



Universidad
de Alcalá

**Glosario para la interpretación en el
marco de ferias internacionales, frutas y
hortalizas:
FRUIT ATTRACTION**

**Glossary for interpreting in the
framework of international trade fairs,
fruit and vegetables:
FRUIT ATTRACTION**

2021-22

MICONE

**Máster Universitario en Interpretación de Conferencias Orientado a los
Negocios**

Presentado por:

D. JAVIER IZQUIERDO CUBAS

Dirigido por:

D^a CHARÍS GONZÁLEZ DÍAZ y D^a INGRID CÁCERES WÜRSIG

Alcalá de Henares, a 6 de junio de 2022

RESUMEN EN ESPAÑOL

Este Trabajo de Fin de Máster explora la preparación de un encargo de interpretación en Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas Fruit Attraction, celebrada en Madrid.

Primero, analizamos los sectores principales de la feria tanto en registro escrito como hablado. Una vez separamos cada sector, desarrollamos paso a paso un glosario bilingüe sobre la feria y la cadena de suministro de frutas y hortalizas en España.

Además, ofrecemos un segundo glosario dedicado solamente a las especies y variedades presentes en Fruit Attraction, además de una propuesta de símbolos para la toma de notas de interpretación consecutiva que pueda servir de utilidad para estudiantes o profesionales.

Finalmente, se provee una vista amplificada y estadísticas en cuanto a Fruit Attraction, la exportación hortofrutícola en España, y la segmentación de los productos actuales en diferentes categorías.

Palabras clave: Traducción, interpretación, glosario, terminología, toma de notas, frutas, hortalizas, ferias internacionales, comercio exterior, Fruit Attraction, IFEMA, FEPEX

ABSTRACT

The main aim of this Master's Thesis consists in the preparation of an interpretation purchase order at the Fruit Attraction International Trade Show, held in Madrid.

First we checked the main fields of the trade show in both spoken and written language. After separating each section, we developed step by step a glossary in Spanish and English about the chain of supply of fruits and vegetables in Spain, and about the trade show itself.

In addition, we provided a second glossary, exclusively based on species and varieties at Fruit Attraction, and a sample of symbols for note taking in consecutive interpreting that may be useful students or professionals.

Finally, amplified views and statistics on fruit and vegetable exports are provided, as well as a classification of the exhibited products into different categories for better understanding.

Keywords: Translation, interpreting, glossary, terminology, note taking, fruits, vegetables, trade fairs, foreign trade, Fruit Attraction, IFEMA, FEPEX

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen en español.....	2
Abstract	2
Índice de contenidos.....	3
1. Introducción	5
1.1. Justificación del objeto de estudio.....	5
1.2. Objetivos	6
1.3. Metodología de trabajo.....	6
2. Base descriptiva.....	8
2.1. Ferias internacionales.....	8
2.1.1. Conceptos básicos de las ferias internacionales	8
2.1.2. Contenidos y estrategias de las ferias internacionales.....	9
2.1.3. Ferias internacionales en Europa y en España	10
2.2. Fruit Attraction.....	14
2.2.1. Fruit Attraction 2021	16
2.2.2. Ubicación de Fruit Attraction.....	16
2.2.3. Metas de Fruit Attraction 2021	19
2.2.4. Fruit Attraction LIVEConnect	20
2.3. Hortofruticultura en España	21
2.3.1. Frutas y hortalizas frescas	21
2.3.2. La cadena de suministro hortofrutícola.....	23
2.3.3. Producción, tratamiento y empaquetado	24
2.3.4. Distribución y comercio mayorista	27
2.3.5. Venta y consumo.....	28
2.3.6. Exportación de frutas y hortalizas	28
2.3.7. Situación del sector: amenazas y oportunidades	29
2.4. Interpretación y toma de notas	31
2.4.1. Modalidades de interpretación y entornos.....	32
2.4.2. La toma de notas de interpretación consecutiva.....	33
3. Descripción del método de análisis.....	35
3.1. Metodología para la confección del glosario	35
3.1.1. Documentación y delimitación del objetivos	35
3.1.2. Composición de corpus de textos.....	36
3.1.3. Extracción terminológica	37
3.1.4. Clasificación de términos	38

3.2.	Metodología para la propuesta de signos de interpretación	39
3.2.1.	Documentación y preparación del corpus	39
3.2.2.	Extracción de términos y diseño de símbolos	39
4.	Corpus	42
5.	Glosario de términos	44
5.1.	Glosario de términos Fruit Attraction	44
5.2.	Glosario de especies hortofrutícolas.....	51
6.	Propuesta de signos de interpretación	58
7.	Conclusiones	64
	Anexo I: Índice de tablas.....	65
	Bibliografía	66

1. INTRODUCCIÓN

La base de este trabajo consiste en preparar a cualquier intérprete para un encargo con la combinación inglés-español que gire entorno a una de las mayores ferias de exportaciones hortofrutícolas de Europa, Fruit Attraction. Proveemos una recopilación de términos apropiada para cualquiera de estos tres campos: el sector de frutas y hortalizas, las ferias comerciales, y las exportaciones en España.

1.1.JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

El motivo por el que he elegido el tema de este Trabajo de Fin de Máster se basa en aportar un recurso para traductores e intérpretes, ya sean estudiantes o profesionales.

Consideramos la elaboración de glosarios una labor importante para traductores e intérpretes que debe ponerse en práctica antes de cualquier encargo. Estos glosarios deben ser concisos en la materia y mantenerse actualizados, pero ante todo deben tener un uso útil, lo que nos lleva al segundo motivo de elaboración de este trabajo, que es la preparación de un glosario que no se haya confeccionado anteriormente.

Nos fijamos en los glosarios más populares entre los traductores de España se centran en un único campo como lo sería la justicia, la medicina o la tecnología. Sin embargo, al acudir a un evento como es una feria internacional de varios días tenemos que condensar en varias temáticas. A modo de ejemplo, contar con un solo glosario sobre gastronomía española para asistir a FITUR no es suficiente, puesto que se nos podría presentar una ocasión donde tengamos que interpretar sobre campos tan dispares como cerámica, arquitectura o migración. Por lo tanto, la labor del intérprete en la creación de un glosario incluye adecuarlo lo máximo posible al entorno y al cliente que le espera.

Siguiendo este interés por la creación de un glosario sobre una empresa o un evento concreto, mi atención recae en las ferias internacionales desde las que he tenido la oportunidad para trabajar en ocasiones anteriores. Se tratan de eventos de carácter público y periódico cuya finalidad está en la exposición, muestra y difusión de bienes y servicios de todo tipo, y contribuyen a su conocimiento y comercialización. (Fayos, 1997, pág. 7)

Junto con la relevancia de las ferias internacionales para las empresas, queremos hablar de la relevancia del sector agrícola para España: España es el primer productor y exportador de frutas y verduras de la Unión Europea, con un volumen de exportación de 23,1 millones de toneladas cada año. Además, mientras que la pandemia del Coronavirus-19 afectó a buena parte de los sectores exportadores, el sector hortofrutícola mantuvo su

nivel de producción e incluso aumentó cifras de consumo (FEPEX, 2021). Además, como motivo más personal, he trabajado cerca de numerosos colaboradores en ferias internacionales de IFEMA, entre las cuales se encuentra la feria Fruit Attraction, la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas.

Por todas las razones anteriores, y tras consultar que la feria ya tiene confirmado su regreso para octubre de 2022, tomamos la decisión de analizar Fruit Attraction.

Para finalizar, con la preparación de este glosario nos planteamos incluir adicionalmente una propuesta de signos de interpretación consecutiva que pueda servir de ayuda a intérpretes presentes en la feria o en un entorno similar. Esta idea parte del curso de la asignatura de Toma de Notas para la Interpretación Consecutiva, del primer año del Máster de Interpretación de Conferencias Orientado a los Negocios que he cursado.

1.2.OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es la documentación de un encargo supuesto de interpretación para la feria de exportaciones hortofrutícolas Fruit Attraction.

Esta tarea se realizará a través de la creación de un glosario bilingüe español-inglés orientado para intérpretes y traductores, ya sean estudiantes o profesionales. Además del glosario, se añadirá una breve propuesta de signos de interpretación para facilitar la labor de interpretación consecutiva que se nos proponga en una feria internacional.

Junto con la creación del glosario y la propuesta de signos, otro objetivo presente es el análisis del entorno agrícola en España, así como aportar una visión general de los servicios de interpretación en ferias internacionales y en el sector hortofrutícola.

1.3.METODOLOGÍA DE TRABAJO

Por lo tanto, la elaboración de este trabajo seguirá una estructura lineal: Primero, examinar la feria: quién suele exponer, qué se expone, en qué espacios se divide, congresos, seminarios, debates... además de vocabulario auxiliar en cuando a las entidades organizadoras (IFEMA y FEPEX). Clasificar la variedad terminológica a la que podemos enfrentarnos como intérpretes.

Una vez hayamos examinado el panorama español de ferias internacionales, el interior de la feria y sus principales agentes, llevamos a cabo una búsqueda detallada de

textos sobre exportaciones hortofrutícolas en España y en Europa, tanto en español como en inglés, con un propósito doble:

- Ofrecer un análisis del panorama agrícola español y europeo (La variedad de productos que se exportan, el papel de España, y otras operaciones)
- La conformación de un corpus de textos de los cuales extraeremos la terminología de la feria, producción hortofrutícola, y especies comercializadas.

Seguido a esto, recopilamos los términos del corpus que hayamos elaborado, dividiéndolos partiendo del modelo que propone el Máster de Interpretación de Conferencias Orientado a los Negocios de la Universidad de Alcalá de Henares:

Nº	Español	Definición	Inglés	Aclaración	Fuente
0	Madurez, madurez fisiológica, maduro (adj.)	El momento en el que una fruta u hortaliza ha desarrollado completamente sus semillas, además atributos como masa gelatinosa, color, etc.	Ripeness, Readiness, ripe (adj.)	Se prefiere <i>ripeness</i> en términos de producción.	Manual de FAO

Tabla 1: Modelo de ficha terminológica. (MICONE, 2020)

Finalmente, complementando la extracción terminológica, dedicaremos un apartado del trabajo a una propuesta de pictogramas orientados a la toma de notas, con el fin de simplificar la terminología que pueda suceder a lo largo de la feria o de cualquier encargo del entorno agrícola.

2. BASE DESCRIPTIVA

2.1.FERIAS INTERNACIONALES

2.1.1. *Conceptos básicos de las ferias internacionales*

Para analizar el panorama de ferias internacionales en España, primero tenemos que definir con claridad en qué consiste una feria. Las ferias internacionales son «eventos comerciales con una duración específica, celebrados por intervalos, en los cuales una gran cantidad de empresas presentan sus productos principales de uno o más sectores de la industria» (Kirchgeorg, Springer, & Kästner, 2010, págs. 7-8) [traducción propia]. La propia palabra *feria internacional* se puede usar como sinónimo de *feria comercial*, *exhibición* o *salón*.

Esta clase de eventos a menudo se engloban en el acrónimo MICE (*meetings, incentive, conference and exhibitions*), o «industria de reuniones»¹, en la que se incluye la asistencia a ferias, congresos, seminarios, y demás eventos como una sola fuente de ingresos.

La industria de ferias y eventos fomenta el contacto cara a cara con múltiples agentes empresariales tales como clientes activos, clientes futuros, accionistas, proveedores, o competidores (Punchalt & Munuera, 2008), además de promover el desarrollo del turismo y de los negocios locales como pueden ser los hoteles, restauración, u ocio.

Dentro de la industria de reuniones podemos diferenciar los distintos tipos de evento: congresos, conferencias, exposiciones y ferias, simposios, seminarios, debates, convenciones, reuniones, paneles, mesas redondas, talleres de trabajo o *workshops*, asambleas, festivales, coloquios, jornadas, viajes de incentivos y eventos virtuales. (Fernández, Vila, & Brea, 2017, pág. 377). En la siguiente tabla diferenciamos el concepto «feria internacional» de algunos términos similares:

Español	Inglés	Definición	Ejemplo
Feria	Trade fair, trade show, exhibition, exposition	Eventos comerciales con una duración específica, celebrados por intervalos, en los cuales una gran cantidad de empresas presentan sus productos principales de uno o más sectores de la industria	Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid (ARCO)

¹ La Organización Mundial del Turismo desaconseja su uso al no incluir el carácter de industria que acarrearán las ferias y eventos. En su lugar, algunos organismos recomiendan el uso de «industria de las reuniones» para definir cualquier viaje por motivo de negocios. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

Salón			Salón Internacional del Estudiante y la Oferta Educativa (AULA)
Exposición			Expomanga (Salón del Manga de Madrid)
Convención	Convention, gathering	Evento privado organizado normalmente por una sola empresa. Suelen ser la forma en la que una empresa reúne a todo su equipo, de diferentes puntos geográficos, en un punto común para desarrollar tanto actividades de relacionadas con la empresa, como también acciones de <i>teambuilding</i> .	Convención de finanzas de Mahou
Congreso	Congress	Reunión periódica en la que diferentes miembros de un mismo organismo, profesión, etc. se reúnen para discutir e informarse sobre las últimas novedades del sector o hallar una solución a un problema. Suele durar varios días.	Congreso Mundial de Insuficiencia Cardíaca Aguda
Conferencia, congreso	Conference, congress	Se trata de una reunión de un conglomerado de personas para discutir o exponer un asunto de temática política, social, científica, medioambiental, etc.	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (COP)

Tabla 1: Diferencia entre eventos multitudinarios [elaboración propia]

Como podemos ver en la tabla de arriba, el principal caso donde se busca la promoción o la venta de productos es el caso de las ferias comerciales, mientras que el resto de los eventos multitudinarios adquieren como principales objetivos la transferencia de conocimientos o el *teambuilding*.

2.1.2. Contenidos y estrategias de las ferias internacionales

La tradición de las ferias internacionales se remonta a la Edad Media, con la celebración de ferias o mercados que impulsaban el comercio en territorios separados geográfica, cultural o políticamente. A lo largo del Siglo XX, nacen las primeras exposiciones universales, predecesoras de las actuales ferias: estas exposiciones fueron de duración mucho mayor, y adquirieron un papel de representación y promoción institucional, con el fin de estimular el comercio internacional (Punchalt & Munuera, 2008).

Cabe a destacar el papel fundamental que tuvo para España la Exposición Universal de 1992 en Sevilla. Fue uno de los hechos que contribuyeron a la apertura de la cultura española por el mundo, y además supuso una expansión radical de la ciudad, como la ampliación de su aeropuerto o la renovación del sistema viario. España muestra que ya no es un país gobernado por la dictadura, sino un país renovado con ideales democráticos.

Hoy en día, en la organización de la feria influyen una gran variedad de herramientas de marketing: la **Captación** del mayor número posible de visitantes a través del correo electrónico y postal; **Publicidad** del evento en medios de comunicación masiva, difundiendo la organización de este mismo entre la prensa, profesionales, y el público general; **Diseño** de stands, *merchandising*, promoción y relaciones públicas; y el **Análisis de mercado y competencias**, que es más fácil de medir dentro de una feria comercial (Punchalt & Munuera, 2008). Las ferias funcionan a modo de escaparate para los negocios, en las que se busca tanto la potenciación de ventas como la promoción de una imagen al exterior.

2.1.3. *Ferias internacionales en Europa y en España*

A continuación, vamos a aportar visión al estado de las ferias internacionales en Europa, y más tarde en España. Para ello, hemos decidido inspeccionar el panorama previo a la pandemia mundial del COVID-19, momento en el que la industria de reuniones entró en una pausa completa: en este caso, las estadísticas recogidas para los años 2020 y 2021 se ven condicionadas por el ambiente político de cada país, y múltiples congresos, ferias y reuniones se ven en la tesitura de ser aplazados o completamente cancelados. La cita siguiente relata uno de los muchos ejemplos de cierres feriales durante 2020:

La principal cita del sector de la automoción tenía que empezar el próximo lunes, pero tras el avance del coronavirus en Europa, los organizadores se han visto obligados a cancelar la edición de este año ante la prohibición del Gobierno suizo de celebrar actos públicos y privados con más de 1.000 personas hasta el 15 de marzo. [...] Tal y como sucedió con GSMA con la suspensión del Mobile, los organizadores argumentan una *causa de fuerza mayor* y una tremenda pérdida para los fabricantes que han invertido masivamente en su presencia en Ginebra. (Cordero, 2020)

No podemos hablar de una reapertura de salones y congresos hasta el actual 2022, sin contar con las estadísticas relacionadas a los salones virtuales que han aparecido como alternativa a las restricciones para viajar durante la pandemia. Por lo tanto, para evitar esta clase de irregularidades, hemos optado por analizar el ambiente de ferias internacionales del año 2019. Cabe a destacar la celebración de congresos y ferias virtuales durante la pandemia, a través de plataformas de *streaming* y videollamada, que sirvieron de alternativa para el turismo de negocios en el momento en el que los viajes internacionales quedaron cancelados.

