayudar a los equipos de ventas de una empresa a la hora de comercializar un producto o servicio.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) marketero (marketer) es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua española pero aún mantiene elementos extranjeros. En este caso, si bien, se puede apreciar que el término se ha adaptado a las reglas gramaticales del español, la Real Academia Española no recomienda su uso y tiene el término “mercadotécnico” como equivalente ya que está incluido en su diccionario.</p>				

Ficha de Análisis N.º 68

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 208		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Benchmarking</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: The act of measuring the quality of something by comparing it with something else of an accepted standard.	7. Equivalente en español: Punto de referencia			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/benchmarking	Fuente: https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html			
8. Contexto del anglicismo: En este capítulo presentamos varios listados de herramientas que todo experto, o en vías de serlo, en marketing digital debe conocer o, al menos, tener localizadas: herramientas de gestión, de curación de contenidos, para <i>branding</i> , para benchmarking , para almacenamiento de datos, para seguimiento y escucha... ¡y muchas más!"				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input checked="" type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario IMF GLOSSARY WEB (2016) el término benchmarking es el establecimiento de una base de referencia o parámetros. Fuente: https://cutt.ly/FNk2TKv</p> <p>Dentro del contexto, por benchmarking se comprende el estudio de la competencia para conocer las estrategias utilizadas por ellos compararlos.</p> <p>Por lo tanto, el término benchmarking es un anglicismo crudo de acuerdo con lo que establece la autora Vázquez (2014) ya que conserva la fonología y morfología de la lengua origen, es decir, el término se mantiene y es usado en su forma más pura en la lengua receptora. Aunque existe un equivalente en español para el término analizado, el uso del anglicismo es más frecuente y aceptado en esta área.</p>				

Ficha de Análisis N.º 69

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 209		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: Puzle (<i>Puzzle</i>)	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: A problem or question that you have to answer by using your skill or knowledge.	7. Equivalente en español: Rompecabezas			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/puzzle	Fuente: https://www.proz.com/kudoz/english-to-spanish/names-personal-company/			
8. Contexto del anglicismo: Capítulo 4 Un puzle de objetivos y estrategias: la presencia online y el ecosistema digital.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según la Fundeu (2011) el anglicismo puzle, que se encuentra en el capítulo XXI del libro estudiado, es un juego que consiste en componer determinada figura combinando cierto número de pedazos de madera o cartón, en cada uno de los cuales hay una parte de la figura. Fuente: https://cutt.ly/1Nk20D4</p> <p>Por su definición en inglés, usabilidad, dentro del contexto, es un entretenimiento que invita a armar una figura que se encuentra dividida en trozos.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) puzle es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ha sido adaptado al español, en este caso, la lengua receptora. Este tipo de anglicismos permite la formación de nuevas palabras a través de la derivación. Este término es aceptado y está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española, pero se recomienda usar con preferencia el equivalente español rompecabezas.</p>				

Ficha de Análisis N.º 70

1. Nombre del libro impreso: Marketing digital para <i>dummies</i>	2. Año de publicación: 2016	3. N.º de página: 213		
Unidad de análisis				
4. Anglicismo: <i>Usabilidad (Usability)</i>	5. Categoría gramatical: Sustantivo			
6. Definición en inglés: The fact of something being easy to use, or the degree to which it is easy to use.	7. Equivalente en español: Usabilidad			
Fuente: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/usability	Fuente: https://enclavedeciencia.rae.es/usabilidad			
8. Contexto del anglicismo: Telegram. Una especie de WhatsApp, pero con mejores funcionalidades, tanto de usabilidad como de privacidad, utilizado como herramienta de comunicación interna o externa.				
9. Subcategoría de anglicismos:				
Crudos <input type="checkbox"/>	En periodo de aclimatación <input type="checkbox"/>	Falsos <input type="checkbox"/>	Asimilados <input checked="" type="checkbox"/>	Afrancesados <input type="checkbox"/>
10. Análisis				
<p>Según el Diccionario de Marketing Digital para Pymes (2016) el anglicismo Usabilidad, que se encuentra en el capítulo XXI del libro estudiado, es el criterio para medir que tan sencillo resulta para un usuario encontrar lo que busca o hacer lo que quiere en un sitio web. En Internet el tiempo hace la diferencia. Un sitio web debe captar la atención de su audiencia en menos de 8 segundos. Fuente: https://cutt.ly/oNk9r9M</p> <p>Por su definición en inglés, usabilidad, dentro del contexto, es una característica de calidad que define la facilidad con la que se puede utilizar una interfaz de usuario o una página web. El énfasis se pone principalmente en el diseño y la usabilidad.</p> <p>Por lo tanto, según la clasificación de Vázquez (2014) usabilidad es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ha sido adaptado al español, en este caso, la lengua receptora. Este tipo de anglicismos permite la formación de nuevas palabras a través de la derivación. Para este término, a pesar de que no está incluido en el Diccionario de la Real Academia Española, esta señala que es un derivado correcto y recomienda su uso.</p>				

