

# TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 186 • Mayo 2016 • Año XXII • www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



## ENTREVISTA

**Rafael Morcillo,**  
jefe de Producto de Jardín de  
Leroy Merlin España

## MECADO FLOR Y PLANTA

La exportación española de  
flor y planta viva aumentó en  
enero un 15 % y la  
importación descendió un 5 %

## NORMATIVA

El futuro del herbicida  
glifosato. Postura de la  
industria fitosanitaria

## MAQUINARIA DE JARDÍN

Novedades y opinión de los  
profesionales

## HERRAMIENTAS Y BRICOLAJE

Escaparate de productos

## CITAS DEL SECTOR

- Iberflora
- Bigmat Day
- Keukhenhof
- Propet



Porque tú eres  
de exterior.

REDUCCION DEL  
**20%**  
POR LA COMPRA  
DE PRODUCTOS  
DE GARDENA  
@GARDENA

**¡PASIÓN POR  
EL JARDÍN!**

Tu pasión por el jardín es importante para nosotros.  
Tu pasión es la nuestra.

GARDENA

Además,  
sólo compras  
suscripción a SDC,  
UNA EXPERIENCIA  
AL AÑO LIBRE  
¡GRATIS!



**¡Diferenciación y valor  
añadido para su negocio!  
Substrato universal Floragard**

- Óptima absorción del agua gracias a Aqua-Plus®
- Plantas sanas y robustas gracias al valioso abono natural de guano
- Crecimiento vigoroso y duradero con abono Premium

**Flora-gard**

Dar lo mejor. ¡Desde 1919!

[www.floragard.de](http://www.floragard.de) · Tel. +49 (0) 441-2092-0



## HUSQVARNA

Intemaco S.A. Queirúa s/n  
15680 Ordenes  
A Coruña  
callcenter@intemaco.com  
www.husqvarna.com/es/



## Entrevista 30

Rafael Morcillo, jefe de  
Producto de Jardín de Leroy  
Merlin España

“Estamos en un sector en el que prima la adquisición de productos a través del reconocimiento de la marca frente al precio”.



## Mecado flor y planta 24

La exportación española de flor y planta viva aumentó en enero un 15 % y la importación descendió un 5 %.



## Informe 26

Perspectivas y oportunidades de crecimiento para el sector español de la piscina.



## Maquinaria de jardín 34

Escapate de productos y opinión de los profesionales.

# Sumario

- 08 **ACTUALIDAD**
- 14 **IBERFLORA**
- 16 **BIGMAT DAY**
- 18 **KEUKHENHOF**
- 21 **PROPET**
- 28 **HERRAMIENTAS Y BRICOLAJE**

# Jardineros

- 42. Actualidad
- 44. Tecnología *big data* para el ahorro de agua
- 46. La agricultura española: encuesta sobre percepción e imagen de la agricultura
- 48. Informe sobre el mercado del equipamiento agropecuario
- 50. Zonas infantiles del Oceanográfico de Valencia
- 52. Cubiertas verdes
- 56. El rincón de Fernando Pozuelo: *La sostenibilidad de los espacios verdes resurge en la ciudad*
- 58. Agenda

CONSEJERO DELEGADO JOSÉ MANUEL GALDÓN

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL

David Rodríguez  
drodriguez@grupotpi.es



DIRECTORA

Maria Sardina - maria.sardina@grupotpi.es  
Avda. Manóteras, 26. 3ª planta.  
28050 Madrid  
Tel.: 91 339 86 26  
Fax: 91 339 60 96

PUBLICIDAD

Ángel Luis Lara  
angel.lara@grupotpi.es  
Tel.: 91 339 86 99 / Móvil 618 732 312

SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN

Marta Jiménez  
marta.jimenez@grupotpi.es  
Tel.: 91 339 67 30

IMPRESIÓN Impresos y Revistas, SA

DISTRIBUCIÓN POSTAL



DEPÓSITO LEGAL M-27952-1993

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito. Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

Premio Editor de Publicaciones  
Profesionales 2012





Especialistas  
en productos agrícolas  
y de jardinería

Crece  
contigo

Información, teléfono 963 348 305

<http://www.infertosa.com>





## Minimizar el tiempo de trabajo

En este mundo que hoy pisamos, donde cada vez parece que hubiera que desplazarse más lejos del núcleo de la ciudad para encontrar espacios que proporcionen bienestar, muchas veces nos olvidamos de que la contemplación del más pequeño jardín -que seguro se ubicará cerca de nuestras viviendas, incluso dentro del perímetro que las alberga-, nos puede proporcionar esa conexión con la naturaleza que demandamos. Y es que un jardín incrementa la sensación de relajación, reduce nuestro nivel de estrés, repercute de forma positiva en nuestro estado de ánimo e, incluso, puede disminuir el umbral del dolor en las personas enfermas.

Cada jardín tiene su propio gesto y su particular sabor que invita a ser descubierto. Observar el crecimiento y comportamiento de las plantas enriquece y marca nuestro concepto de vida. Nos contagia de naturaleza, nos abraza, nos da la calma cuando tras un día difícil nos sentamos a disfrutar del él, mientras observamos cuánto han crecido sus brotes y cómo su belleza aletea permanentemente en el ambiente.

Pero a cambio de las bondades que ofrece, un jardín requiere un determinado mantenimiento. Es por esto que *Tecnogarden* muestra en esta edición un escaparate de maquinaria para el cuidado del jardín: cortacésped, robots, tractores, sopladores, desbrozadoras, deshidratadoras, minitractores, cortasetos... Deshacerse de la maleza o de las hojas caídas, mantener ahuecado o aireado el césped, podar los setos o cavar el huerto son solo algunas de las tareas para las que necesitaremos disponer de productos adecuados si queremos minimizar el tiempo de trabajo. Por ello, ofrecemos información de los utensilios que no deberían faltar en el almacén de un jardinero, tanto a nivel profesional para grandes espacios, como para aquellos que tan solo se ocupan de su jardín particular.

## ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Floragard.....	Interior portada
Gramoflor.....	25
Hitachi Powertools.....	11
Husqvarna.....	Portada
Ibercampo.....	Contraportada
Iberflora.....	45
Infertosa.....	4
Kyocera.....	37
La parrilla de Juan Adán.....	40
Madrid Capital Verde.....	33
Neudorff-Seipasa.....	13
Northgate.....	Interior contraportada
Nutriplant (Vital Plant).....	17
Semillas Batlle.....	7

# ¡Reserve ya su ejemplar!

**INFORMACIÓN ÚTIL  
Y RENTABLE PARA  
SU NEGOCIO**

**SUSCRÍBASE AHORA Y ASEGURE LA RECEPCIÓN  
DE SU REVISTA TODOS LOS MESES POR SÓLO**

IVA y gastos de transportes incluidos.