En cada país existe un organismo que se encarga de regular y aportar datos sobre el entorno ferial (en el caso de España, la Asociación de Ferias y Exhibiciones, o AFE²). Estos organismos adoptan sus propias definiciones sobre los agentes principales de los salones comerciales. Además, hasta veintiún asociaciones nacionales cooperan dentro de una única organización central para ferias internacionales en Europa, que sería la Asociación Mundial de la Industria de Exposiciones³, o UFI. El sitio web de UFI genera contenido relacionado con ferias comerciales de todo el mundo, incluyendo las últimas noticias del sector, entregas de premios a la innovación y el desarrollo sostenible, cursos profesionales, y varias secciones orientadas al estudio de mercado.

En el apartado de estadísticas recogidas anualmente se encuentra disponible el informe Euro Fair Statistics. Este informe de carácter anual recopila todas las ferias celebradas y registradas por los estados miembros de UFI, además de aquellas que portan el sello de calidad de la asociación⁴.

Entre algunos de los criterios para que una exposición obtenga el sello de calidad están: haberse celebrado como mínimo dos veces en cualquier formato, la traducción al inglés de todos los contenidos de la exposición, la provisión de estadísticas anuales a la asociación, o el mantenimiento de un pabellón funcional que apruebe los controles sanitarios (Global Association of the Exhibition Industry, s. f.).

Para poder obtener una representación precisa del panorama de ferias internacionales en Europa, hemos consultado el informe de 2019. Esto se debe a la escasez de datos publicados en 2021, y la pausa que sufrió el sector turístico durante 2020.

Así pues, en la tabla siguiente recopilamos los estados miembros de la asociación, cada uno parte del continente europeo; además del número de ferias internacionales celebradas, que se elevan a un total de 2.416. España custodia el tercer puesto entre los países que más eventos celebraron:

País y número de ferias celebradas y registradas por UFI a lo largo de 2019				Eslovenia (SLO)	1
Austria (AT)	14	Italia (I)	339	España (E)	354
Croacia (HR)	3	Moldavia (MD)	1	Suecia (S)	11
República Checa (CZ)	23	Mónaco (MC)	1	Suiza (CH)	98
Finlandia (SF)	72	Polonia (PL)	189	Países Bajos (NL)	96

² Portal web de la Asociación de Ferias y Exhibiciones: (AFE, 2020)

³ Portal web de la *Global Association of the Exhibition Industry*

⁴ *UFI Approved Events y UFI Approved International Events* (Global Association of the Exhibition Industry, s. f.)

Francia (F)	373	Portugal (P)	27	Turquía (TR)	476
Alemania (D)	183	Rumanía (RO)	7	Ucrania (UA)	18
Hungría (HU)	16	Rusia (RU)	114	Total	2.416

Tabla 2: Estados miembros de UFI y número de ferias celebradas en 2019

A continuación, buscamos la tipología más apropiada para clasificar las ferias internacionales. Un problema con el que encontramos durante la documentación del trabajo fue hallar una definición exacta de qué es una exactamente una feria, y en qué se diferencia del resto de eventos: Si consultamos empresas organizadoras de eventos o blogs del sector, las definiciones que nos aportan tienen un carácter inexacto o subjetivo: por ejemplo, algunas agencias distribuyen las ferias en «artesanas», «empresariales» o «culturales» (IDCongress, 2020), mientras que otros blogs donde se plantean diferenciar las ferias en «ferias informativas», «conferencias», «grandes» o «pequeñas» sin aportar ningún criterio fijo para cada definición.

Por lo tanto, procuramos hallar los criterios más estandarizados dentro de lo posible en cuerpos oficiales como AFE y UFI, recurriendo una vez más al informe anual de estadísticas. En este caso, el informe cuenta con dos secciones: Una introducción general con todos los agentes que participaron en estos estudios (entre los que se encuentra la AFE), sus definiciones de los parámetros principales para la recogida de cifras («espacio», «expositor», y «visitante»), una lista de todos los organizadores y auditores de eventos que participan en esta tarea, y una lista de todos los códigos que se utilizan para clasificar las ferias celebradas.

En la tabla a continuación mostramos los códigos⁵ que utiliza UFI para definir el contenido de cada feria internacional:

Códigos empleados para la clasificación de ferias y salones según el Euro Fair Statistics de 2019			
Código	Periodicidad	Sectores de industria	
1	Anual	1. Agricultura, ganadería, horticultura, floricultura, pesca, industria forestal y sus equipos	18. Electrónica, componentes y equipos
2	Bienal	2. Alimentación, bebidas, hostelería y sus equipos	19. Otros sectores industriales, ingenierías, subcontratación y sus equipos
3	Trienal	3. Ocio y hobby en general, deportes, antiguedades y <i>brocantes</i> , arte, artesanía, almoneda, y sus equipos	20. Aviación. Tecnología aeroespacial y sus equipos

⁵ Todos los códigos en inglés se han traducido al español al contrastarlo con bases de datos españolas (AFE, 2020)

4	Cuatrenal	4. Otros sectores comerciales y de servicios	21. Comunicación, informática, telecomunicaciones, audiovisuales, multimedia y sus equipos
2x1	Bianual	5. Construcción, obras públicas, equipos y materiales	22. Salud, sanidad, biotecnología y sus equipos
3x1	Triannual	6. Turismo	23. Óptica, optometría y sus equipos
4x1	Cuatrianual	7. Seguridad, prevención de riesgos y sus equipos	24. Bisutería joyería y relojería. Accesorios, complementos y sus equipos
Blank	Irregular o sin datos	8. Educación, formación, empleo y sus equipos	25. Textil, calzado, cuero, ropa, y sus equipos.
Código	Datos de espacio, expositores y visitantes	9. Energía, minería, minerales y sus equipos	26. Tráfico, transporte, logística y sus equipos
	Disponibles	10. Protección del medio ambiente, y sus equipos	27. Ferias generales (Ferias de gran consumo, de muestras y multisectoriales)
Blank	No disponibles o no presentados	11. Embalaje e impresión	
0	Nulo	12. Mobiliario del hogar y de oficina. Decoración hogar y oficinas. Diseño de interiores e iluminación	
Código	Carácter de admisión	13. Equipamiento y artículos/accesorios para el hogar. Regalos, juguetes	
PR (T)	Profesional (<i>trade</i>)	14. Cosmética y belleza	
PU (P)	Pública (<i>public</i>)	15. Sector inmobiliario	
MX (T/P)	Mixta (<i>trade/public</i>)	16. Automoción	
Código	Nombre del auditor	17. Industrias químicas y sus componentes	

Tabla 3: Códigos para la clasificación de eventos internacionales (UFI, 2019) [elaboración propia]

Cabe destacar que cada uno de los sectores de industria mencionados cuentan con subsectores que precisan aún más el contenido de la feria, como es el caso del número 10, *Protección medioambiental*, que se subdivide en *medioambiente*, *reclicaje* y *residuos*. Además, la Asociación de Ferias Española incluye en sus estadísticas algunos campos más, como la organización (propia, ajena, o coorganizada), la oferta (consumo, servicios o inversiones), o un mayor grado de detalle en el número de visitantes y expositores que atienden a cada evento.

La segunda parte del Euro Fair Statistics aporta todas las ciudades anfitrionas, el título de cada una de las ferias que se celebraron aquel año, y las características principales de estas (anualidad, fecha de apertura, fecha de clausura, espacio, expositores, visitantes, organizadores, auditores, y sector de industria según la tipología de la Tabla 3).

Podemos sacar las siguientes conclusiones de este informe respecto a España y Europa en general (UFI, 2019):

- Los sectores UFI que más salones internacionales celebran son Entretenimiento (423 eventos, 18%), Alimentación (224 eventos, 9%), y Agricultura, silvicultura y pesca (210 eventos, 9%).
 - Estas categorías también son las que más espacio ocuparon en 2019. Entretenimiento llegó a ocupar más de 3.592.000 m² de superficie, y Alimentación hasta 2.630.000 m².
 - Sin embargo, cabe a destacar que la cifra de eventos celebrados en Ocio duplica a la de Alimentación, mientras que la diferencia de superficie solo sobrepasa un millón de metros cuadrados. Esto sugiere que las ferias pertenecientes a este sector, como Fruit Attraction ⁶, suelen requerir un espacio mucho mayor.
- En España, las ciudades que más eventos internacionales acogieron fueron Madrid (107 ferias, 26 sellos UFI); Barcelona (52 ferias, 8 sellos UFI); y Valencia (40 ferias, 11 sellos UFI).
- Los sectores que más predominan en España son Alimentación, Ocio, y Salud.
- Se celebran hasta ocho ferias en el país donde el número de visitantes supera los 100.000 (Statista, 2020). La feria de Alimentación más visitada de España es la Feria del Gourmet de Madrid, celebrada en Madrid.

Como conclusión, en este apartado hemos podido discernir todos los criterios para clasificar las ferias comerciales e identificar cuáles son los nichos principales para los que el intérprete se debe documentar. La terminología de ferias y otros eventos que encontramos en Internet ha variado mucho según la empresa o el sitio web donde consultamos, así que acceder a las bases de datos públicas de asociaciones oficiales tales como UFI o la OMT ha facilitado la tarea de documentación para traductores e intérpretes.

2.2.FRUIT ATTRACTION

Una vez nos hemos documentado sobre el funcionamiento de las ferias internacionales, en este apartado hablaremos sobre el objeto de estudio principal del trabajo: Fruit Attraction.

Fruit Attraction celebró en 2021 su primera edición presencial después de la pausa causada por la pandemia del Coronavirus-19 (y de celebrar su edición de 2020 en formato

⁶ Fruit Attraction figura en este informe como feria del sector 2 (Alimentación), en lugar de sector 3 (Agricultura y ganadería).

exclusivamente virtual). Tiene lugar en el recinto IFEMA (abreviación de Institución Ferial de Madrid) en su avenida principal, desde el 22 al 24 de octubre⁷.

La feria es de carácter profesional, es decir: solo están invitados a asistir personas interesadas en el negocio y la inversión en el sector. El objetivo principal de esta feria es servir como punto de encuentro para la comercialización, internacionalización, y exportación de toda clase de bienes y servicios en el sector de frutas y hortalizas, fortalecer vínculos comerciales, e informar sobre las últimas innovaciones en el sector.

La feria acoge los siguientes perfiles de visitante: Gerencia y propiedad, ventas, producción, compras, marketing y comunicación, logística, laboratorio y calidad, y mantenimiento. Los visitantes acuden a la feria con ideas como las siguientes:

- Abrir y consolidar mercados *Export*.
- Celebrar reuniones presenciales.
- Fidelizar relaciones con clientes antiguos y potencial futuros *leads*. Ampliar su cartera de proveedores.
- Mostrar su posicionamiento de marca y la notoriedad de sus nuevos productos.
- Adquirir notoriedad sectorial.

Como veremos en los apartados siguientes, en el sector hortofrutícola convergen numerosas industrias como la producción agrícola, la distribución, la exportación, la venta al consumo, o la innovación tecnológica entre muchos otros. Las empresas españolas ven la feria como una oportunidad que no hay que perder si se quiere prosperar en el sector, como comenta el cofundador de Grupo Autor en una entrevista para la feria:

Porque al final, uno puede hacer las cosas muy bien, pero sin comunicarnos es muy difícil tener éxito. [...] Desde nuestro nacimiento como marca tuvimos muy claro que debíamos estar en la feria. IFEMA nos aporta muchas cosas, pero lo básico es la economía procesal. Que en un solo espacio reducido puedas encontrarte con proveedores de todo tipo y reunirte con ellos, así como con otros muchos actores, ya es un punto por el que vale la pena estar.

El que no está en Fruit Attraction, difícilmente tiene vida en el mundo de la fruta. [...] Poder reunirnos con compradores, tener contacto con clientes potenciales... no son pocas

⁷ En el caso de la última edición de 2021, la fecha se adelantó al 5 y 7 de octubre.

cosas. Hay una interacción muy importante en esos cuatro días que dura la feria, y se da una economía procesal y un aprovechamiento del tiempo por nuestra parte. (Valle, 2021)

2.2.1. Fruit Attraction 2021

La feria regresa en 2021 después de una edición exclusivamente virtual. Para la edición de Fruit Attraction de 2021 se adopta el siguiente lema: «Reconectando a la comunidad hortofrutícola internacional».

Este lema cuenta con dos ideas fundamentales dentro: En primer lugar, está «Reconectando»: La primera es el regreso a los encuentros B2B (*business to business*) de forma masiva. Un retorno (*reconexión*) con la presencialidad que debe recuperar la misma velocidad que los años previos a la pandemia, cuando 2021 aún se ve sacudido por las normativas de seguridad de cada país. En 2021, las principales regresan ferias españolas en el marco de IFEMA (por ejemplo, FITUR), e Italia, Portugal, Francia y Alemania reactivan su actividad ferial en septiembre de este año. (Canal Fruit Attraction, 2021)

De esta forma, Fruit Attraction se plantea convertirse en la primera feria del sector hortofrutícola en ofrecer un sistema híbrido (o *phygital*, combinación entre «físico» y «digital») que conecta la feria presencial con la virtual mediante distintas herramientas.

En segundo lugar, «Comunidad»: Para ofrecer este sistema híbrido, Fruit Attraction lanza la plataforma online *Fruit Attraction LIVEConnect* en 2020 que posibilita la celebración de la feria en formato virtual. Sin embargo, en 2021 se plantean el objetivo de que la feria no se limite a dos días, sino que se convierta en una herramienta para todo el año, y que sus participantes sean una comunidad que ofrezca aportaciones desde el medio digital. De esta forma, mediante LIVEConnect facilita la colaboración y la internacionalización de las empresas suscritas durante cualquier día del año, y crea una *comunidad* entre ellas.

2.2.2. Ubicación de Fruit Attraction

La feria se celebra en el recinto de IFEMA, ubicado en el distrito de Barajas de Madrid, próximo al Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas. Cuenta con una capacidad de más 30.000 m², y es el recinto que más ferias y congresos acoge de España.

El Recinto Ferial cuenta con accesos Norte, Sur, Este y Oeste. Como norma general, el acceso Sur es el acceso abierto a transporte público y vehículos autorizados, y los accesos Este y Oeste se centran en la entrada de vehículos de carga y descarga.

Diez pabellones conectados entre sí por *núcleos* se extienden a lo largo de la avenida principal, constituida por cintas transportadoras, espacios abiertos, oficinas, restaurantes, árboles y áreas de descanso. En el exterior del recinto se anexan dos pabellones más (12 y 14) (ver Figura de abajo).



Figura 1: Plano de IFEMA (Ayuntamiento de Madrid, s.f.)

Fruit Attraction se considera la segunda feria más importante de IFEMA, detrás de FITUR (Pozancos, 2019). Ocupa 55.800 m² de superficie expositiva que se reparte por la avenida principal del recinto, ocupando ocho de los trece pabellones que se ofrecen. Fruit Attraction denomina a las distintas áreas temáticas como «espacios». Se divide en las siguientes áreas (Canal de Fruit Attraction, 2019), (IFEMA Madrid, s.f.):

- **Fresh Produce:** En esta área se exponen variedades de frutas y hortalizas frescas provenientes de cualquier parte del mundo. Abarca desde el pabellón 3 al pabellón 10.
 - Hierbas aromáticas y especias.
 - Fresh Convenience: Área orientada a la exposición de productos de IV y V gama.