ANEXO 5

Validación de fichas

N° de pág.	Anglicismo	Posible equivalente	Subcategoría	Comentario
5	Blockchain	Cadena de bloques	Crudo	El término <i>blockchain</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene la misma grafía y pronunciación de la voz origen. Si bien la Real Academia Española recomienda el equivalente "cadena de bloques" en el campo del marketing el uso del anglicismo es más recurrente.
17	Folksonomía	Folcsonomía	En período de aclimatación	El término folksonomía es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua receptora pero aún mantiene elementos extranjeros. En este caso, si bien, se puede apreciar que el término se ha adaptado a las reglas gramaticales del español, no está completamente asimilado
21	Mindset	Mentalidad	Crudo	El término <i>mindset</i> es un anglicismo crudo porque no se adecuó al léxico español, ya que, no presenta las características de las estructuras usadas en el español; es decir, no ha sufrido modificaciones morfológicas, debido a que en el español no es común utilizar la unión de dos consonantes en una sílaba.
22	Trending topic	Tendencia/Tema de tendencia	Crudo	El término <i>trending topic</i> es un anglicismo crudo, debido a se mantiene la morfología y fonología del término original y la lengua receptora lo toma como préstamo.
23	Packaging	Embalaje	Crudo	El término <i>packaging</i> es un anglicismo crudo, ya que, permanece en su forma original, y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español.
25	Prosumer	Prosumidor	Crudo	El término <i>prosumer</i> es un anglicismo crudo, ya que, es utilizado en su forma más pura, es decir, conservan la fonología y morfología de la lengua origen para ser usado de la misma forma en la lengua receptora, que, en este caso, es el español.
25	Crowdfunding	Micromecenazgo	Crudo	El término <i>crowdfunding</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
26	Crossumer	Crossumer	Crudo	El término <i>crossumer</i> es un anglicismo crudo ya que no ha presentado ningún tipo de alteración o adaptación, por lo que, conserva su estructura y pronunciación original.
32	Gamification	Ludificación	Crudo	El término <i>gamification</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
33	Mainstream	Convencional	Crudo	El término <i>mainstream</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
40	Focus group	Grupo focal	Crudo	El término <i>focus group</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma

				original.
40	Moodboard	Moodboard	Crudo	El término <i>moodboard</i> es un anglicismo crudo ya que conserva su estructura original y no ha tenido ninguna adaptación.
41	Insights	Percepciones de los consumidores	Crudo	El término <i>insight</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
43	Webmaster	Webmaster	Crudo	El término <i>webmaster</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por lo tanto, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español.
53	Hub	Hub	Crudo	El término <i>hub</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
53	Podcast	Pódcast	Crudo	El término <i>podcast</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
54	Widget	Widget	Crudo	El término <i>widget</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por lo tanto, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español.
61	Wearable	Tecnología ponible	Crudo	El término <i>wearable</i> es un anglicismo crudo, debido a que, permanece en su forma original y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español.
74	Inbound marketing	Marketing de atracción	Crudo	El término <i>hype</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
82	Twittear	Tuitear	En período de aclimatación	El término <i>twittear</i> es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua española pero aún mantiene elementos extranjeros.
88	Cookie	Cookie	Crudo	El término <i>cookie</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
89	Friki	Friki	Asimilado	El término <i>friki</i> es un anglicismo asimilado, debido a que, ya ha sido aceptado en el léxico de la lengua receptora, el español y puede formar palabras por derivación.
95	Target	Público objetivo	Crudo	El término <i>target</i> es un anglicismo crudo, debido a que permanece en su forma original, y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, que, en este caso, viene a ser el español.
95	Pivotar	Pivotar	Afrancesado	El término <i>pivotar</i> es un anglicismo afrancesado, debido a que, el término ha entrado a nuestra lengua a través del francés y esto lo podemos denotar por su grafía, que proviene del francés.
95	Mushup	Mashup	Falso	El término <i>mushup</i> es un anglicismo falso, debido a que, a pesar de tener apariencia inglesa, este término no existe en el inglés. Este falso anglicismo puede estar clasificado dentro de los