**73€**



Solicite ya su suscripción:

☎ 91 339 67 30

🌐 [www.grupotpi/suscripciones](http://www.grupotpi/suscripciones)

@ [suscripciones@grupotpi.es](mailto:suscripciones@grupotpi.es)

✉ TPI Edita, S.A. Dpto. Suscripciones. Avda. Manoteras 26, 3ª planta. 28050 Madrid

GRAN RENTABILIDAD

PRODUCTOS BATLLE  
HUERTO  
Y JARDÍN  
LO QUE NECESITAS  
*para hacer*  
CRECER  
TUS  
VENTAS

SEMILLAS



SUSTRATOS



ABONOS

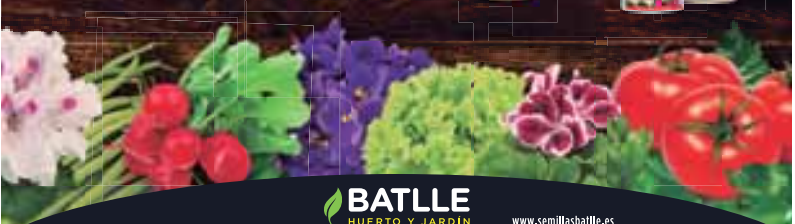


FITOSANITARIOS



La completa gama de productos Batlle para el Huerto y el Jardín, es justo lo que necesitas para satisfacer la creciente demanda del mercado y para dinamizar tus ventas y tus beneficios.

En Batlle, tenemos lo que te beneficia.



# NOTICIAS

## Bosch patrocina los eventos MTB 4 Estaciones por tercer año consecutivo



Bosch patrocina por tercer año consecutivo varias de estas carreras Mountain Bikes (MTB) instalando una zona de lavado, en la que los corredores podrán lavar sus bicis con la ayuda de la gama de hidrolimpiadoras AQT de Bosch. Llegar a todos los recorrecos de las bicicletas es más fácil empleando agua a presión. Además, las hidrolimpiadoras AQT de Bosch permiten regular la presión del agua para adaptarse a cada tarea de limpieza.

Asimismo, Bosch lanza en paralelo la campaña Hidrolimpiadoras Bosch, con la que los consumidores podrán conseguir de forma gratuita un kit de autosucción o un kit de emergencia por la compra de una hidrolimpiadora a presión AQT. La campaña estará vigente del 1 de abril hasta el 30 de junio.

La marca regalará por la compra de una hidrolimpiadora de hasta 120 bares un kit de autosucción, que consiste en un tubo flexible de aspiración con filtro, ideal para cuando no se dispone de una toma de agua a mano y se necesita tomar agua de depósitos o bidones. Pero si la hidrolimpiadora es de más de 130 bares, el obsequio será un kit de emergencia, compuesto por una boquilla succionadora, para trasvasar agua de un sitio a otro; un limpiador de tuberías de 10 metros y una boquilla de 90°, para limpiar todas aquellas zonas de difícil acceso.



## El pacto por el jardín impulsa las ventas de plantas de exterior en Francia



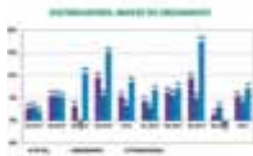
Según los datos del barómetro del consumo de plantas y productos de jardinería de Francia correspondiente al mes de febrero elaborado por la entidad francesa Promojardin, el consumo de productos de jardinería en este país europeo ha aumentado un 13 % en el mes de febrero, siendo especialmente relevante el aumento en el consumo de plantas de exterior con un 22 % y plantas de temporada con un 12 %. La asociación francesa El Pacto por el Jardín ha sido una de las principales razones de este aumento significativo de ventas de plantas en Francia. Esta asociación agrupa a las organizaciones más representativas del sector relacionado con el jardín, constituida con el fin principal de sen-

sibilizar a los responsables de la Administración para adoptar medidas concretas que permitan ampliar los espacios verdes en el medio urbano, y ha contado desde su inicio con el apoyo expreso de todos los partidos políticos.

En España, la Comunidad Verde, organización sin ánimo de lucro, constituida por las principales asociaciones profesionales del sector, está desarrollando una campaña de adhesión denominada *Compromiso por el Jardín* con la que pretende que los responsables públicos tengan en cuenta los beneficios que la vegetación urbana aporta y que se involucren en promover acciones para impulsar mejores zonas verdes públicas y privadas.

## La distribución de ferretería y bricolaje cierra 2015 con un 5% de crecimiento

Según los últimos datos del Barómetro que elaboran AECOC y AFEB trimestralmente, que mide la evolución del sector, 2015 cerró con un crecimiento para el mercado de la distribución de ferretería y bricolaje del 5%. El año pasado marca un punto de inflexión en la recuperación iniciada ya en 2014, tras una caída del 39% del mercado en los años de crisis económica. En este contexto destaca una mejor evolución del canal tradicional que cierra con el 7% de crecimiento frente al moderno -grandes tiendas de distribución- que acaba 2015 con un incremento del 4%.



## Husqvarna lanza la primera aplicación Apple Watch para robots cortacésped



Husqvarna lanza Automower Connect, una aplicación disponible para Apple Watch. Con el toque de un solo dedo, permite al usuario cortar su césped desde su muñeca, a través de un Apple Watch. Disponible para los modelos Husqvarna Automower 320, 330X y 450X. La pantalla táctil permite funcionalidad en las siguientes áreas clave: 1) Control (controla el estado actual de la máquina y envía las órdenes de «Start», «Stop» y «Park»). 2) Configuración (lee y modifica el menú de las configuraciones del robot cortacésped) y 3) Seguridad (recibe notificaciones de alarma y detecta la ubicación del Automower en caso de robo). La aplicación se puede descargar de forma gratuita y está disponible en la categoría Utilidades de la App Store.