- Nuts Hub: Este espacio expone únicamente frutos secos.
- Ecorganic Market: Comercialización y exportación de productos orgánicos, abarca la mitad sur del pabellón 6.
- Transformados (congelados, conservas, concentrados, deshidratados)
- Organismos y asociaciones
- Viveros
- **Industria Auxiliar:** Se exponen artículos complementarios a las frutas y hortalizas frescas pertenecientes a todas las industrias de la cadena de producción: semillas, fertilizantes, fitosanitarios, agronutrientes, tecnologías de apoyo, tratamientos precosecha y poscosecha, transporte, envasado, etiquetado, punto de venta, y servicios (al fondo de los pabellones del 3 al 10).
- **Flower and Garden Attraction:** Orientada al comercio de flores y plantas vivas. Abarca la mitad norte del pabellón 6.
- **Áreas de innovación:** Áreas dedicadas a la sostenibilidad, la innovación y la digitalización del sector.
 - Biotech Attraction: Espacio dedicado al desarrollo de la biotecnología o la agrobiología.
 - Smart Agro y Smart Water&Energy: Espacios orientados a las tecnologías de la información, como *big data*, apps, automatización, predicción, etc. Sur del pabellón 7.
 - Innovation Hub, Fruit Forum y Foros Innova: Programas de ponencias y conferencias repartidos por los pabellones 4, 5, 6, y 10. Fomentan el intercambio de ideas sobre el sector.
 - Innovation Hub Awards: Entrega de premios que se celebra en el Innovation Hub, destinados a los productos más innovadores del año en las categorías de *Fresh Produce*, *Industria auxiliar*, y *Acción por el medioambiente y la sostenibilidad*.
- **Otros espacios:** Algunas zonas o actividades promovidas por Fruit Attraction que no entran en ninguna de las categorías anteriores, pero cobran relevancia en el marco de la feria.
 - Startup's Hub: Dedicada a empresas emergentes que quieran promover su actividad. Financiación y fondos de inversión.

- Factoría Chef: Un pequeño espacio donde chefs invitados cocinan en vivo a base de ingredientes de Fruit Attraction. También se realizan cursillos y presentaciones.
- Fruit TV, Fruit Dance: Dedicados a retransmisiones, entrevistas, el uso general de los medios de comunicación, juegos, redes sociales, etc. Las retransmisiones realizadas a lo largo de la feria por Fruit TV se encuentran disponibles en el canal de YouTube y las redes organizadoras, abriendo y promocionando el contenido a futuros asistentes (o, en nuestro caso, traductores e intérpretes).
- Concurso de podcasts y Premios periodísticos de APAE: Apoyo a nuevos formatos de comunicación dentro del sector mediante concursos.

2.2.3. *Metas de Fruit Attraction 2021*

Fruit Attraction se planteó los siguientes objetivos para 2021 para optimizar el rendimiento de la feria al máximo (Canal Fruit Attraction, 2021):

- **La reconexión con la presencialidad** apoyándose por la tecnología: Fruit Attraction mantiene la idea de que los encuentros B2B presenciales cuentan con más ventajas frente a los virtuales, y sirve como punto de encuentro (o *hub*) masivo de reuniones.
 - **Hibridación del evento:** Conseguir que aquellos que no puedan viajar al evento se inscriban en formato virtual y puedan informarse y promocionarse desde la distancia.
- **El reimpulso nacional e internacional de la feria:** Para esto, la feria acude a la llamada inmediata a los operadores hortofrutícolas durante el primer trimestre de 2021, y procura viralizar del evento mediante las redes sociales y servicios de correo con el fin de informar al sector de que la feria vuelve a tomar el formato presencial.
- **Garantizar un espacio seguro y confiable:** implantar las medidas anti-COVID necesarias para que los visitantes acudan a la feria sin miedo a contagiarse, como exigir certificados de vacunación digitales, la ventilación de los pabellones, etc.
- Centrarse en mercados-oportunidad.
- Mostrar un carácter profesional y resolutivo.

- **Sostenibilidad y accesibilidad del evento:** Fruit Attraction busca servir de modelo de desarrollo sostenible en la industria de ferias y eventos a través de la implantación de medidas como códigos de buenas prácticas; stands modulares reciclables; iluminación LED de pabellones; señalética en el suelo del recinto; plan de gestión de residuos en la cadena de desmontaje; reciclaje de acreditaciones; puntos de recarga; uso de la energía geotérmica para las oficinas de IFEMA; y el empleo de pases electrónicos.

Para conseguir cumplir la mayoría estos objetivos y mantenerse innovadores en el sector de frutas y hortalizas, *Fruit Attraction LIVEConnect* juega un papel muy importante en la organización de la feria.

2.2.4. Fruit Attraction LIVEConnect

La puesta en práctica de un evento híbrido no se refiere únicamente a la retransmisión en directo de los contenidos de la feria, ni a la idea de dos ferias separadas. El desafío principal de la hibridación del evento consiste en potenciar la experiencia presencial de expositores y visitantes a través de la mejor experiencia digital. La plataforma se lanzó como alternativa para la feria de 2020, y se define como *indispensable* para la participación en ella, con un 90% de expositores haciendo uso de ella (Canal Fruit Attraction, 2021).

Para lograr esto, la plataforma ofrece las siguientes prestaciones:

- **Pase de acceso y plano del recinto.** El acceso a través de pases electrónicos agiliza las colas de entrada, dado que no requieren personal verificando manualmente a cada visitante. Este acceso electrónico es puramente opcional, dado que el Acceso Norte de IFEMA aún dispone de registro físico.
- Incluir en tu stand **códigos QR escaneables** con nuestra oferta de bienes y servicios.
 - Los QR puestos en el stand nos redirigen a su *gemelo digital*, un perfil con el que cada empresa podrá introducir toda la información que desee como contenido de vídeo o de audio.
 - También se puede hacer uso de filtros en el catálogo de contactos y productos disponibles para poder hallar una oferta más competitiva, ya sea por país, provincia, tipo de producto, cargo o sector.

- Podemos añadir **contactos** a una cartera de *networking* y mandarles un mensaje para concertar citas con compradores, proveedores, etc.
- Gestionar nuestros **slots de horarios** para organizar reuniones y jornadas.
- **Asistir a jornadas sin abandonar nuestro stand:** todos los eventos y grandes foros se retransmiten a posteriori de la feria, y *LIVEConnect* ejerce como biblioteca de contenido.

2.3.HORTOFRUTICULTURA EN ESPAÑA

El objetivo de este apartado es aportar por lo tanto una idea general del panorama hortofrutícola en España, en especial en aquello que repercute a la feria.

El sector hortofrutícola constituye uno de los sectores más importantes para la economía española. Se encuentra presente en todo el territorio nacional y se representa en múltiples estructuras de producción y comercialización. Dentro de este sector, la mayor feria comercial que se celebra en España es Fruit Attraction.

Está organizada por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (FEPEX), uno de los elementos vertebradores del sector. El carácter principal de este organismo es proveer de servicios a las asociaciones miembro, contribuir y fomentar la competitividad, representarlos en el panorama nacional e internacional. Divide su actividad en producción y exportación de frutas y hortalizas frescas, IV y V gamas, patata, y flores y plantas vivas. Como se puede ver en apartados anteriores, cada uno de estos sectores tienen al menos un área representativa en la feria.

De entre todos estos sectores, FEPEX considera la exportación de frutas y hortalizas frescas la más importante para la organización (FEPEX, s.f.).

2.3.1. *Frutas y hortalizas frescas*

Existen muchas formas de clasificar los distintos tipos de frutas y hortalizas, pero coloquialmente existe confusión entre la definición botánica, y la culinaria.

Desde el punto de vista de la botánica, un fruto es cualquier estructura que porte una semilla formada, el ovario maduro de una planta después de la floración (calabaza, pepino, tomate, pera) (Real Academia Española, s.f.) Por otro lado, desde el sentido culinario solemos denominar «fruta» a cualquier producto comestible de ciertas plantas cultivadas que presente un sabor dulce o no dulce (a veces agrio) y se pueda comer en

estado crudo (melocotón, limón) (Real Academia Española, s.f.). Además, en esta clasificación incluimos los frutos secos, que son semillas duras, aceitosas, no dulces, y envueltas por una cáscara.

La hortaliza sería cualquier parte comestible de la planta que no se considere un fruto, como tallos, hojas y raíces (cebolla, acelga). Mientras que, en el sentido culinario, una hortaliza sería un vegetal crecido en una huerta (calabacín, lechuga, brócoli y tomate) (Real Academia Española, s.f.)

Además, «hortaliza» a menudo se intercambia con «verdura» en el sentido coloquial. En la tabla siguiente podemos apreciar las diferentes definiciones y sus ejemplos:

	Sentido botánico	Sentido culinario o coloquial
Fruta	Producto en el que quedan contenidas las semillas de una flor (uva, plátano, tomate, calabaza)	Producto dulce o agrio de una planta específica (uva, plátano)
Hortaliza	Resto de partes del fruto comestibles, salados o no dulces, como hojas, tallos, bulbos, raíces, etc. (cebolla, puerro)	Vegetal cultivado en una huerta (cebolla, puerro, tomate, calabaza)
Verdura	Este término no existe en botánica	Sinónimo de hortaliza, a menudo de hojas verdes.

Tabla 4: Definición de fruta y hortaliza [elaboración propia]

Dicho esto, si analizamos los avances de exportación nacionales disponibles en la página web de FEPEX y otras agencias y organismos del sector, vemos una predisposición general a clasificar las frutas y hortalizas en su sentido culinario: los frutos secos no figuran entre las frutas, y algunos frutos como el tomate o la calabaza figuran como hortaliza. Tampoco se hace la distinción culinaria entre hortaliza y verdura.

Concretamente se anotan cinco grandes sectores de productos que abarcan la Producción Vegetal Final (PVF) del país: flores y plantas, patata, frutas y hortalizas, cultivo de vid para vino, y producción de aceite de oliva (SEPE, 2012). En el grupo de frutas y hortalizas FEPEX lista las siguientes especies en sus listas de datos anuales, disponibles en su web:

Frutas y hortalizas según FEPEX							
HORTALIZAS				FRUTAS			
ACELGA	CALABACÍN	ESPINACA	PEPINO	AGUACATE	FRESA	MANZANA	PERA

AJO	CALABAZA	GUISANTE	PIMIENTO	ALBARICOQUE	GROSELLA	MELOCOTÓN	PIÑA
ALCACHOFA	CEBOLLA	JUDÍA	PUERRO	ARÁNDANO	HIGO	MELÓN	PLÁTANO
APIO	COLES	LECHUGA	TOMATE	CAQUI	KIWI	MORA	POMELO
BERENJENA	ENDIVIA Y ESCAROLA	MAÍZ DULCE	ZANAHORIA Y NABO	CEREZA Y GUINDA	LIMÓN	NARANJA	SANDÍA
	ESPÁRRAGO	PATATA ⁽¹⁾	OTRAS HORTALIZAS	CIRUELA	MANDARINA	NECTARINA	UVA DE MESA
⁽¹⁾ La patata se considera un cultivo aparte a las hortalizas según la fuente de consulta.				FRAMBUESA	MANGO, GUAYABA	OTROS CÍTRICOS	OTRAS FRUTAS

Tabla 5 Frutas y hortalizas según FEPEX (FEPEX, 2021) [elaboración propia]

Para terminar, las especies listadas en la Tabla 5 también se engloban en las siguientes categorías oficiales, proporcionadas por el Ministerio de Agricultura (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021):

HORTALIZAS FRESCAS		FRUTAS FRESCAS	
Frutos y flores	Pimientos, tomates, berenjenas, calabazas, coles, brócoli	Cítricos	Naranjas, mandarinas, limones
Hojas, tallos tiernos y vainas	Lechugas, judías verdes, acelgas	Exóticas o tropicales	Plátano, kiwi, aguacate
Raíces, bulbos, tubérculos	Cebollas, ajos, patatas, zanahorias	Frutas de pepita	Uva de mesa, manzana, pera
Setas	Champiñones	Frutas con hueso	Melocotones, ciruelas, albaricoques
Otras hortalizas		Frutos rojos	Arándanos, grosellas
		Melones y sandías	
		Otras frutas	

Tabla 6: Clasificación de hortalizas y frutas frescas según el Ministerio de Agricultura [elaboración propia]

2.3.2. La cadena de suministro hortofrutícola

Una vez hemos establecido la diferencia entre frutas y hortalizas, hablaremos sobre los pilares principales en la cadena de suministro del sector. Es decir, definir las actividades más relevantes en la estrategia de una empresa con el fin de generar ventajas competitivas (Peiró, 2017). En este apartado también ofrecemos al lector los puntos básicos de la cadena de suministro: desde la producción agrícola, hasta la venta y el consumo, y estadísticas sobre la distribución hortofrutícola en España.

El mercado alimentario se trata de un eslabón clave en cualquier economía: El consumo de bebidas y alimentos se trata de una necesidad básica en la sociedad, y la industria alimentaria crea puestos de trabajo mediante actividades tales como la agricultura, la ganadería, la pesca, la industria y el sector servicios (Cedreño, 2017).

En la cadena anotamos cuatro eslabones, que son la producción, la distribución, el comercio minorista, y el consumidor. También confluyen todo tipo de agentes auxiliares como empresas de manipulación, publicidad, procesado o transporte.

2.3.3. Producción, tratamiento y empaquetado

La producción hortofrutícola abarca los agricultores y toda la parte del proceso relacionada con el cultivo y la recolección de frutas y verduras. En esta fase de la producción anotamos los siguientes procesos.

Primero, es importante citar la actividad precosecha, como es la gestión de las bases de los cultivos y dotación de infraestructuras: instalaciones de riego, invernaderos, semilleros, o cualquier suelo necesario para el cultivo.

Después, una vez comienza el proceso productivo llega la plantación y la cosecha: la cosecha es el proceso de separar de la planta madre las partes comestibles con el fin de comercializarla, y la preparación poscosecha de estos productos para el mercado (Camelo, 2003, pág. 1).

Entre los tratamientos poscosecha se incluyen actividades como la poda, el injerto, el uso de fitosanitarios y fertilizantes, el procesado y conservación de frutas y hortalizas, elaboración de zumos, elaboración de platos preparados, u otros alimentos procesados. El proceso de producción abarca desde que el agricultor corta el fruto hasta que sale de la planta de embalaje o procesado, listo para su almacenaje y distribución en mercados o redes mayoristas.

En un intento de ofrecer el recorrido básico de una fruta o verdura en el proceso de producción, en el *Manual para la preparación de frutas y hortalizas* de la FAO (Camelo, 2003, págs. 1-48), podemos ver los siguientes pasos:

Primero, la cosecha: La remoción del suelo puede darse de forma manual o mecanizada según el volumen de cultivo, la calidad o el mercado destinatario que nos interese. Los cosecheros se encargan de distinguir si la fruta está en condiciones para ser cortada (por su grado de madurez o por sus defectos). Algunas frutas y hortalizas continúan madurando después de ser cortadas de la planta madre (frutos climatéricos, como el plátano o el tomate), un factor que hace falta prever antes de su comercialización.

Esta preselección durante la cosecha implica otras actividades como el recorte de follaje, la eliminación de partes no comestibles, u otros elementos que faciliten los

tratamientos poscosecha. Finalmente, los productos se apilan en cestas (que se guardan a la sombra, para evitar la sobreexposición), y estas se vacían en un camión directo a la planta de tratamiento.

Al igual que los siguientes pasos, esta fase puede suponer daños en la fruta por el roce, el impacto o la compresión de unas con otras (Figura 2). Los moratones, cortes o picotazos afean el aspecto de la fruta y dificultan su venta posterior.