				aclimatados por error ya que su alteración gráfica parece ser producto de un error tipográfico.
99	Engagement	Engagement	Crudo	El término <i>engagement</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
104	Hype	Hype	Crudo	El término <i>hype</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español, es decir, conserva su forma original.
140	Clicando	Clicando	Asimilado	El término clicando es un anglicismo asimilado, debido a que, el término está totalmente aceptado en la lengua receptora que en este caso es el español.
140	Retuiteando	Retuiteando	Asimilado	El término retuiteando es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ya es aceptado en el léxico español y tiene la capacidad de originar nuevas palabras por derivación.
147	Storytelling	Storytelling	Crudo	El término <i>storytelling</i> es un anglicismo crudo, debido a que mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación; por ello, al no poseer equivalencia, se toma el mismo término en español.
150	Branding	Gestión de marca	Crudo	El término <i>branding</i> es un anglicismo crudo ya que conserva la grafía y la pronunciación original inglesa, es decir, no tuvo ninguna alteración.
168	Brand awareness	Conciencia de marca	Crudo	El término <i>brand awareness</i> es un anglicismo crudo ya que es usado en la lengua origen y en la lengua meta de la misma forma, es decir, que el término no sufre de cambios o alteraciones en la traslación de un idioma a otro.
169	Trackear	Rastrear	En período de aclimatación	El término trackear es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, la grafía y pronunciación del término está adaptándose a las normas españolas, pero aun presenta elementos extranjeros.
189	Clickstream	Análítica de clics	Crudo	El término <i>clickstream</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
193	KPI	Indicador clave de rendimiento	Crudo	El término <i>KPI</i> es un anglicismo crudo, debido a que, mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
208	Marketero	Mercadotécnico	En período de aclimatación	El término marketero es un anglicismo en período de aclimatación, debido a que, está en proceso de asimilación a la lengua española pero aún mantiene elementos extranjeros.
208	Benchmarking	Punto de referencia	Crudo	El término <i>benchmarking</i> es un anglicismo crudo ya que conserva la fonología y morfología de la lengua origen, es decir, el término se mantiene y es usado en su forma más pura en la lengua receptora.
209	Puzle	Rompecabezas	Asimilado	El término puzle es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ha sido adaptado al español, en este caso, la lengua receptora.

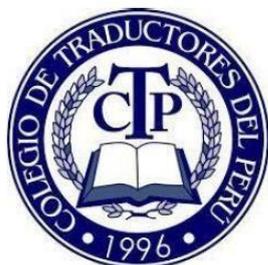
213	Usabilidad	Usabilidad	Asimilado	El término usabilidad es un anglicismo asimilado, debido a que, el término ha sido adaptado al español, en este caso, la lengua receptora.
31	Lead	Cliente potencial	Crudo	El término <i>lead</i> es un anglicismo crudo, esto se debe a que su grafía y también su pronunciación de la lengua origen, además de no haber sufrido ninguna modificación morfológica.
37	SEO	Optimización para motores de búsqueda	Crudo	El término <i>SEO</i> es un anglicismo crudo, ya que conserva su grafía original y es gráficamente idéntica al término en su lengua de procedencia.
42	Eslogan	Eslogan	Asimilado	El término eslogan es un anglicismo asimilado, esto se debe a que el término ya está aceptado en la lengua española.
42	Geolocalización	Ubicación geográfica	Asimilado	El término geolocalización es un anglicismo asimilado, ya que el término está aceptado en el léxico de la lengua española.
53	Content marketing	Marketing de contenidos	Crudo	El término <i>content marketing</i> es un anglicismo crudo, ya que no ha tenido ninguna adaptación al español, además el término es usado en la lengua origen y lengua meta de la misma forma.
57	Mobile first	Diseño web optimizado para móviles	Crudo	El término <i>mobile first</i> es un anglicismo crudo, ya que conserva su grafía y su pronunciación original inglesa, además de no tener ninguna alteración.
58	Interaction design	Diseño de interacción	Crudo	EL término <i>interaction design</i> es un anglicismo crudo ya que no ha sido adaptado al español ni ha tenido ninguna alteración, más bien conserva su grafía y su pronunciación de la voz origen.
70	Tracking	Tracking	Crudo	El término <i>tracking</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene su grafía y pronunciación original, y no ha sufrido de ninguna alteración morfológica.
71	User-friendly	Manejable	Crudo	El término <i>user-friendly</i> es un anglicismo crudo debido a que no ha tenido ninguna alteración morfológica y el término se usa en la lengua origen y la lengua meta de la misma manera.
71	Programador	Programador	Asimilado	El término programador es un anglicismo asimilado ya que su grafía se ha visto modificada y es aceptada en el léxico de la lengua española, es así que también tiene la capacidad de originar nuevas palabras por derivación.
102	User generated content	Contenido generado por el usuario	Crudo	El término <i>user generated content</i> es un anglicismo crudo, debido a que mantiene su grafía original, así como su pronunciación, es decir no ha tenido ninguna alteración.
102	Hashtag	Etiqueta	Crudo	El término <i>hashtag</i> es un anglicismo crudo ya que no ha tenido ninguna alteración morfológica; su grafía y su pronunciación original se mantienen.
105	Social media marketing	Marketing en medios sociales	Crudo	El término <i>social media marketing</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
109	Long tails	Long tails	Crudo	El término <i>long tails</i> es un anglicismo crudo debido a que conserva la fonología