## Leroy Merlin crece en España y consolida su estrategia digital

Leroy Merlin España ha presentado sus resultados anuales con el resultado de una facturación de 1.778 millones de euros en 2015. Esta cifra representa un incremento del 10,7 % con respecto al año anterior. Este volumen de ventas ha supuesto un beneficio neto de 88,72 millones de euros. Además, gracias a un profundo proceso de transformación tecnológica, la compañía dispone a día de hoy de un modelo de negocio digital, que se adapta a las necesidades del consumidor actual. En palabras de Ignacio Sánchez Villares, director general de Leroy Merlin España, «estamos consiguiendo el reto de transformarnos en un modelo de negocio digital que mejora cualitativamente la experiencia del cliente con nosotros. Por ello, en 2015, hemos aumentado un 54% las ventas a través de nuestra tienda *online*». Además, Sánchez Villares también ha hecho referencia a las tiendas físicas: «Son un pilar fundamental por las que cada año pasan más de 55 millones de visitas. Queremos ampliar y modernizar las actuales y, por supuesto, continuar con nuestro plan de expansión. Invertiremos más de 700 millones de euros en 25 nuevas tiendas hasta 2020, que supondrán la creación de 3.200 puestos de trabajo directos y 1.200 indirectos». Por último, Sánchez Villares ha afirmado que su objetivo es «duplicar en cinco años el número de referencias disponibles y seguir ofreciendo la mejor relación calidad-precio».

En 2016, Leroy Merlin abrirá 4 nuevos puntos de venta en España, concretamente en A Coruña, Madrid, Finestrat-Benidorm y Jaén. Además, llevará a cabo 8 grandes ampliaciones y 31 remodelaciones de tiendas, lo que supondrá una inversión total de 172 millones de euros. Gracias a este plan, Leroy Merlin creará más de 500 puestos de trabajo directos e indirectos para sus nuevas tiendas.

### Modelo de negocio digital

Leroy Merlin comenzó en 2013 un proceso de transformación digital para mejorar la experiencia del consumidor. Para ello emprendió un proyecto de innovación que ha supuesto la digitalización de los procesos internos relacionados con proveedores, compras, logística o formación de los empleados, entre otros. Desde entonces, la compañía ha invertido más de 47,2 millones de euros en esta transformación. En 2015, la inversión en IT fue de 12,4 millones de euros, lo que se tradujo en 150 proyectos tecnológicos puestos en marcha. Para 2016 se prevé invertir 19,6 millones de euros, lo que supondrá 94 proyectos para el presente año. Esta transformación tecnológica ha hecho posible que Leroy Merlin pueda ofrecer a sus clientes una tienda *online* que evoluciona con buenos resultados. En 2015 se ha generado un incremento del 54 % en ventas a través de la web, lo que se traduce en más de 116.000

pedidos durante el pasado año. Actualmente están disponibles más de 67.000 referencias para su compra a través de internet.

Además, Leroy Merlin prepara una actualización de su aplicación móvil. Dicha actualización permitirá acceder a la tienda *online* de Leroy Merlin a través de esta aplicación para smartphones. Así, los clientes podrán adquirir los productos que deseen cuándo y cómo quieran.

La digitalización no solo es una realidad para aquellos clientes que se relacionan con la compañía a través de internet. Leroy Merlin está introduciendo en sus tiendas físicas nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente, como las gafas Oculus, sistemas de realidad virtual y aumentada o la impresión 3D.

La compañía reconoce que estos resultados, y haber alcanzado el reto de la transformación digital, responden al esfuerzo de los 9.361 empleados de Leroy Merlin. En este sentido, la compañía aumentó un 11,1 % su plantilla de colaboradores durante el pasado año, de los cuales el 82,15 % cuentan con un contrato indefinido.

Además, ha repartido durante 2015 más de 31 millones de euros entre sus empleados en concepto de reparto de beneficios. Asimismo, el 92,7 % de los empleados de Leroy Merlin son actualmente accionistas de ADEO, grupo al que pertenece la compañía.

DISFRUTA DEL  
VERANO A  
TODA MÁQUINA



**3** HITACHI  
AÑOS  
GARANTÍA\*

\* Términos y condiciones en [www.hitachi-powertools.es](http://www.hitachi-powertools.es)

**HITACHI**  
Inspire the Next<sup>1</sup>

# La III edición del Día de tu casa se celebrará el 20 de mayo próximo

Por tercer año consecutivo, el Comité de Ferretería y Bricolaje de AECOC, Asociación de Fabricantes y Distribuidores, pone en marcha la tercera edición del Día de tu casa, iniciativa diseñada para los amantes de la ferretería, el bricolaje y la decoración del hogar.

**E**l creciente interés en este mundo en España ha hecho que un año más se celebre esta iniciativa, que tendrá lugar el próximo día 20 de mayo y que ofrecerá a los consumidores actividades, promociones exclusivas y acciones especiales en más de 2.100 puntos de venta.

En concreto, 7 de cada 10 españoles compró en 2015 productos de ferretería y bricolaje para realizar pequeñas reparaciones o arreglos domésticos con los que mejorar el estado de su casa tal y como pone de manifiesto un estudio elaborado por AECOC. Asimismo, durante el segundo semestre del año pasado, cerca del 50 % de los españoles declaró estar seguro de que compraría artículos de este tipo en los siguientes seis meses para reformar su hogar.

Esta tendencia se prevé que vaya en aumento debido al auge por la decoración, el bricolaje y el automantenimiento del hogar, tareas que más del 36 % de los españoles encuestados en el estudio calificaron de «entretenidas» y «divertidas».

## ¿Cómo son los españoles a la hora de reformar su casa?

El gasto de los españoles en su cesta de la compra de ferretería y bricolaje se situó, en 2015, entre los 10 € y los 90 €, según el tipo de reforma en mente y los productos necesarios. Sobre estos últimos, hay que destacar las diferencias que se dan entre sexos: ellos compran más herramientas y productos de construcción, mientras que ellas se encargan de seleccionar la pintura, el mobiliario, la decoración y los elementos relacionados con la cocina y el jardín. Aun así, de forma global los productos más comprados el año pasado según datos de AECOC fueron las pinturas y los artículos relacionados con el sistema eléctrico y la ferretería. El tipo de vivienda tiene mucho que ver con las reformas y arreglos que se llevan a cabo, siendo las que cuentan con espacios exteriores (como patio, terraza o jardín) las que más acciones de este tipo acogieron. La edad es otra variable importante y determina qué estancias de la casa tienen prioridad a la hora de realizar

cambios en el hogar. Hasta los 44 años, los españoles se decantan por renovar el mobiliario, mientras que pasados los 55 prefieren reformar la cocina y el baño.

## Motivos económicos y lúdicos

Este año la campaña presenta un tono más emocional y cercano, ensalzando el papel protagonista del hogar en nuestras vidas y ofreciendo a los consumidores todos los recursos necesarios para descubrir de nuevo todo el potencial que alberga. Y es que los españoles cada vez se involucran más en las tareas de reforma y decoración de su hogar, no solo por motivos prácticos o económicos sino también lúdicos.