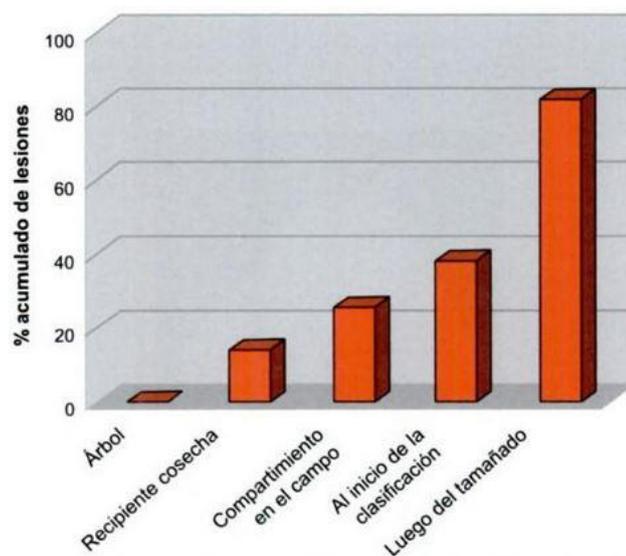


Figura 2: Porcentaje acumulado de lesiones de peras Bartlett durante el tratamiento poscosecha (Camelo, 2003, pág. 13)

Aunque la mayoría se lleven a cabo en la planta de tratamiento, algunos tratamientos poscosecha se pueden realizar en el campo, como el curado, que es la pérdida de humedad superficial y los cambios en el tejido externo de forma que la fruta u hortaliza queden protegidos contra toda clase de patógenos. Esto se realiza de distintas formas según el fruto. Por ejemplo, las patatas permanecen enterradas entre 10 y 15 días, y las cebollas se acordonan en bolsas protegidas del sol. Las condiciones de humedad y temperatura a las que se somete cada producto es fundamental.

Al llegar a la planta de tratamiento, el producto pasa por el volcado, la eliminación de partes no comercializables, la clasificación por tamaño, madurez o calidad, y su empaquetado. Primeramente, el producto se vuelca y pasa por un lavado y un cepillado. Este volcado se realiza en agua (con cloro y fungicidas) o en cintas que lo frenen para evitar lesiones.

Después, las frutas pasan por cintas y el personal descarta aquellos que vengan con malformaciones como las que citamos. A menudo estos productos pasan por un segundo

cribado que va a mercados de menor demanda (comercio local, mercadillos, etc.) Las frutas y hortalizas pueden dividirse también por grados de madurez, dado que cuanto más lejos esté un mercado de destino, más inmaduras tienen que estar, para que cuando lleguen a su comercialización se encuentren en el punto justo.

Otras tareas que se pueden llevar a cabo en este proceso son: el encerado (sellar heridas, aplicación de fungicidas, mejorar brillo y apariencia a través de cepillos o rodillos...); el desverdizado (tintar partes verdes en algunos cítricos); maduración controlada (forzar la maduración a través de cambios de temperatura o humedad); u otros tratamientos térmicos y sanitarios.

Finalmente llega el envasado, que es el proceso de colocar un producto dentro de un envase con el fin de protegerlo e inmovilizarlo. Además, el embalaje⁸ debe de contener información sobre la especie, variedad, peso, número de unidades, origen o nombre de la empresa productora.

Las frutas y hortalizas se envasan para el consumo, para su comercialización, y para su transporte. Por ejemplo: en un supermercado de Madrid podríamos comprar plátanos en bandejas de cinco (empaquetado por unidades de consumo). A su vez, estas bandejas llegan a los almacenes en cajas de seis bandejas apiladas (empaquetado para la comercialización), que a su vez se transportaron en *pallets* de treinta cajas (empaquetado para el transporte).

La etapa final previa a la distribución o la venta sería el almacenaje de las frutas y hortalizas, que dependen fuertemente de las condiciones de humedad y temperatura para su conserva a largo plazo.

Dicho esto, para evaluar el desempeño de la producción agrícola en España, consultamos los datos de 2016 de Mercasa (Cedreño, 2017, págs. 17-32):

- España dedica 1,5 millones de hectáreas de superficie de cultivo. El 60% de esta superficie se destina a frutas y hortalizas, mientras que el 40% restante a frutas y hortalizas.
- La producción total de frutas y hortalizas superó las 30 millones de toneladas (63% de ellas correspondiendo a hortalizas y patata).

⁸ Aunque en inglés ambos equivalgan a «packaging», existe la diferencia en español entre «envase» y «embalaje»: El envase es el recipiente que contiene el producto y el embalaje es aquel material que lo protege para su transporte o manipulación (Ludeña, 2021). Aún así es frecuente el uso indistintivo de ambos términos, o incluso el calco del inglés.

- El valor de la producción ascendió a 18,057 millones de euros (6,1% más que el 2015).
- Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana, y Castilla la Mancha destacan como las principales comunidades autónomas productoras de frutas y verduras (tanto en superficie como en toneladas producidas).
- En el porcentaje de producción, por toneladas, las frutas más producidas fueron los cítricos (naranja, mandarina, limón), mientras que en las hortalizas el tomate abarca casi la mitad de la producción.

2.3.4. *Distribución y comercio mayorista*

El comercio mayorista se encarga suministrar e intermediar entre empresas productoras y empresas minoristas. Podemos diferenciar varias centrales de comercialización mayorista distintas:

- **Mercados Centrales de Abastecimientos (Mercasa):** Se trata de una sociedad mercantil estatal diseñada con el fin de mejorar el abastecimiento y la red de distribución alimenticia. La red de Mercas tiene construidas hasta 24 unidades de distribución mayorista y servicios logísticos por todo el ámbito español (Mercasa, s.f.), como Mercamadrid o Mercabarna.
 - Mercasa se trata de un elemento indispensable en la distribución hortofrutícola española, puesto que más de la mitad de frutas y hortalizas que se distribuyeron en 2017 provienen de la red (Cedreño, 2017, pág. 21).
- **Centrales de compra:** Grandes operadores con el objetivo de prestar servicios a las empresas independientes a su alrededor, asociadas con una reglamentación interna, con el fin de mejorar su autoridad competitiva en el mercado (Planter, 2021).
- **Plataformas logísticas:** Permiten el transporte y almacenamiento y distribución a los establecimientos minoristas. Cuentan con su propia cartera de clientes para aprovisionar.
- **Servicios *Cash and carry*** («paga y lleva»): Un régimen de autoservicio que consiste en la venta de pequeños lotes al comprador minorista, institucional, o del sector horeca.

2.3.5. *Venta y consumo*

Los comercios minoristas se encargan de hacer que toda la materia prima producida y distribuida llegue al consumidor final (hogares). Los principales vendedores en la red minorista se dividen en los siguientes grupos: Comercios especializados (como fruterías o mercados municipales), supermercados, hipermercados, mercadillos y servicios de autoconsumo.

Si analizamos las estadísticas de cuota de mercado⁹ que nos ofrece Mercasa, los supermercados son el negocio principal al que acuden los consumidores para comprar frutas y hortalizas (aproximadamente un 40% de cuota en cada), y los establecimientos especializados abarcan un 35%.

Para finalizar, todas las actividades de las empresas productoras, mayoristas y minoristas recaen en el consumidor. Tanto el consumo como el gasto en frutas y hortalizas han supuesto una de las participaciones más demandadas del mercado.

En las frutas, en 2016 se llegó a consumir una media de 99,5 kg de consumo y 141,1 € gasto per capita entre las familias españolas, con el consumo más notable recayendo en la naranja. Mientras que, con las hortalizas, la cifra llegó a los 60 kg y 101,5 € respectivamente, siendo el tomate la más destacada (Cedreño, 2017, pág. 22). Este consumo no es el mismo para cada grupo de población, sino que es de esperar que, en función al lugar de residencia, la edad, o el nivel socioeconómico el consumo y el gasto medio pueda variar: por ejemplo, la población retirada consume un 90% de fruta más que la media española.

2.3.6. *Exportación de frutas y hortalizas*

España figura como el segundo productor hortofrutícola europeo detrás de Italia, y el mayor exportador del continente. El 94% de las exportaciones se destinan a los países de la Unión Europea y Reino Unido. El destino principal de las exportaciones españolas es Alemania, seguido por Francia.

⁹ La cuota de mercado es la proporción de mercado que consume los productos o servicios de una empresa determinada (Herández, 2015).

En 2021 España ocupó el octavo puesto mundial de producción de frutas y hortalizas (detrás de países como México, Turquía y Brasil), habiendo producido hasta 32 millones de toneladas. Respecto a 2020 la cifra de exportaciones ascendió +4%, con un leve descenso en el caso de Reino Unido, incentivado por la salida de la UE y el endurecimiento de las restricciones aduaneras (FEPEX, 2022).

2.3.7. Situación del sector: amenazas y oportunidades

España ha sido tradicionalmente un país agrícola, dado que la producción y la distribución hortícola ha constituido el soporte principal de la economía desde 1960. El clima y la topografía del país han permitido una amplia diversificación en los cultivos, incluso en invierno. La hortofruticultura española obtiene el 90% de sus ingresos gracias a las exportaciones a países de la Unión Europea, y el país goza de un sector estable y duradero en el que intervienen muchas industrias, convirtiéndose en una gran fuente de empleo.

Las frutas y hortalizas están incorporadas al estilo de vida de la población española, y poco a poco la europea. Los productos agrícolas figuran como productos de primera necesidad. Se trata de un sector firme, cosa que hemos podido comprobar tras apenas sufrir pérdidas tras la pandemia.

Desde el plano de innovación, España es uno de los países más seguros del panorama agrícola. Además, domina la tecnología de invernaderos, muy necesario para el cultivo sostenible y para la diversificación de variedades de vegetales. Cabe destacar que los productos de IV y V gama (procesados o cocinados) van adquiriendo popularidad entre las familias, y se necesita tecnología actualizada para ser competitivos en esta área de la horticultura.

España se enfrenta, sin embargo, a bastantes amenazas que ponen en riesgo su rentabilidad. Muchas de ellas relacionadas con competidores fuera del marco europeo (SEPE, 2012):

- La falta de coordinación conjunta entre los agentes de distintos sectores. Además, el sector productor se encuentra demasiado atomizado.
- La falta de profesionalización en el sector de promoción y comercialización, sumada a la falta de conocimiento de idiomas, que frenan la internacionalización de las empresas.

- La falta de innovación tecnológica en algunos sectores (como la industria conservera, o la IV y V gama) hace que España pierda poder de mercado frente a países como Chile o China.
- Las importaciones extranjeras en el panorama nacional, además de la inflación en aumento, hace que los beneficios de la producción sufran consecuencias negativas.
- La relevancia de socios fuera de la normativa europea, como Turquía o Marruecos, con costes de producción excesivamente baratos e imposibles de igualar.
- Países ricos fuera de Europa, como Estados Unidos o Japón, que imponen trabas comerciales que dificultan la penetración en sus mercados.
- El desacato a las normativas de seguridad, higiene, y uso de fitosanitarios por parte de algunos países competidores, además de la ausencia de controles.

Por lo tanto, entre los retos y las oportunidades que España se plantea para la década de 2020 figuran:

- La redimensión de la estructura empresarial, mediante medidas como unificar y transformar las empresas pequeñas. Esto les ayudaría a ajustarse a la demanda sin necesidad de incrementar la producción ni modificar precios.
- Recurrir a cultivos alternativos presentes en otras épocas del año o resistentes a efectos negativos del clima. La diversificación de variedades, además, ampliaría el calendario productivo (podríamos producir, distribuir y vender en fechas donde haya menos competencia).
- Apostar por sistemas agrícolas responsables con el medio ambiente, como la producción integrada¹⁰ o la producción ecológica (que no admite el uso de productos agroquímicos), además de promover el consumo de frutas y hortalizas frescas como reflejo de una buena salud.
- La inversión, innovación e investigación en sectores como: la industria de IV y V gama (frutas y hortalizas procesadas o cocinadas); las explotaciones de invernadero; o la generación eléctrica de autoconsumo.

¹⁰ La producción integrada es un sistema agrícola en el que el agricultor emplea el mayor número posible de recursos naturales y prácticas compatibles con la protección del medio ambiente, aunque permitiendo el uso de pesticidas y fitosanitarios. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, s.f.)

Con esto concluimos con que, a pesar de que España disponga de los factores naturales adecuados y de una posición ventajosa dentro de Europa, la globalización y la aparición de nuevos competidores ponen en riesgo el sello de calidad ibérico. España debe modernizar la estructura interna del sector hortofrutícola e invertir en nuevas industrias y avances tecnológicos para no estancarse, y mantenerse a la cabeza en un terreno de juego global.

En cuanto a las cifras de producción, exportación y consumo por especie, la tabla siguiente ofrece una vista orientativa y resumida de cuáles son las especies más comercializadas de España, siguiendo los datos¹¹ de el Ministerio de Agricultura, Statista y de FEPEX a lo largo de 2020 y 2021.

Es necesario subrayar que la información de la Tabla puede variar según el parámetro que se utilice para medir el volumen de frutas y verduras, dado que podemos medir la producción según las toneladas producidas o su valor en la venta (por ejemplo, la sandía supera con diferencia la producción española en toneladas). Además, algunas cifras se dan por tipo de cultivo en lugar de especie. Aún así, esta información nos valdrá de orientación para construir un glosario de especies posibles de ver en Fruit Attraction:

Especies más comercializadas en España	Frutas	Hortalizas
Producción	Cítricos, sandía, frutos de hueso	Pimiento, lechuga
Exportación	Fresa, melocotón	Pimiento, lechuga
Importación	Aguacate, plátano, kiwi	Patata, judía verde, tomate
Consumo	Naranjas, mandarinas, plátanos, frutas exóticas	Tomates, cebollas

Tabla 7: Especies de frutas y hortalizas más comercializadas en España [elaboración propia]

2.4. INTERPRETACIÓN Y TOMA DE NOTAS

Para concluir con la base descriptiva de este trabajo quisimos ofrecer un breve apartado para explicar las formas en las que se puede aplicar la interpretación en congresos y ferias.

¹¹ (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021), (FEPEX, 2021), (FEPEX, 2021)

2.4.1. Modalidades de interpretación y entornos

Desde el sitio web de la Asociación de intérpretes de conferencias de España se nos ofrece un catálogo amplio y orientativo sobre las modalidades disponibles para interpretar, sus horarios, y los eventos donde se recomienda.

Se listan las modalidades de interpretación simultánea, consecutiva, susurrada, y con kit de Infoport:

- Interpretación simultánea: El intérprete traduce el discurso original a tiempo real. Dinámica y fluida, pero requiere equipo técnico o cumplir con una serie de condiciones acústicas. Se puede realizar interpretación simultánea por las siguientes vías (AICE, s.f.):
 - En cabina: El intérprete traduce en directo desde una cabina instalada y configurada en la misma sala.
 - Requiere una cabina insonorizada, un equipo de sonido ad hoc, y la presencia de técnicos de sonido. Idónea para toda clase de eventos celebrados en auditorios como congresos o seminarios.
 - Con kit de *Infoport* o *maleta*: Un sistema de interpretación portátil que incluye un transmisor para el orador y receptores para los oyentes.
 - Más barato y versátil que la cabina. Idóneo para reuniones con menor cantidad de asistentes (hasta 20), como visitas guiadas, reuniones de empresa, etc.
 - Susurrada: El intérprete susurra a hasta tres participantes el discurso original sin necesidad de equipo técnico.
 - Requiere buena claridad en el ambiente tanto para el intérprete como para el receptor, y no se recomienda para sesiones muy largas. Idónea para entrevistas, reuniones de corta duración.
- Interpretación consecutiva: El intérprete traduce el mensaje original del orador una vez este haya acabado. El orador suele detenerse cada cierto tiempo (entre 3 y 6 minutos) para que el intérprete pueda proceder a la traducción. Para garantizar la reproducción de estas palabras, el intérprete toma notas durante la intervención (AICE, s.f.).
 - Requiere buena claridad de sonido, idónea para reuniones bilaterales, ruedas de prensa o banquetes.

En la tabla siguiente vemos la modalidad que se recomienda para distintos tipos de evento.

	SIMULTÁNEA	CONSECUTIVA	SUSURRADA*	INFOPORT**
Congreso, jornada, conferencia	X			
Simposio	X	X		
Curso / Seminario de formación	X	X		
Presentaciones comerciales	X			
Juntas y asambleas	X			
Convenciones	X			
Negociaciones		X	X	
Visitas a instalaciones		X	X	X
Proyectos, programas y colaboraciones internacionales	X			
Banquete	X	X	X	X
Rueda de prensa	X	X	X	X
<i>*Susurrada: Máximo de 3 personas, y siempre que se cumplan las condiciones acústicas para su ejecución.</i>				
<i>**Infoport: Siempre que se cumplan las condiciones acústicas para su ejecución</i>				

Tabla 8: Modalidades de interpretación en distintos entornos (AICE, s.f.)