				y morfología de la lengua origen, es decir, el término se mantiene y es usado en su forma más pura en la lengua receptora.
112	Brand lovers	Fan de la marca	Crudo	El término <i>brand lovers</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
126	Link baiting	Cebo de enlaces	Crudo	El término <i>link baiting</i> es un anglicismo crudo debido a que mantiene la misma grafía de la voz de origen, así como, su pronunciación, además de no tener ninguna alteración morfológica.
128	URL	Localizador de recursos uniforme	Crudo	El término <i>url</i> es un anglicismo crudo ya que, permanece en su forma original y no ha sufrido adaptación alguna a la lengua receptora, al mismo tiempo dicho término se utiliza en la lengua origen y lengua meta con el mismo significado.
145	Costumer journey	Recorrido del cliente	Crudo	El término <i>costumer journey</i> es un anglicismo crudo ya que conserva la grafía y la pronunciación original inglesa, es decir, no tiene ninguna alteración.
154	Bottom of the funnel	Parte baja del funnel de conversión	Crudo	El término <i>bottom of the funnel</i> es un anglicismo crudo ya que es usado en la lengua origen y en la lengua meta de la misma forma, el término no sufre de cambios o alteraciones ya que se mantiene su grafía y pronunciación de la lengua origen.
169	Parámetro	Parámetro	Asimilado	El término parámetro es un anglicismo asimilado ya que ha tenido alteraciones en su grafía y pronunciación para ser aceptado en la lengua española.
170	Estándares	Estándares	Asimilado	El término estándares es un anglicismo asimilado ya que el término está totalmente aceptado en el léxico de la lengua española.
174	Aplicaciones	Aplicaciones	Asimilado	El término aplicaciones es un anglicismo asimilado ya que el término está aceptado en el léxico español y ha tenido modificaciones en su grafía para acoplarse a la lengua meta.
178	Co-brandings	Alianza estratégica entre marcas	Crudo	El término <i>co-brandings</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene su grafía original y es gráficamente idéntica al término en la lengua de procedencia, el inglés.
183	Usuario	Usuario	Asimilado	El término usuario es un anglicismo asimilado debido a que el término está aceptado en el léxico español y ha tenido modificaciones en su grafía para acoplarse a la lengua meta.
183	Influencer	Persona influyente	Crudo	El término <i>influencer</i> es un anglicismo crudo ya que mantiene su grafía y pronunciación de la lengua origen, además de no tener modificaciones morfológicas.
215	Interfaz	Interfaz	Asimilado	El término interfaz es un anglicismo asimilado debido a que está aceptado en el léxico español y ha tenido modificaciones en su grafía para acoplarse a la lengua meta.
219	Kit	Herramientas	Asimilado	El término kit es un anglicismo asimilado ya que su grafía y pronunciación son similares al alfabeto de la lengua

				española, por lo que es aceptado en el léxico español.
225	Logotipo	Logotipo	Asimilado	El término logotipo es un anglicismo asimilado debido a que el término ha sido adaptado al español, modificando su grafía y pronunciación para que sea aceptado en la lengua meta.
239	Plataforma	Plataforma	Asimilado	El término plataforma es un anglicismo asimilado ya que, el término ha tenido alteraciones morfológicas para adaptarse a la lengua española.
251	Chatbot	Chat robot	Asimilado	El término chatbot es un anglicismo asimilado ya que está formado por dos palabras inglesas aceptadas en el español: "chat" y "robot". Además, su grafía y pronunciación son similares al alfabeto de la lengua española, por lo que es aceptado en el léxico español.
253	Píxeles	Píxeles	Asimilado	El término píxeles es un anglicismo asimilado debido a que, el término ha sido adaptado al español, alterando su grafía y pronunciación a la lengua receptora.