Así, en los establecimientos adheridos de las más de 40 primeras marcas participantes, se implementarán una serie de talleres con el fin de que los compradores puedan aprender distintos trucos y técnicas relacionadas con la ferretería y el bricolaje domésticos. Así mismo, se han dispuesto actividades dirigidas al visitante más profesional para que todos los públicos tengan cabida en El Día de tu casa.





## Disfruta del Jardín y Huerto Ecológico



Gama Insecticidas Acaricidas

**Spruzit<sup>®</sup>**



Teléfono: 902 024 874

[neudorff@seipasa.com](mailto:neudorff@seipasa.com)

Descubre mucho más en

[www.neudorff.es](http://www.neudorff.es)

# IBERFLORA ACOGERÁ EL I SALÓN DEL ÁRBOL

Iberflora, Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, acogerá en su próxima edición el I Salón del Árbol, la primera feria de ámbito nacional dedicada íntegramente al sector de la arboricultura ornamental. En ella se presentará la técnica, tecnología, maquinaria, herramientas y divulga-

ción relacionada con el árbol ornamental. De la mano de la Asociación Española de Arboricultura (AEA), Iberflora ofrece ahora a sus visitantes un nuevo escaparate donde empresas y profesionales de la arboricultura puedan verse representados, donde puedan mostrar su potencial, encontrar una amplia oferta de

productos y revisar y ampliar sus conocimientos gracias a un completo programa de actividades paralelas.

## Tres grandes áreas

De hecho, el I Salón del Árbol se configurará en tres grandes áreas. La primera, la zona expositiva, estará destinada



a la oferta de productos y servicios de empresas de maquinaria y materiales auxiliares, empresas de servicios-instrumentos-fitosanitarios-software, arbolistas-podadores, autónomos, viveros de arboricultura, asociaciones e instituciones afines y organismos públicos.

La segunda será la "zona-demo", en la que los expositores realizarán intervenciones rápidas y participativas de las novedades e innovaciones de sus productos. Y la tercera, el área de conferencias, que reunirá a un prestigioso elenco de ponentes, con charlas y debates de máximo interés sectorial divididos en tres

grandes zonas temáticas –técnica, profesional y divulgación-. Al respecto, el presidente de la Asociación Española de Arboricultura, Jacobo Llorens, subraya: «Prueba de que el Salón del Árbol es un evento sin precedentes en nuestro sector es el apretado y ambicioso programa de actividades paralelas que está organizando la AEA como acompañamiento de la exposición comercial y que reunirá a todos los actores principales de la arboricultura ornamental de nuestro país». «El Salón del Árbol constituye sin duda una de nuestras grandes apuestas para 2016 y estamos seguros de que va a tener

una excelente respuesta por parte del profesional», asegura Miguel Bixquert, director de Iberflora. La iniciativa forma parte del Plan Estratégico de Iberflora 2016, que plantea aglutinar nuevos sectores para ganar poder de convocatoria en un año en el que además Iberflora coincide en Feria Valencia con la Feria Internacional del Bricolaje, Eurobrico, así como con los certámenes Vegetal World, Ecofira, Egética y Laboralia. Todas ellas formarán un escaparate global que sumará en torno a 800 expositores y se prevé que atraiga a más de 30.000 visitantes.



# BigMat Day 2016

## concluye con excelentes resultados

La edición de este año BigMatDay 2016, celebrada el 30 y 31 de marzo en el Pabellón Multiusos del Madrid Arena ha recibido más de siete mil visitas y el volumen de negocio se ha incrementado un 14.8 % respecto al año anterior.

La presentación en sociedad de los nuevos espacios Cocoon by BigMat y BigMat City (tiendas de proximidad de la enseña) han sido un gran punto de atracción. BigMat inaugurará 30 tiendas Cocoon by BigMat y 15 BigMat City en los próximos meses.

Además de las demostraciones de productos habituales de otras convocatorias, este año ha habido reuniones de alto nivel con AECOC y con AFEB. Respecto a AECOC, el eje principal de la reunión mantenida con este organismo ha sido analizar la próxima campaña de El Día de tu Casa, que se celebrará el 20 de mayo. BigMat parti-

cipa de nuevo en esta iniciativa que tiene por objeto dinamizar las ventas y aumentar la visibilidad del sector entre el público general y el profesional, con acciones singulares y atractivas.

En relación a AFEB, las charlas mantenidas muestran la buena sintonía y el empeño que hay por ambas partes para estrechar lazos en un futuro inmediato. En este sentido, Lorenzo de la Villa recordó que el 28 % de las referencias de BigMat pertenecen a la familia de ferretería, y que el 90 % de los socios las comercializan en sus puntos de venta. BigMat tiene acuerdos con más de 200 proveedores de

este sector, muchos de los cuales forman parte de AFEB.

El aforo estuvo completo para las charlas de arquitectura que impartieron los arquitectos Alberto Campo Baeza, ganador del BigMat International Architecture Award 2016 y José Adrião, ganador del BigMat National First Price de Portugal 2016.

El BigMat-Day 2016 se despide con un volumen de compras y pedidos realizados superior al de otros años en un 14.8 %. Los socios BigMat y los 120 expositores comienzan ya la cuenta atrás para la ansiada próxima convocatoria, en la que ya hay lista de espera.





Productos para  
jardinería doméstica

**Vital**  
**Plant**



Fungicida Anti-Hongos  
Lata de 400 ml



Fertilizante GERMINACO  
Lata de 400 ml



Fertilizante ACCIÓN TOTAL  
Lata de 400 ml



Anti-Caracoles y  
Babasacas en Jardines



Anti-Arañas y Mosca  
del Frío

Abonos, fitosanitarios, biocidas y especialidades

[www.vital-plant.es](http://www.vital-plant.es)

952.348.479 - Málaga

# La 67 edición de Keukenhof se celebrará bajo el lema *La Edad de Oro*

La nueva edición de Keukenhof se celebra desde el jueves 24 de marzo hasta el lunes 16 de mayo, bajo el lema *La Edad de Oro*, el período durante el cual el mundo fue descubierto y el comercio floreció. Hay mucho en esta temporada que une la Edad de Oro y Keukenhof.

**K**eukenhof ya está en plena floración. El punto culminante del tema del año es un mosaico de bulbos de flor cubriendo un área de 250m<sup>2</sup> y compuesto por cientos de miles de tulipanes, jacintos (muscari) y azafrañes. La flor muestra el retrato de maravillosas combinaciones entre decenas de miles de flores y las pinturas del siglo XVII. Nuevo en 2016 son un jardín de inspiración en la Edad de Oro y un jardín Delft Blue.