En la tabla de arriba hemos marcado en negrita aquellos entornos que se pueden dar en un posible encargo para Fruit Attraction. Se puede solicitar tanto interpretación simultánea como consecutiva.

2.4.2. La toma de notas de interpretación consecutiva

Para concluir, queremos resaltar la función de la toma de notas para la interpretación. Durante la modalidad de consecutiva, el intérprete se apoya en una libreta en formato vertical sobre la que apunta las ideas generales del discurso, conforme lo va escuchando. La función principal de la toma de notas es servir de apoyo a la memoria del intérprete, y no ofrecer una transcripción del discurso.

Aunque la toma de notas sea arbitraria y flexible para cada uno, es cierto que existen una serie de principios comunes para seguir un orden del discurso y acordarse de él, anotados por el sistema de Jean-Pierre Rozan. Anotamos los principios siguientes (Rozan, 1984, págs. 15-23):

1. La transcripción de ideas más que de palabras: Hallar las palabras clave en fórmulas largas, en lugar de transcribirlas. Por ejemplo, anotar «posible» donde se ha dicho «Existen muchas posibilidades de que...».
2. Las reglas de abreviación: Abreviar la palabra cuando supere las cuatro letras y utilizar sufijos orientativos. Por ejemplo, «especialización» por «*esp^{on}*».
3. Los encadenamientos: Se puede tergiversar por completo una idea si no se indica que está vinculada con la idea anterior, así que necesitamos utilizar nexos abreviados para conectar frases como «*=*» («del mismo modo», «al igual que») o «*IF*» («Si...», «suponiendo que»).
4. La negación y la acentuación: Ambos elementos son indispensables y es necesario anotarlos (a menudo tachando, subrayando, rodeando o anotando la palabra en mayúscula).
5. La verticalización y el *décalage*: Anotar las notas siguiendo un orden vertical y escalonado, que nos permita subordinar unas ideas con otras. Encima se encontraría el principio de la frase, y conforme bajamos o avanzamos hacia la derecha añadiríamos el resto de la frase. Por ejemplo: *La Comisión Europea ha anunciado hoy que, si es necesario, autorizará más carbón y energía nuclear para desengancharse del gas ruso.*

[H]

Com^{EU}(IF nec)

Perm +C+Nuc

SO x GAS^(r)

En la formación de intérpretes de conferencias en España se añade a estos principios algunos consejos más. Entre ellos se encuentra el empleo de símbolos que reemplacen palabras (o fórmulas) enteras. Este uso va directamente vinculado al primer principio (anotar ideas, en vez de palabras textuales). Por ejemplo, es muy frecuente entre los intérpretes anotar un cuadrado (□) para hacer referencia al ambiente nacional de un país; o la letra griega *pi* (π) para hablar de política.

Como referencia principal para anotar pictogramas en este TFM utilizamos *Técnicas de interpretación consecutiva: La toma de notas* (Bosch, 2013).

3. DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO DE ANÁLISIS

Este apartado se dividirá en las dos partes del trabajo. Por un lado, hablaremos de los pasos necesarios para preparar un glosario de interpretación útil en la feria internacional, la selección de ámbitos de interés para el intérprete, y la selección de fuentes de fiabilidad. Por otro lado, dedicaremos una breve sección a la propuesta de signos interpretativos que abarquen las expresiones y los términos más recurrentes de la feria.

3.1.METODOLOGÍA PARA LA CONFECCIÓN DEL GLOSARIO

Para construir nuestro glosario aplicado a la feria seguimos las recomendaciones de María Teresa Cabré en *La terminología: representación y comunicación*, donde segmenta la preparación de glosarios en cuatro partes: Documentación y delimitación del objetivo, tema, función y lenguas; selección de fuentes para componer un corpus de textos; extracción de términos; y recopilación y separación de términos en distintas categorías (Cabré, 2010, págs. 204-208).

3.1.1. Documentación y delimitación del objetivos

La primera fase para la preparación de un encargo de traducción e interpretación consiste en preguntarnos cuál va a ser el contenido de éste: ¿cuál será la combinación lingüística? ¿hacia quién se destina este glosario? ¿quién será el emisor del discurso? ¿a qué destinatarios se dirige? ¿de qué disciplinas va a hablar?

La labor del intérprete ante la preparación de un encargo comienza por la competencia cognitiva, es decir, adquirir los conocimientos suficientes para poder desenvolverse en el tema y las lenguas solicitada, y poder crear un mapa conceptual de la materia. Esta competencia se adquiere a través de documentación especializada y mediante la consulta a especialistas (Cabré, 2010, págs. 204-205).

En nuestro caso, el tema principal que vamos a interpretar girará en torno a la compraventa de frutas y hortalizas frescas, y el público objetivo hacia el que nos dirigimos son los operadores y ponentes que citamos en el apartado anterior: empresas productoras, distribuidoras y vendedoras repartidas por la feria e interesados en ofrecer sus servicios a nuestro cliente.

Por lo tanto, este glosario no se prepara con la intención de traducir textos de gran densidad terminológica, ni se busca ofrecer un catálogo completo de especies de frutas, verduras y plantas vivas. Sin embargo, sí que se garantizará la traducción de las especies más populares de España, además del vocabulario comercial que se emplea para describirlas, como sus cualidades organolépticas, características para su conserva o la venta, e incluso usos en la cocina.

Las lenguas de trabajo serán el español y el inglés, y la finalidad principal de este glosario es facilitar la tarea de interpretación, principalmente de enlace y *susotage*. Además, en este objetivo entra nuestra propuesta posterior de símbolos interpretativos.

Finalmente, debido al carácter heterogéneo de este trabajo tomamos la decisión de dedicar un apartado exclusivo a las especies de frutas y hortalizas más populares en el comercio intraeuropeo.

3.1.2. Composición de corpus de textos

Una vez hemos conseguido delimitar el objetivo principal del glosario, el siguiente paso se vuelve una tarea mucho más fácil: La recopilación de fuentes fiables para componer un corpus de textos. Al estructurar nuestro tema de trabajo podemos dividir estas fuentes en los nichos terminológicos que hayamos encontrado, y descartar aquellas fuentes que creamos que no vayan a valer para nuestro encargo.

En este trabajo extraeremos las equivalencias a través de dos tipos de fuentes: monolingües y bilingües. Las fuentes monolingües se encuentran en un solo idioma, ya sea inglés o español, mientras que las fuentes bilingües son contenido traducido a una segunda lengua del cual podemos comparar directamente. Esto es mucho más beneficioso para la preparación del glosario, pero más complicado de encontrar. Para traducir y definir términos sacados de fuentes monolingües emplearemos diccionarios (el DRAE en español y el Merryam Webster en inglés) o glosarios y tesauros en línea como los de Investopedia y Economipedia. Finalmente, para términos básicos o repetitivos, y la denominación de variedades entre especies, omitiremos el campo de «definición».

Para este trabajo hemos buscado fuentes sobre el sector hortofrutícola que estén redactadas por operadores del sector (descartando archivos de lenguaje complejo como estudios académicos o algunas fuentes ministeriales). Debido a la amplitud de temas tratados en la feria, nos vamos a centrar en la cadena de producción de frutas y hortalizas, sin entrar a fondo en temas de *Industria Auxiliar* como son la biotecnología, los

mecanismos de almacenamiento o climatización, o los tratamientos fitosanitarios. Sí nos centraremos, sin embargo, en el vocabulario más comercial de la feria, dado que la descripción de las características de cada artículo será un tema garantizado en cualquier contexto.

En lo que se refiere a la traducción de especies de frutas y hortalizas, separaremos de este glosario los términos relacionados con especies de frutas y hortalizas populares en el comercio intraeuropeo. Esta decisión se debe a que, en caso de necesitar un glosario únicamente para las frutas y hortalizas de la feria, la información se pueda leer con claridad y sin intercalarse con términos de otros sectores.

Las principales fuentes que hemos empleado para este apartado en particular son la *Guía de frutas y hortalizas* de Mercasa (Illescas, Bacho, & Ferrer, 2008) y los resúmenes de campaña aportados por el Ministerio de Agricultura, que muestran las especies y variedades más populares en España en los últimos años.

Los textos que vamos a utilizar para el corpus se registran en una tabla con campos muy simples. En el caso de la propuesta de símbolos utilizaremos el mismo modelo:

Nº	Título	Idioma	Fuente	Descripción	Etiqueta
1	<i>Estudio prospectivo del sector hortofrutícola (Tríptico)</i>	Español	Ministerio de Empleo	Estudio detallado del sector	FYH, ECO
2	<i>Prospective study of the vegetables and fruits industry (Brochure)</i>	Inglés	Ministerio de Empleo	Estudio detallado del sector	FYH, ECO

Tabla 9: Modelo de corpus [elaboración propia]

En el caso del campo Etiqueta, nos referimos a la naturaleza del texto. «ATT» afecta al marco ferial; «ECO» al empresarial; «FYH» a todo lo referido a la producción y la catalogación de frutas y hortalizas; y «TRA» a contenido centrado en la traducción e interpretación (sobre todo para la propuesta de símbolos).

3.1.3. Extracción terminológica

En la tercera fase examinamos el corpus establecido con el fin de extraer aquellos términos con los que no estemos familiarizados. Como ya mencionamos, estos términos pueden provenir de fuentes bilingües o monolingües. Para la traducción de las equivalencias monolingües realizaremos consultas especializadas en diccionarios y tesauros ya existentes, consultas a especialistas, o mediante fuentes relacionadas con el sector (Cabré, 2010, págs. 207-208).

Las unidades terminológicas (UT) que podemos recopilar pueden ser tanto unidades estrictas como unidades más amplias (fraseológicas o incluso oracionales), con el único fin de que podamos desenvolvernos bien durante una interpretación a tiempo real.

3.1.4. Clasificación de términos

Finalmente, aquellos términos que hayamos extraído los dividimos en una serie de campos. El modelo de glosario que establecimos partió de aquel que nos propuso la Universidad de Alcalá de Henares a los estudiantes del Máster en Interpretación de Conferencias Orientado a los Negocios (MICONE), con algunas modificaciones: Término en español, definición, término en inglés, aclaración, y fuente del corpus.

Nº	Español	Definición	Inglés	Aclaración	Fuente
0	Madurez, madurez fisiológica, maduro (adj.)	El momento en el que una fruta u hortaliza ha desarrollado completamente sus semillas, además atributos como masa gelatinosa, color, etc.	Ripeness, Readiness, ripe (adj.)	Se prefiere <i>ripeness</i> en términos de producción.	Manual de FAO

Tabla 10: Modelo modificado de ficha terminológica (MICONE, 2020)

El campo de «aclaración»¹² sirve para insertar cualquier dato que que consideremos pertinente para el uso correcto, ya sean ejemplos, matices gramaticales, registro, diferenciación de términos similares, sinónimos y antónimos, representaciones visuales, etc.

En lo que se refiere al apartado de especies, añadimos un campo extra que es el nombre científico de la especie: Este campo no falta en ningún glosario para la traducción de especies (como el apartado séptimo del Manual para la producción de frutas y hortalizas, presente en el corpus), y nos permite hacernos una idea clara de la relación entre cada una. Además, en el entorno comercial se suelen emplear calcos del latín para englobarlas, así que puede servirnos de ayuda indispensable.

Nº	Español	Nombre científico	Inglés	Aclaración	Fuente corpus
1	Aguacate, palta	<i>Persea americana</i>	Avocado	En América Latina: palta (f)	FEPEX, FAO

¹² En el modelo de glosario original de la UAH este campo se llamaba Contexto, y hacía referencia exclusivamente a ejemplos textuales. Sin embargo, no nos pareció adecuado reducirnos a ejemplos en una feria donde diferenciaremos visualmente una gran cantidad de productos.

2	Grosella	<i>Ribes spp.</i>	Currant		FAO
---	----------	-------------------	---------	--	-----

Tabla 11: Modelo de ficha terminológica de especies [elaboración propia]

3.2. METODOLOGÍA PARA LA PROPUESTA DE SIGNOS DE INTERPRETACIÓN

3.2.1. Documentación y preparación del corpus

Para la propuesta de signos de interpretación seguimos los pasos similares a los de la preparación del glosario, permitiéndonos más flexibilidad en cuanto al criterio (dado que no hay una serie de símbolos de interpretación consolidados y oficiales). Nos centramos en el lenguaje hablado de la feria y del propio sector, buscando específicamente las unidades terminológicas más abundantes.

Por lo tanto, para oír el discurso hablado de los profesionales hortofrutícolas, buscamos fragmentos audiovisuales directamente relacionados con la feria y otros canales del sector. Cada extracto se recopilará en el mismo modelo de corpus que ofrecimos en el apartado anterior.

Para esto, el recurso del que más ayuda nos ha servido ha sido la recopilación de entrevistas y podcasts que Fruit Attraction ofrece en su página web.

En cada una de estas entrevistas:

- Se habla del sector hortofrutícola y la feria como tema principal.
- Se entrevista en español a un asistente a la feria (normalmente fundadores de empresas).
- Se habla del contenido de sus empresas y de sus objetivos de cara al evento.

Como intérpretes, estas entrevistas nos aportan un reflejo claro del lenguaje y la terminología hablada en la feria.

3.2.2. Extracción de términos y diseño de símbolos

Una vez hayamos extraído los términos que nos interesen para la feria, consultaremos primeramente los manuales de símbolos disponibles en línea (y difundidos por la comunidad de intérpretes) para ver si podemos extraer algún equivalente. En caso de no haber ninguna propuesta disponible, clasificamos el signo como *elaboración propia* y diseñamos un signo

El objetivo principal de los signos de interpretación consiste en discriminar la información esencial y ayudar a la memoria del intérprete antes de traducir el discurso,

ya sea a través de imágenes o abreviaturas que podamos redactar deprisa en la libreta que llevemos. Para ello seguimos las siguientes pautas:

- Comprensibles, rápidos y limpios: no pueden confundirse con otros símbolos que ya figuren en nuestro repertorio, ni deben costar más tiempo del que podría costar escribir su término original.
 - Tampoco puede requerir demasiados trazos por el mismo motivo.
 - No deben tener un diseño delicado o incómodo de dibujar.
- Pueden tener un significado único en distintos contextos.
- A diferencia de la terminología escrita, la mayoría no deben tener un uso estricto, sino ser flexibles y modificables. Los símbolos solo repercuten al intérprete y su memoria, y por lo tanto puede hacer lo que le convenga siempre y cuando esto le ayude (por esta misma razón, este apartado funciona a modo de sugerencia, y no como requisito).
- La mayoría de los eventos que tomen lugar dentro de la feria transcurren en español, así que en el caso de redactar siglas o unidades textuales en la libreta, procuraremos priorizar la lengua de destino (inglés) Por ejemplo, para hablar de la Organización Mundial del Turismo, recomendamos abreviarla como WTO en lugar de OMT. Esto agilizará el proceso de reinterpretación de las notas.

Al igual que en los manuales de símbolos que hemos estudiado, los signos quedarán ordenados en distintas tablas temáticas (expresiones recurrentes, feria, hortofruticultura, negocios, etc.), siguiendo un orden concreto:

- Básicos: Signos multifuncionales. Notas básicas de cómo expresar tiempos verbales, marcas modificadoras. Sirven para cualquier encargo de interpretación más allá de la feria, y ejercen de punto de partida para elaborar otros símbolos.
- Hortofruticultura: Vocabulario referido directamente a las partes de la cadena de suministro, además de una breve selección de productos específicos repartidos por la feria.
- Negocios: Vocabulario referido al aspecto más empresarial de la feria.

En la siguiente tabla mostramos un ejemplo de cómo quedaría registrado un símbolo en la propuesta:

Signo	Similares	Término
		Aroma, olor

Tabla 12: Modelo de propuesta de símbolos de interpretación [elaboración propia]

4. CORPUS

En la siguiente tabla mostramos los corpus de textos empleado tanto para los glosarios como para la propuesta de símbolos.