NOMBRE DEL EVALUADOR	TÍTULO PROFESIONAL	FECHA DE VALIDACIÓN	RECOMIENDA SU APLICACIÓN
Carlos Arturo E. Delgado Murillo	Licenciado en Traducción e Interpretación	18/10/2022	SÍ

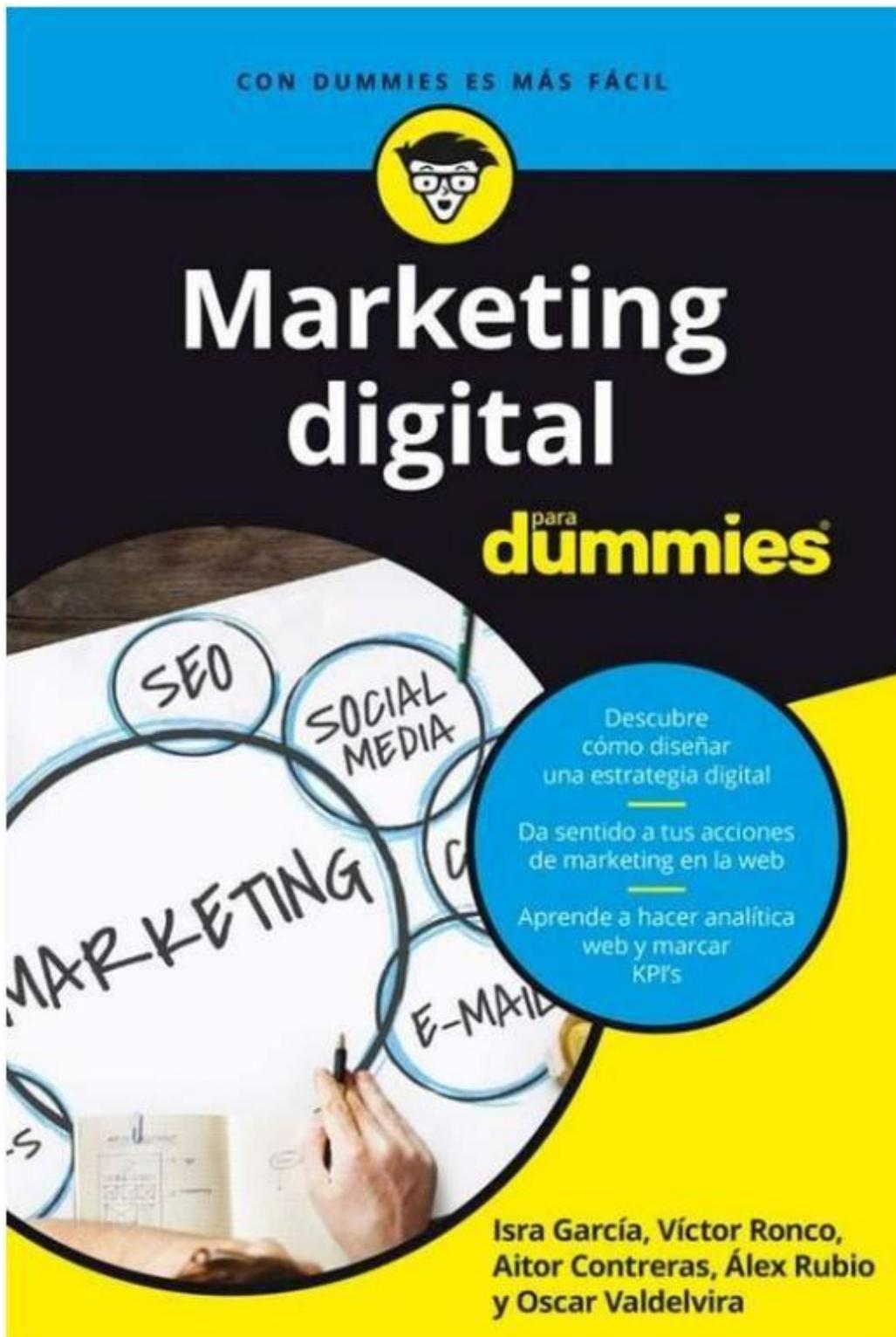
FIRMA Y SELLO




 Carlos Arturo E. Delgado Murillo
 CTP N° 0795

ANEXO 6

Portada del libro





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GÁLVEZ NORES BETTY MARITZA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Anglicismos presentes en un libro conceptual de marketing digital, Lima, 2022

", cuyos autores son DIAZ REA SHIRLEY ELIDA, NEYRA CENTENO GIANELLA IVETTE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 11 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GÁLVEZ NORES BETTY MARITZA DNI: 43259931 ORCID: 0000-0003-0052-7956	Firmado electrónicamente por: BGALVEZNO el 02- 12-2022 09:11:32

Código documento Trilce: TRI - 0438885