Muchos turistas internacionales todavía acuden a Holanda para ver reconocidos iconos como las pinturas de Rembrandt, el queso holandés, los molinos de viento o los tulipanes. El significado de Keukenhof para el turismo en los Países Bajos cuenta con un gran peso. Cada año 800.000 visitantes vienen a Keukenhof de más de cien países. Aproximadamente el 75 % de estos vienen del extranjero. El sector del bulbo en general y de los tulipanes y Keukenhof en parti-

cular, se ha convertido en el rostro de la imagen turística de los Países Bajos.

En su discurso de bienvenida el director de Keukenhof, Bart Siemerink, habló de nuevos eventos en el parque como los dos espectáculos de corte de tulipán, el jardín de la naturaleza y la exposición de flores y moda en el pabellón de la orquídea.

El parque está abierto al público del jueves 24 de marzo hasta el lunes 16 mayo de 2016.





Premio 2012 a la Mejor Editorial  
Profesional del año, por la Asociación  
Española de Editoriales de  
Publicaciones Periódicas (AEEPP)



Líderes en comunicación profesional



**TPI** | Grupo

Grupo de comunicación especializado en información  
para los principales sectores económicos

Grupo TPI, *partner* indispensable para empresas y  
profesionales, ofrece:

- La información más útil y práctica para empresas y profesionales
- Los mejores soportes para lograr sus objetivos comerciales: revistas en papel y *on-line*, boletines, *mailing* y redes sociales
- Diseño de estrategias de comunicación adaptadas a cada necesidad: jornadas, premios, ferias, congresos, encuentros, etc.

C/ Avda. Manoteras, 26 - 3ª planta. 28050 Madrid  
Tel: 91 339 86 26. Fax: 91 339 60 96  
[www.grupotpi.es](http://www.grupotpi.es). [info@grupotpi.es](mailto:info@grupotpi.es)

# Propet se clausura con un positivo balance comercial y de negocio

Propet, Feria para el Profesional del Animal de Compañía, ha cerrado las puertas de su novena edición, celebrada del 3 al 5 de marzo, con la asistencia de 16.127 profesionales (+2%), procedentes de 29 países, y con un notable incremento de los visitantes extranjeros.

**E**sta nueva convocatoria volvió a mostrarse como un privilegiado punto de encuentro a la oferta y a la demanda del sector, ofreciendo una plataforma de presentación de novedades y un escenario para estrechar contactos comerciales. Propet 2016 reunió a un total de 367 empresas participantes de 47 países, lo que supone un incremento del 22% con respecto a la edición anterior, de las cuales, 157 fueron expositores directos, con un crecimiento superior al 11% respecto a 2015, consolidándose como el principal encuentro nacional para los profesionales del mundo de las mascotas. Los visitantes procedentes de fuera de Madrid, que suponen el 56 % del total, han

crecido, siendo Canarias, Cataluña, Castilla León y Castilla la Mancha las comunidades que han registrado un mayor incremento. Del mismo modo, Cataluña, Andalucía y Valencia son, tras Madrid, las regiones con más asistentes a la Feria, seguidas por Castilla La Mancha, Castilla y León y Galicia.

## Profesionales extranjeros

En relación a los profesionales extranjeros, supusieron el 3,5 % del total y procedieron de 29 países, principalmente de Portugal, Francia, Italia, Reino Unido, Israel y Alemania. Los visitantes portugueses significaron el 33 % del total de los foráneos, registrando un crecimiento del 73 %.

Asimismo, los franceses e italianos apuntaron igualmente importantes incrementos, con un 144 % y un 75 % respectivamente. Por su parte, participaron por primera vez en Propet visitantes de Irlanda, Rusia, Turquía e Israel.

## Perfil profesional

En relación al perfil profesional del visitante de Propet, destaca la cifra equivalente de responsable de comercio especializado, de veterinarios y estilistas caninos. Al creciente interés para el comercio especializado, se suma el aumento del número de veterinarios y auxiliares veterinarios que significaron el 40 % del total. Unas positivas cifras a las que contribuye el alto interés de estos pro-



fesionales por el congreso VetMadrid y las actividades organizadas por AMVAC, que en esta convocatoria recibió un 10 % más de asistentes.

Por otra parte, los peluqueros y estilistas caninos han supuesto el 23 % de los asistentes, una buena representación que se ha visto favorecida por los eventos específicamente concebidos para ellos, que han convertido a Propet en una referencia para este colectivo. En el caso de adiestradores y criadores, así como los responsables de residencias de animales, han mantenido una cifra similar a la pasada edición, significando el 11 y el 6 % respectivamente.

### Accesorios y complementos

Propet 2016 ha registrado un aumento del interés por los accesorios, complementos y moda para mascotas, que ya representa el 27 % del total, ámbito que se ha visto reforzado con la sección Boutique y la Pasarela Boutique, novedad de esta edición. También el interés por el sector de higiene y belleza ha sido significativo (14%), al consolidarse el salón como referente para el peluquero y estilista canino en España. De la misma manera, los veterinarios, en concreto, mostraron su interés especialmente por productos de nutrición, higiene y belleza (30 %) y equipamientos y servicios de gestión para establecimientos (26 %), seguidos por productos farmacéuticos (13%). Unas cifras que confirman el creciente interés por el producto distribuido a través del comercio especializado, que sumaría un 62 % del total.

Durante tres días, Propet reunió las últimas novedades en equipamiento y productos para el comercio especializado -productos y accesorios para animales, moda y complementos, juguetes, equipamiento para tiendas de animales, acuarofilia y terrariofilia-. Además, se presentó todo lo relacionado con el ámbito de la veterinaria -sector de la sanidad animal-, higiene y belleza y equipamiento para clínicas; alimentación y nutrición; servicios y gestión; asociaciones y organismos, y prensa.

### Actividades y demostraciones

Entre los contenidos mejor valorados destacaron las interesantes actividades cele-



bradas en el Escenario Propet para los profesionales del Estilismo Canino, así como la novedosa Pasarela Boutique, un espectacular desfile de moda con perros, gatos y conejos que, con fines benéficos, mostraron en directo los productos y accesorios más atractivos de las marcas participantes en la Feria. Unas actividades y demostraciones que pudieron seguirse en directo a través de Propet TV, tanto desde cualquier ordenador o dispositivo móvil como en las pantallas instaladas en las áreas de descanso de la feria.

### Boutique y Foro

Tras la buena acogida de la convocatoria anterior, Propet 2016 reforzó el sector de productos, accesorios, snacks y comple-

mentos de moda para mascotas que, bajo el paraguas de Boutique Propet, se convirtió en una óptima plataforma para la presentación de artículos de primeras firmas y de nuevos diseñadores que aportan una visión renovada y creativa de este ámbito.