Nº	Título	Idioma	Fuente	Descripción	Etiqueta
1	Estudio prospectivo del sector hortofrutícola en España 2012	Español	Ministerio de Empleo	Estudio detallado del sector	FYH, ECO
2	Estudio prospectivo del sector hortofrutícola (Tríptico)	Español	Ministerio de Empleo	Estudio detallado del sector	FYH, ECO
3	Prospective study of the vegetables and fruits industry (Brochure)	Inglés	Ministerio de Empleo	Estudio detallado del sector	FYH, ECO
4	Frutas y hortalizas: guía práctica	Español	Mercasa	Guía práctica de Mercasa sobre frutas y hortalizas: especies y variedades comercializadas, además de datos sobre empaquetado, consumo, etc.	FYH
5	Cadena de valor de frutas y hortalizas frescas (guía práctica)	Español	Mercasa	Guía práctica de Mercasa sobre frutas y hortalizas: eslabones de la cadena de valor	FYH, ECO
6	Web de Fruit Attraction	Español	Web de IFEMA	Portal web de Fruit Attraction	ATT
7	Web de Fruit Attraction	Inglés	Web de IFEMA	Portal web de Fruit Attraction	ATT
8	Información general Fruit Attraction 2021	Español	Web de IFEMA	Dossier de prensa con información detallada de la feria y del sector	ATT, FYH, ECO
9	Manual para la preparación de frutas y hortalizas	Español	FAO	Manual técnico que comprende desde la cosecha hasta la venta y glosario de especies incorporado	FYH, ECO
10	Manual for the preparation of fruits and vegetables	Inglés	FAO	Manual técnico que comprende desde la cosecha hasta la venta y glosario de especies incorporado	FYH, ECO
11	Manual para el mejoramiento del manejo poscosecha de frutas y hortalizas	Español	FAO	Manual de formación agrícola de la FAO	FYH
12	Handling fresh fruits, vegetables, and root crops: A training manual	Inglés	FAO	Manual de formación agrícola de la FAO	FYH
13	Datos de exportación intra/extracomunitaria en la UE27	Español	FEPEX	Tabla de datos con especies de frutas y hortalizas y sus características	FYH
14	Fruit TV miércoles 23 Sector agroalimentario	Español	Fruit TV	Entrevista a José María Pozancos en Fruit Attraction	ATT, ECO, FYH

15	Fruit TV martes 22 Hablamos con el Premio Nacional de Gastronomía	Español	Fruit TV	Descripción de la feria y Factoría Chef en Fruit Attraction	ATT, FYH
16	Entrevista a Jose M ^a Lazcano - Responsable de compras de frutas y verduras de Ahorramás	Español	Fruit TV	Descripción de la feria y Factoría Chef en Fruit Attraction	FYH, ECO
17	Success Stories behind Fruit Attraction: SAKATA	Español	Fruit Attraction Podcasts	Podcast con múltiples entrevistas a asistentes y empresas de Fruit Attraction 2021	ATT, ECO, FYH
18	Success Stories behind Fruit Attraction: Fruit Ràfols	Español	Fruit Attraction Podcasts	Podcast con múltiples entrevistas a asistentes y empresas de Fruit Attraction 2022	ATT, ECO, FYH
19	Success Stories behind Fruit Attraction: Coprohnijar	Español	Fruit Attraction Podcasts	Podcast con múltiples entrevistas a asistentes y empresas de Fruit Attraction 2023	ATT, ECO, FYH
20	Success Stories behind Fruit Attraction: Grupo AUTOR	Español	Fruit Attraction Podcasts	Podcast con múltiples entrevistas a asistentes y empresas de Fruit Attraction 2024	ATT, ECO, FYH
21	Success Stories behind Fruit Attraction: Rijk Zwaan	Español	Fruit Attraction Podcasts	Podcast con múltiples entrevistas a asistentes y empresas de Fruit Attraction 2025	ATT, ECO, FYH
22	Informe subsectorial: Resumen de la campaña de fruta de pepita en 2020-21	Español	Ministerio de Agricultura	Informes subsectoriales con las frutas y hortalizas más comercializadas en España	ECO, FYH
23	Informe subsectorial: Resumen de la campaña de fruta de hueso en 2020-21	Español	Ministerio de Agricultura	Informes subsectoriales con las frutas y hortalizas más comercializadas en España	ECO, FYH
24	Informe subsectorial: Resumen de la campaña de cítricos en 2020-21	Español	Ministerio de Agricultura	Informes subsectoriales con las frutas y hortalizas más comercializadas en España	ECO, FYH
Otras fuentes		Fuentes usadas esporádicamente o para definiciones o términos aislados			
25	Diccionario de la Real Academia	Español	DRAE	Diccionario en línea en español	FYH, ECO
26	Diccionario Merriam-Webster	Inglés	Merriam-Webster	Diccionario en línea en inglés	FYH, ECO
27	Economipedia	Español	Economipedia	Glosario especializado en economía en español	ECO
28	Investopedia	Inglés	Investopedia	Glosario especializado en economía en inglés	ECO
29	Pampols: Packaging integral	Español	Pampols	Blog especializado en packaging alimenticio	FYH
30	Técnicas de interpretación consecutiva: la toma de notas	Español	Clara Bosch March	Manual de toma de notas de interpretación para estudiantes	TRA
31	La prise de notes en interprétation consecutive	Francés	Jean-François Rozan	Manual de toma de notas de interpretación para estudiantes	TRA

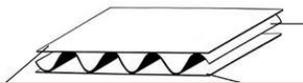
Tabla 13: Corpus de textos [elaboración propia]

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

5.1. Glosario de términos Fruit Attraction

Nº	Español	Inglés	Definición	Aclaración	Fuente corpus
1	Propiedades organolépticas	<i>Organoleptic properties</i>	Características físicas de un alimento según cómo la perciben los cinco sentidos	Aroma, brillo, color, sabor, tamaño, temperatura, etc.	FAO
2	Vida útil	<i>Shelf life</i>	Periodo en el cual un material puede estar almacenado y apto para su uso		Mercasa
3	Perecebilidad, caducidad, producto perecedero	<i>Perishability, expiration, perishable product</i>	El tiempo que toma un alimento en comenzar su proceso de descomposición y perder propiedades. Requieren distintos procesos para su conservación.		Mercasa
4	Larga, corta, buena conservación, delicado en el transporte	<i>Long shelf life, short shelf life, good preservation, fragile in transit</i>			Mercasa
5	Textura	<i>Texture</i>			Mercasa
6	Aroma característico, Aromática, fibrosa, con hebras, con o sin pedúnculo	<i>Characteristic aroma, aromatic, stringy, with strands, with or without peduncle</i>			Mercasa
7	Sabor	<i>Flavor</i>			Mercasa
8	Suave, intenso, dulce, amargo, picante, agri dulce, ácido	<i>Mild, intense, sweet, bitter, spicy, bittersweet, sour</i>			Mercasa
9	"Fino al paladar", "sabroso al paladar"	<i>On the palate</i>	Expresión frecuente para hablar de todas las sensaciones que pasan por la boca al consumir un alimento		Mercasa
10	Color	<i>Color</i>			Mercasa
11	Verde, verdoso, rojo, amarillo, amarillento, naranja, rojizo, rojo vivo	<i>Green, greenish, red, yellow, yellowish, orange, reddish, bright red</i>			Mercasa
12	Maduración	<i>Ripeness</i>			Mercasa

13	Precoz, temprana, tardía, "verde", maduro, pasado, bienal, anual	<i>early, late, ripe, overmature, biennial, annual</i>			Mercasa
14	Pulpa, carne	<i>Pulp</i>	Parte mollar de la fruta		Mercasa
15	Crujiente, triturada, carnosa, jugosa	<i>Juicy</i>			Mercasa
16	Piel, cáscara	<i>Peel, skin, zest</i>	Capa protectora y externa de las frutas	La cáscara de la naranja: "Zest" o "peel"	Mercasa
17	Fina, gruesa, rugosa, lisa, firme, dura, aterciopelada	<i>Thin, thick, rough, smooth, firm, hard, velvety.</i>			Mercasa
18	Con pintas, con vellosidades, con escamas, con catáfilas	<i>With spots, scales, cataphylls, or with fuzz</i>			Mercasa
19	Tamaño y forma	<i>Size and shape</i>			Mercasa
20	Uniforme, irregular, arriñonada, alargado, achatado, ovoidal, redondeada, cónica	<i>Regular, irregular, kidney-shaped, elongated, flattened, ovoid, rounded, conical</i>			Mercasa
21	Racimos, gajos, dientes, con semillas, sin semillas	<i>Clutch, wedges, cloves, with seeds, seedless</i>			Mercasa
22	Con raíz pivotante, con pedúnculo, con hojas	<i>With taproot, with peduncle, with leaves</i>			Mercasa
23	Denominación de origen	<i>PDO (Protected Designation of Origin), appellation of origin</i>	Sello de procedencia de un producto alimenticio, reseña su calidad, y además es una forma de proteger la propiedad industrial de ese producto.		Economipedia (Peiró, R.), Mercasa, Fruit Attraction Podcasts
24	Envasado, empaquetado	<i>Packaging</i>	El conjunto de actividades centradas en la preparación de productos para su almacenaje, distribución y venta final.		Dossier, Fruit Attraction Web, Economipedia
25	Caja de cartón	<i>Cardboard box</i>	Empaquetar algo en cajas: "Encajado"		Ministerio de Agricultura
26	Bandeja de cartón, barquilla	<i>Moulded pulp tray</i>	Empaquetar algo en bandejas: "Embandejado"		Ministerio de Agricultura
27	Palet, tarima	<i>Pallet</i>	Armazón de madera o plástico utilizado para facilitar el levantamiento de grandes cargas. Estandarizado en el transporte.		FAO

28	Cartón corrugado, ondulado	<i>Fibreboard</i>	Cartón con dos partes: dos láminas de papel liso, y una lámina de cartón ondulado que le aporta resistencia.		FAO, otras fuentes
29	Alveolos	<i>Alveoli tray</i>	Bandeja con celdas (hexagonales o esféricas) destinadas a retener y proteger frutas y hortalizas en caja		FAO
30	Almohadilla	<i>Cushion</i>	Elemento de protección: embalaje de espuma o de papel que protege contra golpes	Espuma: Foam	FAO
31	Biodegradable	<i>Biodegradable</i>	Material que se puede descomponer por la acción de agentes naturales y físicos (sol, agua, bacterias, etc.) descomponiéndose en nutrientes		Dossier
32	Compostable	<i>Compostable</i>	Material que puede ser degradado por la acción de organismos, produciendo restos inorgánicos, biomasa, y agua. Uso como fertilizante.		Dossier
33	<i>Blister</i>	<i>Clamshell</i>			FAO
34	Poliestireno expandido	<i>EPS</i>			FAO
35	Bolsa de malla, redcecilla	<i>Mesh bag</i>			FAO
36	Fleje	<i>Strip</i>	Elemento de protección: cinta de plástico que se utiliza para atar cajas o productos		Otras fuentes
37	Cantonera	<i>Corner</i>	Elemento de protección: tiras de un ángulo de 90° que sirven para proteger las esquinas de una caja		Otras fuentes
38	Protector de burbuja, plástico de burbujas	<i>Bubble wrap</i>	Elemento de protección: láminas de poliestireno con burbujas llenas de aire		Otras fuentes
39	A granel	<i>In bulk</i>	Sin empaquetar		Ministerio de Agricultura
40	Tarrina, cesta bisagra	<i>Tub</i>	Cesta de plástico de tamaño pequeño	Para fresas y frutos rojos	Otras fuentes
41	Bolsa, saco	<i>Bag, sack</i>			Otras fuentes
42	Cesta	<i>Basket</i>			Otras fuentes
43	Asas	<i>Handles</i>			Otras fuentes
44	Plástico termosellado unificado (filmado)	<i>Heat sealed plastic</i>			FAO
45	Estibar, cargar	<i>Loading</i>	Distribuir convenientemente la carga en un vehículo		FAO

46	Sobrellenar	<i>Overfill</i>	Llenar en exceso una carga, hasta el punto de poner en riesgo o provocar daños en la mercancía		FAO
47	Unidad de carga	<i>Unit load</i>	Unidad de medida para el transporte de mercancías	Pallet, caja, barriles, bidones, etc.	FAO
48	Anillo, calibre	<i>Ring, gauge</i>	Herramientas empleadas para el calibrado de frutas, es decir, la clasificación de estas por tamaño.		FAO
49	Cinta transportadora	<i>Conveyor belt</i>			FAO
50	Zaranda	<i>Mesh screen</i>	Recipiente con una chapa o tejido con agujeros que sirve para limpiar y clasificar materiales de distintos tamaños.		FAO
51	Lavado	<i>Washing</i>			FAO, Fruit Attraction Podcasts
52	Cepillado	<i>Brushing</i>			FAO, Fruit Attraction Podcasts
53	Encerado	<i>Waxing</i>	Técnica de poscosecha que consiste en la aplicación de una capa de cera protectora sobre la fruta para alargar su vida útil y evitar la proliferación de hongos o bacterias		FAO, Fruit Attraction Podcasts
54	Maduración forzada	<i>Controlled ripening</i>	Procesos térmicos donde se controla la maduración de una fruta de manera artificial		FAO, Fruit Attraction Podcasts
55	Refrigerado, almacenamiento refrigerado	<i>Refrigeration, cold storage</i>			FAO, Ministerio de Agricultura
56	Volcado	<i>Dumping</i>	Vertido de frutas y hortalizas al llegar a la planta de empaquetado		FAO, Fruit Attraction Podcasts
57	Desverdizado, deverdizado	<i>Degreening</i>	Técnica de poscosecha en la cual se acelera la desaparición de manchas verdes sobre la piel de la fruta		FAO
58	Producción integrada	<i>Integrated production</i>	Sistemas de producción agrícola donde se busca utilizar el mayor número de recursos naturales posibles para reducir el impacto medioambiental, sin contar pesticidas y abonos.		FAO, Fruit Attraction Podcasts
59	Producción ecológica	<i>Ecologic production</i>	Sistemas de producción agrícolas donde todos los recursos empleados son naturales, sin pesticidas ni abonos.		FAO, Fruit Attraction Podcasts
60	Almacenamiento	<i>Storage</i>			FAO, Fruit Attraction Podcasts
61	Selección	<i>Grading</i>	Clasificación de frutas y verduras durante el empaquetado según su tamaño, calidad, grado de madurez, etc.		FAO, Fruit Attraction Podcasts

62	Líneas de clasificación	<i>Grading lines</i>	Cintas donde se da la selección de frutas y verduras. Dinámicas o estáticas.		FAO, Fruit Attraction Podcasts
63	Curado	<i>Curing (n), cured (adj.)</i>	Técnica de poscosecha que consiste en cambios en el tejido con el fin de proteger al alimento de patógenos.		FAO
64	Producción	<i>Production</i>	Primera fase de la cadena de producción. Siembra, cosecha y poscosecha de frutas y hortalizas.		
65	Siembra, sembrar	<i>Sow</i>			FAO
66	Cosecha, cosechar	<i>Harvest, recollection</i>	Extracción de las partes comestibles de la planta madre		FAO, Fruit Attraction Podcasts, Mercasa
67	Cultivos	<i>Crops</i>	Plantas cultivadas a gran escala y con fines comerciales.	<i>La vid es un cultivo extendido por los países mediterráneos</i>	FAO, Fruit Attraction Podcasts, Mercasa
68	Poscosecha, tratamientos poscosecha	<i>Post-harvest</i>	Tratamientos que se da al producto tras la cosecha y antes de su distribución para alargar su vida útil.		FAO, Fruit Attraction Podcasts, Mercasa
69	Frutos climatéricos	<i>Climateric fruits</i>	Frutas u hortalizas que continúan su proceso de maduración una vez cosechados.	No-climatéricos ("non-climateric"): aquellos que no continúan madurando.	FAO, Mercasa
70	Tratamientos fitosanitarios, pesticidas	<i>Phytosanitary treatments, pesticides</i>	Tratamientos para prevenir, repeler, combatir o erradicar cualquier plaga que perjudiquen la salud de los cultivos	Fungicidas, insecticidas, herbicidas, bactericidas, etc.	FAO, Fruit Attraction Podcasts, Mercasa
71	Abono	<i>Fertilizer</i>	Sustancias que mejoran la fertilidad de las plantas.		FAO, Fruit Attraction Podcasts, Mercasa
72	Valor de producción (euros)	<i>Production value</i>	Medida para la producción anual de frutas y hortalizas basada en el valor total de la producción agrícola en euros.		Ministerio de Agricultura, Ministerio de Empleo, Mercasa, otras fuentes
73	Superficie de cultivo	<i>Cultivation area</i>	Superficie total sembrada para producir un cultivo determinado durante un determinado año	Medido en hectáreas: <i>The strawberry cultivation area in Korea is 5907 ha, and its yield was 209,000 tons in 2017.</i>	Ministerio de Agricultura, Ministerio de Empleo, Mercasa, otras fuentes
74	Volumen de producción	<i>Production volume</i>	Medida para la producción anual de frutas y hortalizas basada en el volumen total de la producción agrícola en toneladas.		Ministerio de Agricultura, Ministerio de Empleo, Mercasa, otras fuentes

75	Cadena de valor	<i>Value chain</i>	Herramienta con la que las empresas examinan y dividen sus actividades estratégicas más relevantes a fin de entender cómo funcionan los costos y en qué radica la diferenciación.		Economipedia, FAO, Mercasa
76	Cadena de suministro	<i>Supply chain</i>	Una cadena de suministro es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad.		Economipedia, FAO, Mercasa, Fruit TV
77	Especie	<i>Species</i>	Cualquier grupo de organismos que puedan reproducirse entre sí y presentar descendencia fértil.		Fruit Attraction Podcasts, Dossier
78	Variedad	<i>Variety</i>	Cualquier grupo de plantas que pertenecen a la misma especie pero que presentan características diferentes entre sí y de origen natural.		Fruit Attraction Podcasts, Dossier
79	Cultivar (n)	<i>Cultivar</i>	Variedad de plantas producida artificialmente (mediante cruces de plantas de la misma especie)		Fruit Attraction Podcasts, Dossier
80	I Gama, alimentos frescos	<i>I Range, fresh</i>	Alimentos frescos, sin pasar por procesos de ningún tipo. Conservados por deshidratación o fermentación. Muy perecederos.	Pronunciados con el ordinal: "primera gama", "first range"	Ministerio de Empleo
81	II Gama, conservas y semiconservas	<i>II Range, canned</i>	Alimentos que han sido sometidos a un tratamiento térmico para su conservación, a menudo envasados en recipientes herméticos.		Ministerio de Empleo
82	III Gama, ultracongelados	<i>III Range, deep-frozen</i>	Alimentos conservados por frío.		Ministerio de Empleo
83	IV Gama, procesados	<i>IV Range, processed</i>	Alimentos que han pasado por procesos poscosecha (selección, cortado, encerado, etc.) y son comercializado en cadena de frío.		Ministerio de Empleo
84	V Gama, precocinados	<i>V Range, precooked</i>	Alimentos que han pasado por dos modos (o más) de procesado tecnológico (envasado, refrigeración, tratamiento térmico, etc.)		Ministerio de Empleo
85	Cadena de frío	<i>Cold chain</i>			Ministerio de Empleo
86	Comercio mayorista, al por mayor	<i>Wholesale commerce</i>	Comercios encargados de vender y distribuir la materia del productor a los comercios minoristas		Ministerio de Empleo
87	Comercio minorista, retail, retailer	<i>Retail commerce, retailer</i>	Comercios encargados de vender al consumidor final	El préstamo del inglés "retail" y "retailer" se ve a menudo.	Ministerio de Empleo

88	Sector horeca, Canal Horeca	<i>Hotel and catering industry</i>		Acrónimo de Hotel, Restaurant y Café.	Ministerio de Empleo
89	Cooperativa agro-alimentaria	<i>Cooperative, co-op</i>	Asociación autónoma de agricultores, cuya gestión y administración depende de los socios	Existe "cooperative" y "co-op", pero no abarca el mismo significado que ampara la Ley española.	Ministerio de Agricultura, Mercasa, Otras fuentes
90	Sociedad Agraria de Transformación (SAT)	<i>Agricultural Transformation Company (ATC)</i>	Sociedades civiles de finalidad económico-social en relación a la producción, transformación, y comercialización de productos agrícolas, promover el desarrollo agrario, etc.	Propio únicamente de países hispanohablantes.	Ministerio de Agricultura, Mercasa
91	Fruit Attraction: Feria internacional del sector de frutas y hortalizas.	<i>Fruit Attraction: International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry</i>			Dossier, Web de Fruit Attraction
92	Expositor	<i>Exhibitor</i>	Invitados de la feria con un puesto (o stand) representativo de su empresa.	Exposición, feria, salón: <i>exhibition</i>	Dossier, Web de Fruit Attraction
93	Pase de expositor, acreditación	<i>Exhibitor pass</i>	Acreditaciones empleadas para expositores por toda la feria		Dossier, Web de Fruit Attraction
94	País Importador Invitado	<i>Invited country</i>	País invitado en cada edición		Dossier, Web de Fruit Attraction
95	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)	<i>Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAFF)</i>			Dossier, Web de Fruit Attraction
96	País extracomunitario, intracomunitario	<i>Non-EU Countries, EU Countries</i>	Formas para referirse a países dentro o fuera de la comunidad europea (UE27)		Dossier, Web de Fruit Attraction
97	Pabellón	<i>Pavillion</i>	Naves repartidas por todo el recinto de IFEMA.		Dossier, Web de Fruit Attraction
98	Jornadas técnicas	<i>Workshops</i>			Dossier, Web de Fruit Attraction
99	Mesa redonda	<i>Round table</i>			Dossier, Web de Fruit Attraction
100	Guardarropa, consigna	<i>Checkroom, cloakroom</i>			Web de Fruit Attraction, Fruit TV
101	Demstración culinaria, showcooking	<i>Showcooking</i>	Preparación de platos frente a los comensales.		Web de Fruit Attraction, Fruit TV
102	Cuota de mercado	<i>Market share</i>	Proporción del mercado que ocupan los productos de una empresa determinada.		Mercasa, Economipedia, Investopedia

5.2. Glosario de especies hortofrutícolas

Nº	Español	Nombre científico	Inglés	Aclaración	Aclaración 2	Fuente corpus
1	Frutas exóticas		Exotic fruits			
1.1.	Aguacate, palta	<i>Persea americana</i>	Avocado			FAO
1.1.1	Hass			La más cultivada		Mercasa
1.1.2	Gigante, o tropical		Tropical avocado	Ligera, menos mantecosa, más grande		Mercasa
1.2.	Kiwi		Kiwifruit			FAO
1.3.	Plátano		Banana			FAO
1.3.1.	Plátano canario, "Pequeña enana"		Canarian banana	Pequeño y curvo, con puntas negras, fácil de pelar, dulce, consumo preferente, sensible a golpes durante el transporte		Mercasa
1.3.2.	Banana, plátano americano		Banana	Mayor contenido de agua (menor intensidad), similar al plátano de Canarias		Mercasa
1.3.3.	Plátano macho, banano verde		Plantain	Gran tamaño, piel gruesa y verdosa, consumo preparado o guisado, buena resistencia al transporte		Mercasa
1.4.	Piña, ananás	<i>Ananas comosus</i>	Pineapple			FAO
1.4.1.	Tropical			Piel marrón con escamas, no madura fuera de planta, ovalada con plumero de hojas		Mercasa
1.4.2.	Golden sweet			Costa Rica. Muy dulce, pulpa amarilla intensa, buen tamaño.		Mercasa
1.5.	Mango, manga	<i>Mangifera indica</i>	Mango	La manga tiene la piel verde, es más carnosa, y dulce que el mango. Sin hebras.		FAO

1.5.1	Tommy Atkins			Variedad principal. Sabor parecido al del melocotón.		Mercasa
1.5.2	Keitt			Pálido-verde, pulpa aromática.		Mercasa
1.5.3	Kent			Grande, jugoso, sabor afrutado, y color amarillento		Mercasa
1.6.	Dátiles	<i>Phoenix dactilifera</i>	Dates	Cultivados en palmerales (campos de palmeras), sobre todo en Israel, Irak y Túnez		FAO
1.6.1.	Deglet Nour			"Dátil moscatel", tierno, abundante, buena conservación, larga vida sin refrigeración.		Mercasa
1.7.	Papaya	<i>Carica papaya</i>	Papaya			FAO
1.8.	Chirimoya	<i>Annona cherimola</i>	Chirimoya, custard apple	Es una inflorescencia, como la granada		FAO
1.9.	Fruta de la pasión	<i>Passiflora edulis</i>	Passion fruit			FAO
1.9.1	Maracuyá, fruta de la pasión amarilla		Yellow passion fruit	Salsas, helados y aromatizantes		Mercasa
1.10.	Caqui, Kaki	<i>Diospyros kaki</i>	Persimmon			FAO
1.10.1	<i>Persimón</i>			Originario de la Comunidad Valenciana		Mercasa
1.11.	Granada	<i>Punica granatum</i>	Pomergranate	Inflorescencia		FAO
2	Frutos de pepita		Pome fruits			
2.1.	Manzana	<i>Pyrus malus</i>	Apple			FAO
2.1.1.	Golden delicious			Amarillo-verdoso, dulce		Mercasa
2.1.2.	Reineta			Ácida, empleada en repostería, verdosa, achatada		Mercasa

2.1.3.	Fuji			Bicolor, jugosa, buen calibre		Mercasa
2.2.	Pera	<i>Pirus communis</i>				FAO
2.2.1.	Agua o Blanquilla			Casi todo el año en el mercado (invierno/primavera), delicada, fresca y dulce		Mercasa
2.2.2.	Conferencia			Tardía (otoño), verde terroso, buen paladar, resistente		Mercasa
2.2.3.	Etrusca, "Pera de Jumilla"			Nueva en el mercado, precoz (junio), maduración rápida, amarilla		Mercasa
2.3.	Membrillo	<i>Cydonia oblonga</i>	Quince			FAO
2.4.	Uva de mesa	<i>Vitis vinifera</i>	Table grape	La perífrasis «de mesa» hace referencia al consumo fresco (y no la elaboración de vinos o mostos)	Vid o parra (árbol de la uva): <i>Vine</i> Viñedos (campos de uva): <i>Vineyards</i> Mosto: <i>Must</i>	FAO
2.4.1.	Uvas con semilla			Más vendidas: Italia (moscatel italiano), Red Globe (roja) y Aledo (de Nochevieja)		Mercasa
2.4.2.	Uvas apirenas (sin semilla)		Seedless grape	No se venden tanto	Variedad relevante internacionalmente: Sultana.	Mercasa
2.4.3.	Moscatel, uva moscatel		Muscat grape		Variedad conocida en elaboración de vinos.	
2.4.4.	Uvas pasas		Raisins		Uvas deshidratadas.	
2.5.	Fresa, fresón, frutilla	<i>Fragaria × ananassa</i>	Strawberry			FAO
3	Frutos de hueso (drupas)		Stone fruits (drupes)			
3.1.	Melocotón	<i>Prunus persica</i>	Peach			FAO
3.1.1.	Baby gold					Mercasa
3.1.2.	Merryl					Mercasa
3.1.3.	Nectarina	<i>Prunus persica var. nucipersica</i>	Nectarine	Cruce entre el melocotón y la ciruela. Rojiza.		Mercasa
3.2.	Ciruela	<i>Prunus domestica</i>	Plum	Amarillas, rojas, negras, o claudias (dulces y de carne amarilla)		FAO
3.3.	Albaricoque, damasco, chabacano	<i>Prunus armeniaca</i>	Apricot			FAO
3.4.	Cereza	<i>Prunus avium</i>	Cherry			FAO
4	Cítricos		Citrus fruits			

4.1.	Naranja	<i>Citrus sinensis</i>	Orange			FAO
4.1.1.	Navelina			Variedad principal		Mercasa
4.2.	Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>	Mandarin orange			FAO
4.2.1.	Mandarina clementina	<i>Citrus x clementina</i>	Clementine	Más vendida: variedad Clemenule. Mucho zumo, sabrosa, fácil de pelar.		Mercasa
4.2.2.	Mandarina satsuma	<i>Citrus unshiu</i>	Tangerine, unshu mikan	Muy vendida: Clauselina. Muy precoces, primeras en temporada.		Mercasa
4.3.	Limón	<i>Citrus limon</i>	Lemon			FAO
4.4.	Lima, Limón*	<i>Citrus x aurantifolia</i>	Lime	En Centroamérica se la puede llamar "limón ácido" o "limón"		FAO
4.5.	Pomelo	<i>Citrus paradisi</i>	Grapefruit			FAO
5.	Sandías y melones		Watermelons and melons			
5.1.	Sandía	<i>Citrus lanatus</i>	Watermelon	Con semillas (con grana) o sin semillas (sin grana)		FAO
5.2.	Melón	<i>Cucumis melo</i>	Melon			FAO
6	Frutos rojos		Berries			
6.1.	Grosella	<i>Ribes spp.</i>	Currants			FAO
6.2.	Frambuesa	<i>Rubus idaeus</i>	Raspberry			FAO
6.3.	Arándano azul, arándano rojo	<i>Vaccinium sp.</i>	Blueberry, cranberry			FAO
6.4.	Mora	<i>Rubus spp.</i>	Blackberry			FAO
7	Hortalizas de fruto					
7.1.	Tomate	<i>Solanum lycopersicum</i>	Tomato			FAO
7.1.1.	Cherri, cereza o enano		Cherry tomato	Sabor intenso. Textura lisa y firme. Útil para ensaladas, canapés, o decoración.		Mercasa
7.1.2.	Tipo Daniela/Long Life/Royesta		Long Life tomato.	Larga vida útil (muy resistente), muy consistente, rojo brillante		Mercasa
7.1.3.	Rambo		Rambo tomato.	Tono verdoso, muy comercial (buena calidad-precio)		Mercasa

7.1.3.	Raf, 'Pata negra'		Raf tomatoes	Tono rojo oscuro o verdoso, muy irregular (arriñonado), muchos surcos. Paladar único y tradicional. Consumo en fresco y con aceite. Precio elevado.		Mercasa
7.2.	Pimiento, pimiento morrón	<i>Capsicum annuum</i>	Bell pepper, chili pepper	En América Latina: Chile, ají, morrón		FAO
7.2.1.	Verde italiano		Italian Green chili pepper			Mercasa
7.2.2.	Lamuyo		Lamuyo pepper			Mercasa
7.2.3.	Verde de Padrón, de Herbón		Padron pepper, Herbon pepper	En manojos, o "manos" en gallego (en inglés: "mans")		Mercasa
7.2.3.	Rojo Pico, 'Piquillo'		Piquillo pepper			Mercasa
7.3.	Berenjena	<i>Solanum merojena</i>	Eggplant, aubergine			FAO
7.4.	Calabaza, zapallo	<i>Cucurbita spp.</i>	Pumpkin, squash	En América Latina : zapallo.		FAO
7.4.1.	De verano		Summer squash	Piel suave, bajo periodo de conservación, blancas o amarillas, amargas	Variedades botonera, espagueti, rondín, etc.	Mercasa
7.4.2.	Calabacín	<i>Cucurbita pepo</i>	Zucchini, courgette, baby marrow	Se consideran calabazas de invierno	En América Latina: «Zapallito»	Mercasa
7.4.3.	De invierno		Winter squash	Más dulce, menor contenido de agua, mayor periodo de conservación, naranjas	Variedades cidra, banana, o "cabello de ángel" (de donde se saca el famoso postre)	Mercasa
7.4.4.	Gigante de invierno		Pumpkin	Calabaza clásica "de Halloween", naranja, redondeada		Mercasa
8	Hojas, tallos tiernos y vainas					
8.1.	Lechuga	<i>Latuca sativa</i>	Lettuce			FAO
8.1.1.	Endivia	<i>Cichorium intybus</i>	Belgian endive			FAO