Como novedad, la Feria sumó a su habitual Foro Propet, un Foro de Nutrición dirigido a los profesionales del sector para informarles sobre los diversos aspectos técnicos relacionados con la nutrición de las mascotas.

Organizada por Ifema y con la colaboración de AMVAC, Asociación Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía, Propet celebrará su 10º Aniversario el 16 al 18 de marzo de 2017.

## Handmade Festival se consolida en su III edición como destacado promotor de la cultura del DIY



**H**andmade Festival Barcelona (HMF BCN) cierra sus puertas el pasado 10 de abril después de tres días de intensa actividad y gran afluencia de público. En su tercera edición, la cita se consolida como una de las más importantes en su especialidad y como el principal promotor de la cultura del «Hazlo tú mismo» (DIY por sus siglas en inglés) en España. De carácter anual, el salón volverá a celebrarse en abril de 2017.

«El balance es muy positivo. Handmade Festival Barcelona ha vuelto a ser un éxito», afirma el codirector del salón, Josep Antoni Llopart. «Hemos logrado que el público viviera una experiencia creativa única del DIY, uno de nuestros principales objetivos». En HMF BCN se han desarrollado más de 300 actividades para los visitantes de todas las edades con talleres, clases magistrales, degustaciones, exposiciones y conciertos, además de una amplia oferta de artículos y materiales de más de 150 expositores de los sectores de hilo, papel, cocina, bricolaje y jardinería.

Para la codirectora del salón, Anna Ventura, «el público ha podido disfrutar más que nunca de una auténtica fiesta de las manualidades que este año, además, ha contado con la Handmade Night con talleres, degustaciones, música y baile a ritmo de swing». También ha tenido mucho éxito otra de las novedades de esta edición, el Downtown, un espacio Make&Tip de Bauhaus, donde se ha podido practicar y experimentar con todo tipo de técnicas y materiales de la mano de expertos de las principales marcas.

Otro de los espacios más visitados del festival ha sido la exposición de Dr Únic, especialistas en reciclaje artístico, donde se han mostrado desde antiguos grifos transformados en lámparas hasta televisores reconvertidos en espejos.

El festival también ha sido un escaparate de las nuevas tendencias de este ámbito, entre las que destacan la papelterapia, pintar libros con colores para



relajarse; mezclar técnicas de toda la vida con las herramientas más actuales y las nuevas tecnologías, como coser con máquinas inteligentes; así como el *sibarritismo crafty* y el microbricolaje. Tal y como señalan desde el certamen, más

de 23.000 personas han pasado por el Palacio 2 y la plaza del Univers del recinto de Montjuïc, sede del evento. Según Llopert, "se ha registrado más presencia de público joven y hombres que en la pasada edición". Organizado por

Fira de Barcelona y la agencia creativa Evident Events, el evento ha contado con la colaboración de empresas relevantes de cada disciplina como Bauhaus, LiDL ó Alfa, entre otras, y volverá a celebrarse en abril de 2017.

# LA EXPORTACIÓN de flor y planta viva aumenta en enero un 15 % y la importación desciende un 5 %

La exportación española de flor y planta viva en enero de 2016 aumentó un 15% con relación al mismo mes de 2015, totalizando 16,6 millones de euros y la importación descendió un 5%, situándose en 12,6 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.

**E**l incremento de la exportación española en enero se ha debido a la subida de las principales flores y plantas exportadas. El total de la partida de planta viva aumentó un 4 %, totalizando 12,4 millones de euros, destacando el importante incremento de la planta de exterior, con un 52 % más y situándose en 3,9 millones de euros, y la caía de árboles y arbustos y de la planta de interior con un 17 % y 15 % menos respectivamente.

La flor cortada también registró un incremento de la exportación, en un 83 %, totalizando 3,3 millones de euros. Importante subida del clavel que pasa de 456.737 euros a 1.548.856 euros  
Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Galicia y las Islas Canarias son las principales comunidades autónomas exportadoras de flor y planta viva. Destaca el fuerte crecimiento de Andalucía y Murcia, (8 % y 21 % más que el pasado año).

#### Países de destino

Por países de destino, las exportaciones de plantas vivas a Francia en el primer mes del año 2016 alcanzó 2,6 millones de euros, con un aumento del 19 % con respecto al mismo periodo del año anterior, seguido de Italia con 1,3 millones y una subida del 9 %, Países Bajos con 1,2 millones y un aumento del 24 % y Alemania con 1,1 millones y un 28 % de descenso. Según Fepex, el resultado positivo de la exportación se ha







debido en gran parte al buen comportamiento del consumo de productos de jardinería en Francia, que ha aumentado significativamente en lo que va de año.

El sector ha contado nuevamente en el año 2016 con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través del convenio suscrito con Fepex para la promoción del sector español en las principales Ferias Internacionales, en las que han participado más de 80 empresas de las principales zonas productoras, así como con el apoyo del Instituto de Comercio Exterior, ICEX, con el que se está desarrollando un plan sectorial de promoción exterior. Fepex considera que la incorporación del mayor número de empresas a la actividad exportadora, con un apoyo de la Administración que facilite la internacionalización del sector, es una de las prioridades que tiene actualmente el sector español por ser una medida estratégica en el escenario actual.

**Fuente: Fepex**

## PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

ELEGIMOS LA MEJOR  
OPCIÓN

Una gama completa  
para el exigente  
comercio especializado



¡Transparencia crea confianza!  
Más información en  
[www.gramoflor.com](http://www.gramoflor.com)

Gramoflor GmbH & Co. KG  
Teléfono: +34 962 954 005  
E-Mail: [info@gramoflor.de](mailto:info@gramoflor.de)

**GRAMOFLO**

*¡calidad desde el principio!*

# El futuro del herbicida glifosato

## Postura de la industria fitosanitaria

Tal y como se ha hecho público recientemente, el Parlamento Europeo reunido en Luxemburgo en sesión plenaria el pasado 13 de abril acordó proponer la renovación de la autorización del herbicida glifosato en Europa durante 7 años, en lugar de 15 que es lo habitual, rechazando de esa manera la solicitud de prohibición que se había solicitado por parte de algunos colectivos.

**E**l Parlamento Europeo reunido en Luxemburgo en sesión plenaria el pasado 13 de abril acordó proponer la renovación de la autorización del herbicida glifosato en Europa durante 7 años. Dadas las informaciones que están apareciendo en los medios, desde Aepla han considerado necesario realizar algunas puntualizaciones y aclarar algunos aspectos:

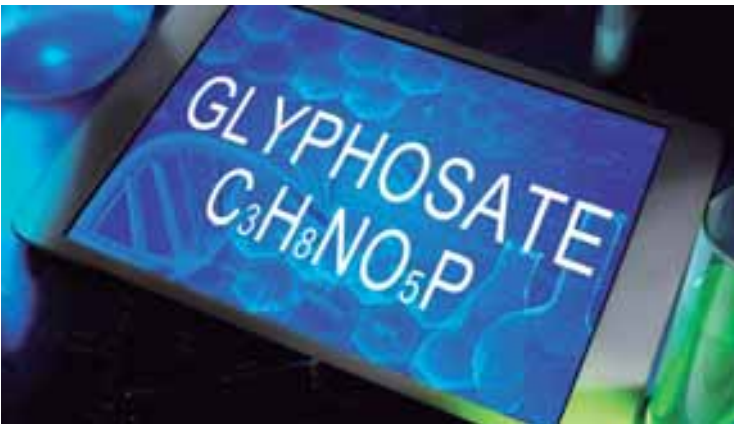
- La votación del Parlamento Europeo del pasado 13 de abril por la que propuso la renovación de la sustancia activa glifosato por

siete años, se trata de eso simplemente, una propuesta, y en ningún caso su resultado es vinculante. Será el Consejo Europeo, quien finalmente tome la decisión sobre el futuro del glifosato en Europa los próximos meses.

- La aprobación y renovación de sustancias activas en la UE se rige por el Reglamento 1107/2009. En este proceso, la EFSA (Agencia Europea de Seguridad Alimentaria) es el organismo responsable de llevar a cabo la evaluación científica, y

tanto su papel en dicho proceso, como el del resto de organismos reguladores establecidos por la legislación, deben ser respetados por todas las instituciones tanto comunitarias como nacionales.

- De acuerdo con el Reglamento 1107/2009, la aprobación y renovación de las sustancias activas dependen por completo de las evaluaciones del Estado miembro informante (en el caso del glifosato, Alemania) y la EFSA, así como de la decisión de la Comisión con el apoyo de





una votación en el Comité permanente de fitofármacos (SCoPAFF). Por tanto, el Parlamento Europeo y el Consejo deben garantizar que la legislación sea respetada reconociendo el papel de la agencia y autoridades reguladoras.

- IARC no es un organismo de la UE, por lo que no es parte oficial en el proceso de toma de decisiones de la UE en lo que respecta a la aprobación o renovación de sustancias activas, así como en el proceso de evaluación de las mismas. Aun así, el trabajo de la IARC fue revisado por la EFSA en sus evaluaciones, lo que no le impidió llegar a una conclusión positiva sobre el glifosato, considerando toda evidencia posible de tener en cuenta.

- Debe tenerse en cuenta que tanto Alemania, como Estado miembro informante, como la EFSA, basándose en sus evaluaciones científicas, consideraron seguro el glifosato cuando se usa apropiadamente, y por lo tanto concluyeron que dicha sustancia no es cancerígena. Además, la presencia de residuos fitosanitarios en los alimentos y el agua son supervisados por la EFSA, y por lo general, las muestras analizadas en relación con el glifosato son completamente indetectables. En la gran mayoría de los casos, de estar presentes, los residuos se encuentran dentro de los límites permitidos legalmente y siempre muy por debajo del umbral que podría constituir un riesgo para la salud humana.

- En cuanto al acceso a los datos y los estudios solicitados por ONGs y Comisión con respecto a este expediente de renovación, es comprensible que existan medidas legales dispuestas para evitar la divulgación de información confidencial de la empresa cuando se trata de estas sustancias, con el fin de proteger la propiedad intelectual y la inversión en innovación. Esto debe ser respetado y tenido en cuenta por el Parlamento y otros. Estas normas no sólo se aplican a la industria fitosanitaria, pues existen normas similares para los biocidas, productos químicos industriales y cosméticos, incluyendo perfumes. Sin embargo, para hacer frente a la preocupación pública y política, creemos que nuestras compañías involucradas están conside-



rando un mecanismo para facilitar algún acceso en este caso particular.

- Desde la industria fitosanitaria, lamentamos que el resultado de la votación del PE del pasado 13 de abril no apoye la propuesta de la EFSA de prorrogar la autorización durante 15 años y sugiera la prohibición a los usos no profesionales sin base científica alguna que la justifique. Toda renovación está sujeta a revisión cuando aparece información relevante, por lo que limitar el periodo no aporta nada a la seguridad e introduce sospechas innecesarias sobre el sistema de aprobación en la

mente de los ciudadanos. Los productos fitosanitarios son una herramienta clave para los agricultores y los usuarios en ámbitos domésticos de la UE, y esto incluye a los productos que contienen glifosato. Necesitamos que nuestros agricultores puedan seguir siendo competitivos, garantizando al mismo tiempo la protección de la salud humana y el medio ambiente. Por todo ello, esperamos que la decisión que finalmente adopten los estados representados en el Consejo Europeo esté basada en motivos científicos y no ideológicos que puedan poner en riesgo el futuro de la agricultura europea.

## Manilla accesible de FSB

El estudio PMMT ha diseñado esta manilla siguiendo los criterios del Clear Code Architecture, manual de accesibilidad universal que garantiza metodológicamente el acceso a todas las personas, cualquiera que sea su limitación física.

Clear Code admite la inclusión de señalética Braille y proporciona un buen contraste visual con la puerta para las personas con baja visión. Su tamaño evita enganches y golpes a personas en sillas de ruedas o de baja altura y a niños.

Previene la presencia de bacterias (la ausencia de ranuras o agujeros evita la acumulación de suciedad)

Disponible en los puntos de venta del grupo Ortiz.

[www.ferreteriaortiz.es](http://www.ferreteriaortiz.es)



## Ceys ha presentado un Nuevo Paso

A partir de las tecnologías más avanzadas y la última innovación en nuevas fórmulas, Paso presenta una nueva gama de productos con altas prestaciones: más rápidos, más potentes, más resistentes y más eficaces.

El nuevo Paso Por Fuera ofrece un cambio de imagen, símbolo de una nueva etapa, que responde al deseo de expresar mayor cercanía a los consumidores. Cambio de logotipo, cambios en el envase y una nueva imagen de producto, además de trabajar la gama de forma clara y ordenada.