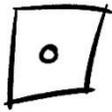
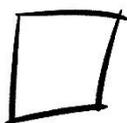
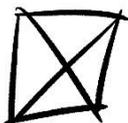
8.1.2.	Escarola	<i>Cichorium endivia</i>	Escarole			FAO
8.2.	Espárrago	<i>Asparagus officinalis</i>	Asparagus			Mercasa
8.2.1.	Verde o triguero			20-25 cm, yemas verdes o violetas. Buen transporte, conservación delicada		Mercasa
8.2.2.	Blanco			Cultivado bajo tierra, baja fibrosidad (hebras), buen transporte, conservación delicada		Mercasa
8.3.	Judías verdes	<i>Phaseolus vulgaris</i>	Green beans			Mercasa
8.3.	Habas	<i>Vicia faba</i>	Broad beans			FAO
8.4.	Coliflor	<i>Brassica oleracea var. botrytis</i>	Cauliflower			FAO
8.5.	Acelga	<i>Beta vulgaris var. cycla</i>	Swiss chard			FAO
9	Raíces, bulbos y tubérculos		Root crops, bulbs and tubers			
9.1.	Cebolla	<i>Allium cepa</i>	Onion			FAO
9.1.1.	Cebolla Recas			Variedad más demandada. Larga vida, conservación excelente, carne blanca, picante, sabrosa, piel poco desprendible.		
9.1.2.	Cebolleta, cebollín, cebolla de verdeo		Scallion	Dos meses antes de madurar. Carne blanca, jugosa, de sabor suave. Gran demanda.		
9.2.	Ajo	<i>Allium sativum</i>	Garlic	Diente: Clove		FAO
9.2.1.	Blanco		White garlic	Más extendido. Buena conservación. Se distinguen el "Americano", el "Murciano", y el "Fino de Chinchón".		Mercasa
9.2.2.	Morado		Purple garlic	8 o 10 dientes, túnica exterior blanca, sabor picante. Reconocido el de Pedroñeras.		Mercasa

9.2.3.	Ajete, ajo tierno		Green garlic, young garlic, spring garlic	En fase de desarrollo, tallo verde característico, delicado transporte, suave, ideal para ensaladas		Mercasa
9.3.	Zanahoria, carlota	<i>Daucus carota</i>	Carrot	Variedades principales: Nantesa y nantesa mejorada.		FAO
9.4.	Apio	<i>Apium graveolens</i>	Celery			FAO
9.5.	Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>	Ginger			FAO

Tabla 14: Glosario de especies y variedades [elaboración propia]

6. PROPUESTA DE SIGNOS DE INTERPRETACIÓN

Básicos			Negocios		
Signo	Variaciones	Español	Signo	Variaciones	Español
A		Marcador de ubicación			Fruit Attraction
Q		Marcador de persona			Empresa, compañía
Ay		Marcador de adverbialización			Comercialización
		Objetivo, tema a tratar			Producir
		Documentos escritos: actas, leyes, informes			Distribuir
st.		Investigar, estudiar, estudio			Comprar, vender
a		Pasado	BET.		Apostar
L		Ahora, hoy			Comercio minorista
La		Futuro			Comercio mayorista
		Verbos relacionados con pensar o estados anímicos			Socio

		Verbos relacionados con decir o expresar			Cliente
		Verbos relacionados con ver o percibir			Contactar, entrar en contacto
		Región, ciudad, etc.			Importar, exportar
		Mundo, mundial			Mercado, supermercado, etc.
		Ámbito nacional, internacional			Mercado objetivo, target
		Ventajas, desventajas			Calidad
		Estructura			Apoyar, asesorar
		Crecimiento, descenso			Volumen
		Reacción, impacto, consecuencia			Valor
Hortofruticultura					Empleo, trabajar, trabajador, desempleo

Signo	Variaciones	Español			Dinero
		Hortofruticultura, agricultura			Apoyar, asesorar
	 	Producto, alimento, cultivo (indeterminado)			Invertir
		Producto dietético, ecológico, etc.			Ganar, gastar, ganancias, pérdidas
		Cultivo, suelo			Activos, pasivos
		Aroma			Hogar, familia
		Sabor, gusto			Ahorrar, aprovechar, rentable.
		Textura			Mercado
	 	Clima (clima templado, lluvia, heladas, etc.)			Impuesto

sz.		Tamaño, calibre	of.		Oferta
		Temperatura (baja, alta...)			Demanda
		Fruta, fruto			Sector
		Hortaliza, verdura			Cooperativa
		Cultivo, siembra			Industria
		Cultivo, cosecha			Acuerdo, diálogo, llegar a un acuerdo
		Poscosecha			Desacuerdo, discrepar
		Tubérculo, raíz			Presupuesto
		Semilla			Promover, recomendar

C	PACK	Envasado, packaging	TRA.		Transporte
↑ Gh		Invernadero	Σ		Economía
tn.		Toneladas	↪	↩	Consumo, comer
iv		Producto IV Gama	↑		Consumidor
v. C	sp. C	Variedad, Especie	△ S		Stand
CIT		Cítrico	Pro		Profesional
ha.		Hectáreas	△		Instalación, infraestructura
PA	C	Plástico, papel, cartón...	sss O		Cambio climático
Pest.		Pesticida	⊙		Sostenibilidad
Phyt		Fitosanitario	3		Residuo

					Grupo, reunión
			e	@	Energía, energía renovable

7. CONCLUSIONES

Las ferias internacionales y congresos están reanudando su actividad por todo el mundo después del cese de la actividad en 2020. Además, gracias a la virtualidad forzada de algunos congresos, nuevos formatos están adquiriendo protagonismo: teleconferencias, retransmisión por *streaming*, habilitación de interpretación simultánea a distancia, optimización de los medios de telecomunicación entre empresas... Cada una de estas actividades supone un foco de oportunidades para traductores e intérpretes de todo el mundo.

El sector hortofrutícola, además, apenas se ha visto afectado por la pandemia. Hemos visto cómo los productos de primera necesidad no sufrieron pérdidas, y el mercado agrícola continúa siendo competitivo y feroz, obligando a las empresas a unificarse, y con canales de distribución cada vez más grandes y globalizados. La mayoría del activo que obtiene el sector agrícola español proviene de las exportaciones, un sector que trabaja mano a mano con los especialistas en lenguas extranjeras. No solo eso, sino que en el sector agrícola participan todo tipo industrias auxiliares, como el desarrollo de pesticidas y tratamientos fitosanitarios, o las centrales de empaquetado. Se trata de un sector de altísima relevancia en España, y con un sinfín de posibilidades.

Fruit Attraction regresa este año con un modelo híbrido, mostrándose como una de las ferias comerciales más influyentes de España. Acuden profesionales de la industria hortofrutícola provenientes de todo el mundo con la intención de poner el pie sobre el terreno, afianzar su presencia, y darse a conocer frente a amigos y competidores. Nuestra participación como intérpretes no debe faltar, exigiéndonos por nuestra parte la tarea de documentación y confección de glosarios.

A este trabajo le hemos añadido tres tipos de glosario distinto, puramente como una introducción a todos los temas que se tratan en la feria. Un rasgo característico de la investigación ha sido la relevancia que se ha dado a los símbolos para la toma de notas, apreciada en escasas ocasiones, y aportando una propuesta única de cara a la celebración de este evento.

Como intérprete de conferencias, y dibujante en mis ratos libres, recibo las ideas como una miscelánea —una «macedonia»— de ideas. Interpretando ya no ves palabras, sino pictogramas, lo que en cierto modo sería una buena definición de este oficio.

ANEXO I: ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diferencia entre eventos multitudinarios [elaboración propia].....	9
Tabla 2: Estados miembros de UFI y número de ferias celebradas en 2019.....	12
Tabla 3: Códigos para la clasificación de eventos internacionales (UFI, 2019) [elaboración propia]	13
Tabla 4: Definición de fruta y hortaliza [elaboración propia].....	22
Tabla 5 Frutas y hortalizas según FEPEX (FEPEX, 2021) [elaboración propia].....	23
Tabla 6: Clasificación de hortalizas y frutas frescas según el Ministerio de Agricultura [elaboración propia]	23
Tabla 7: Especies de frutas y hortalizas más comercializadas en España [elaboración propia]..	31
Tabla 8: Modalidades de interpretación en distintos entornos (AICE, s.f.)	33
Tabla 9: Modelo de corpus [elaboración propia]	37
Tabla 10: Modelo modificado de ficha terminológica (MICONE, 2020).....	38
Tabla 11: Modelo de ficha terminológica de especies [elaboración propia].....	39
Tabla 12:Modelo de propuesta de símbolos de interpretación [elaboración propia]	41
Tabla 13: Corpus de textos [elaboración propia]	44
Tabla 14: Glosario de especies y variedades [elaboración propia]	57

BIBLIOGRAFÍA

- AFE. (2020). *Datos auditados del sector*. Obtenido de Asociación de Ferias Españolas: <https://www.afe.es/es/estadisticas.php>
- AICE. (s.f.). *Asociación de intérpretes de conferencia de España*. Recuperado el 19 de mayo de 2022, de Horarios de trabajo: <https://www.aice-interpretes.com/es/horarios-trabajo-interpretes-traductores-aice.php>
- AICE. (s.f.). *Interpretación consecutiva*. Recuperado el 19 de mayo de 2022, de Asociación de intérpretes de conferencia de España: <https://www.aice-interpretes.com/es/interpretacion-consecutiva.php>
- AICE. (s.f.). *Interpretación simultánea*. Recuperado el 19 de mayo de 2022, de Asociación de intérpretes de conferencias de España: <https://www.aice-interpretes.com/es/interpretacion-simultanea.php>
- AICE. (s.f.). *Modalidades de interpretación*. Recuperado el 19 de mayo de 2022, de Asociación de intérpretes de conferencia de España: <https://www.aice-interpretes.com/es/modalidades-interpretacion.php>
- Ayuntamiento de Madrid. (s.f.). *Recomendaciones de acceso a IFEMA*. Obtenido de Portal web del Ayuntamiento de Madrid: <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Movilidad-y-transportes/Incidencias-de-Trafico/Principales-incidencias-en-la-ciudad/Recomendaciones-de-acceso-a-IFEMA-Feria-de-Madrid/?vgnextfmt=default&vgnextoid=9a89d56010543610VgnVCM1000001d4a900aRCRD>
- Bosch, C. (2013). *Técnicas de interpretación consecutiva: La toma de notas*. Editorial Comares. Recuperado el 3 de mayo de 2022
- Cabré, M. T. (2010). *La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Girona: Documenta Universitaria. Recuperado el 19 de abril de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/universidadcomplutense/115413?page=207>
- Camelo, A. F. (2003). Manual for the preparation and sale of fruits and vegetables. *FAO Agricultural services bulletin*, 151, 185. Recuperado el abril de 2022
- Canal de Fruit Attraction. (22 de octubre de 2019). *Fruit TV martes 22 | Hablamos con el Premio Nacional de Gastronomía*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=PJgBqJQnEz8>
- Canal Fruit Attraction. (23 de abril de 2021). *Fruit Attraction 2021 Videotutorial novedades y modalidades de participación [Archivo de vídeo]*. Recuperado el 16 de abril de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=a4AEJHPdRRI>
- Cedreño, V. J. (2017). Cadena de valor de frutas y hortalizas frescas. *Producción, distribución y consumo*, 3, 17-32.
- Cordero, D. (28 de febrero de 2020). Berlín y Ginebra cancelan las ferias más importantes de turismo y automóvil por la epidemia. *El País*. Recuperado el 5 de abril de 2022, de https://elpais.com/economia/2020/02/28/actualidad/1582886062_853138.html

- Fayos, E. (1997). Ferias internacionales de Turismo: ¿algo más que un instrumento comercial? *24*, 07-112.
- FEPEX. (s.f.). *¿Qué es FEPEX?* Recuperado el 27 de abril de 2022, de <https://www.fepex.es/que-es-fepex/presentacion>
- FEPEX. (2021). *Consumo frutas y hortalizas*. Obtenido de FEPEX: <https://www.fepex.es/datos-del-sector/consumo-frutas-hortalizas>
- FEPEX. (2021). *Exportación/importación españolas de frutas y hortalizas*. Recuperado el 30 de abril de 2022, de <https://www.fepex.es/datos-del-sector/exportacion-importacion-esp%C3%B1ola-frutas-hortalizas>
- FEPEX. (2021). *Exportaciones españolas de frutas y hortalizas en euros*. Obtenido de <https://www.fepex.es/datos-del-sector/exportacion-importacion-esp%C3%B1ola-frutas-hortalizas>
- FEPEX. (4 de mayo de 2022). *Sin novedades en el ranking de los principales productores de frutas y hortalizas del mundo*. Recuperado el 4 de mayo de 2022, de FEPEX: <https://www.fepex.es/noticias/detalle/sin-novedades-ranking-principales-productores-frutas-hortalizas-mundo>
- Fernández, A. B., Vila, N., & Brea, J. A. (2017). Las ferias internacionales de turismo como actividades de RR. PP. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 373-402.
- Global Association of the Exhibition Industry. (s. f.). *Checklist of UFI Approved Events and International Events*. Recuperado el 3 de abril de 2022, de <https://www.ufi.org/membership/ufi-approved-events/>
- Herández, C. (27 de marzo de 2015). *Cuota de mercado*. Recuperado el 3 de mayo de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cuota-de-mercado.html>
- IDCongress. (2020). *¿Qué tipos de Feria existen?* Obtenido de IDCongress: <https://www.idcongress.es/blog/tipos-feria-sector-MICE>
- IFEMA Madrid. (s.f.). *Fruit Attraction*. Recuperado el 16 de abril de 2022, de <https://www.ifema.es/fruit-attraction>
- Illescas, J. L., Bacho, O., & Ferrer, S. (2008). *Frutas y hortalizas*. Madrid: Empresa Nacional Mercasa. Recuperado el 15 de mayo de 2022
- Kirchgeorg, M., Springer, C., & Kästner, E. (2010). Objectives for successfully participating in trade shows. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(1), 63-72. doi:<https://doi.org/10.1108/08858621011009164>
- Ludeña, J. A. (9 de junio de 2021). *Diferencia entre envase y embalaje*. Recuperado el 15 de mayo de 2022, de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-envase-y-embalaje.html>
- Mercasa. (s.f.). *¿Qué es Mercasa?* Obtenido de Mercasa: <https://www.mercasa.es/que-es-mercasa/mercasa>
- MICONE. (2020). *Ejemplo de TFM 2020-21*.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). *Información subsectorial - Frutas y hortalizas*. Recuperado el 16 de mayo de 2022, de Ministerio de Agricultura, Pesca y

- Alimentación: https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/frutas-y-hortalizas/Informacion_subsectorial.aspx
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). *Informe del Consumo Alimentario en España*. Recuperado el 16 de mayo de 2022, de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/frutas-y-hortalizas/informacion_general.aspx
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (s.f.). *Producción integrada*. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/produccion-integrada/>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado el 29 de marzo de 2022, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Peiró, R. (5 de julio de 2017). *Cadena de valor*. Recuperado el 1 de mayo de 2022, de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Planter, O. (4 de junio de 2021). *¿Qué es una central de compras y cómo funciona?* Obtenido de Sternaliza: <https://www.sternaliza.com/que-es-una-central-de-compras/>
- Pozancos, J. M. (23 de octubre de 2019). Fruit TV miércoles 23 | Sector agroalimentario. Canal de Fruit Attraction. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ZZyCAJVVwUE>
- Punchalt, J., & Munuera, J. L. (Enero de 2008). Panorama internacional de las ferias comerciales. *Información comercial española*, 840, 7-8.
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Real Academia Española, Hortaliza*. Recuperado el 30 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/hortaliza>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Real Academia Española, Fruta*. Recuperado el 30 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/fruta?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Real Academia Española, Fruto*. Recuperado el 30 de abril de 2022, de <https://dle.rae.es/fruta?m=form>
- Rozan, J. P. (1984). *La prise de notes en interprétation consécutive*. Ginebra.
- SEPE. (2012). *Estudio prospectivo: El sector hortofrutícola en España*. (S. P. Estatal, Ed.) Recuperado el 4 de mayo de 2022, de <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/publicaciones/publicaciones-oficiales/listado-publico-mercado-trabajo/sector-hortofruticola.html>
- Statista. (2020). *Ranking de ferias por número de visitantes en España en 2019*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/547427/ranking-de-ferias-por-numero-de-asistentes-en-espana/>
- UFI. (2019). *Euro Fair Statistics*. Recuperado el 3 de abril de 2022
- Universidad Pública de Navarra. (s.f.). *Herbario*. Recuperado el 30 de abril de 2022, de https://www.unavarra.es/herbario/pratenses/htm/glosario_bot.htm
- Valle, J. (9 de septiembre de 2021). Success Stories behind Fruit Attraction: GRUPO AUTOR. Recuperado el 16 de mayo de 2022