[www.mundoceys.com](http://www.mundoceys.com)



## Hidrolimpiadora eléctrica

La POWXG9035 de Varo cuenta con una potencia de 2200 W, presión nominal 110 bar, presión máxima 165 bar, caudal 348l/h, sistema de conexión rápida, ruedas de caucho, depósito de detergente y manguera de 5 m con enrollador. Incluye lanza extensible, cuatro boquillas (para jabón, ajustable, giratoria y de ángulo), conector de entrada de agua, escobilla, así como dos accesorios de limpieza: para patios y para tuberías.

[www.varo.com](http://www.varo.com)

## Henkel regala hasta dos horas de servicios gratis

Las marcas de adhesivos de consumo de Henkel, Loctite, Pattex y Tangit, han lanzado la promoción *Hasta dos horas de servicios gratis*. Esta incluye una amplia gama de prestaciones, que van desde dos horas de servicio de reparación del hogar, hasta una revisión de los puntos básicos del vehículo. Bases del concurso en la web [www.2hserviciosgratis.es](http://www.2hserviciosgratis.es). La promoción se mantendrá vigente hasta diciembre de 2016 y se encuentra limitada a un regalo por persona; es decir, a la obtención de un máximo de un bono regalo durante el período promocional. [www.henkel.com](http://www.henkel.com)



## Ahora con mayor longitud

Las digebi-2borduras Easy Way PRO de Digebis se caracterizan por su tamaño y comodidad. Fáciles de almacenar y cómodas de transportar. Además, al disponer de mayor longitud reduce el número de conexiones entre borduras, ganando mayor productividad.

Los proyectos profesionales requieren mayor volumen de material para llevarlo a cabo y, por esa razón, la firma ha lanzado este nuevo modelo en bobina con formato de 20 metros.

Fabricadas con composite o madera técnica: 80% de plástico y 20% de fibra de madera, las borduras Easy Way PRO son 100% reciclables. Resistentes a la acción de los animales e insectos.

[www.digebis.com](http://www.digebis.com)



## Dosificador sencillo y preciso

Doser Evolution es una mochila dosificadora de Matabi, especialmente desarrollada para aplicación de líquidos de forma uniforme. Regulable con ocho posiciones fijas entre 10 y 75 ml. Permite la aplicación de líquidos de forma dosificada en diversidad de cultivos, como frutales, hortalizas, viveros, café, banano, palma africana, tabaco, etc. para los diferentes tipos de tratamientos a realizar: focalizados, en suelo, en altura, relleno de trampas.

Preciso para aplicación de dosis eficaces con ahorro de producto y mínimo impacto medioambiental.

[www.goizper.com](http://www.goizper.com)



# Rafael Morcillo,

## jefe de Producto de Jardín de Leroy Merlin España

El sector de la maquinaria de los espacios verdes no es ajeno a las tendencias de consumo y las modas. Los puntos de venta se esfuerzan por desgranar la evolución de un mercado cada vez más competitivo y en que el profesional busca productividad. “En Leroy Merlin apostamos por el fomento de la innovación y por ello, trabajamos de manera continua para incluir estas mejoras en nuestra gama para responder a las necesidades de los consumidores e incrementar su satisfacción...”. Así lo afirma categóricamente Rafael Morcillo, jefe de Producto de Jardín de esta compañía que trabaja optimizando sus acciones, atenta a indicadores sociodemográficos, económicos y de consumo. Su visión del mercado de la maquinaria es optimista y considera que “un crecimiento es posible siempre y cuando el sector apueste por la innovación y continúe avanzando en este ámbito. Los consumidores reclaman productos que maximicen su confort y mejoren su experiencia de uso. En este sentido, las compañías debemos anticiparnos y responder a las necesidades presentes y futuras de los ciudadanos”.



### ¿Cuál es la situación actual del mercado de maquinaria para el mantenimiento de los espacios verdes?

Actualmente el mercado se mantiene estático, aunque en los últimos años se observa una ligera evolución en el ámbito de la inno-

vación. Uno de los principales hitos del sector ha sido la incorporación de baterías en la maquinaria. En Leroy Merlin apostamos por el fomento de la innovación y, por ello, trabajamos de manera continua para incluir estas mejoras en nuestra gama para respon-

der a las necesidades de los consumidores e incrementar su satisfacción.

### ¿Qué tipo de productos son los más demandados?

Las decisiones de compra dependen de múltiples factores en función de las características del jardín. Teniendo en cuenta este aspecto, la compra de productos orientados al mantenimiento de jardines clásicos como los cortacéspedes, cortabordes y cortasetos son muy habituales. Por su parte, destaca la adquisición de motosierras en entornos agrícolas. Además, en los últimos años hemos detectado un incremento de la demanda de motoazadas eléctricas con motivo del creciente interés de los consumidores por los huertos.

### ¿Hacia dónde apunta la tendencia en cuanto a diseño y funcionalidad de los productos?

La tendencia actual se focaliza en la mejora de la experiencia del usuario. En este sentido, las innovaciones se centran en proporcionar un uso más sencillo y cómodo a través de mejoras en la ergonomía de los productos y la durabilidad de los mismos. De este modo, los consu-

midores ahora disponen de artículos que les permiten maximizar y disfrutar su uso.

### ¿Qué es lo que más pesa a la hora de la compra: precio o calidad?

La calidad prima frente al precio aunque no son aspectos sustitutos, sino complementarios. Para los consumidores, la calidad es un valor innegociable y buscan marcas que les proporcionen la mejor relación calidad-precio.

### ¿Cómo valora el servicio venta online dentro de esta área?

La web se ha convertido en un servicio complementario para los ciudadanos. Los consumidores utilizan la web como un elemento de consulta donde descubrir nuevos productos, así como un lugar donde realizar comparativas de las características y precios de los distintos artículos para posteriormente acudir a las tiendas físicas y realizar sus compras.

### ¿Qué nota le daría al servicio postventa que se ofrece en España?

El servicio postventa es un aspecto muy valorado y demandado por los consumidores. Actualmente este servicio no responde a todas las necesidades de los ciudadanos, por lo que supone una gran oportunidad de desarrollo para el sector. De este modo, la mejora y avance en este ámbito permitirán satisfacer las crecientes necesidades de los consumidores.

### ¿En qué medida los fabricantes han asumido la responsabilidad de la seguridad de sus productos?

Los fabricantes mantienen una alta responsabilidad respecto a la seguridad de sus productos. La legislación es muy exigente y los controles exhaustivos, lo que contribuye a mantener los niveles de seguridad en todo momento.

### A la hora de comprar un producto, ¿en qué medida el cliente se inclina por una marca premium a pesar de su incremento en el precio?

Estamos en un sector en el que prima la adquisición de productos a través del reconocimien-

to de la marca frente al precio. Los consumidores tienden a inclinarse a comprar artículos de marcas reconocidas aunque tengan un precio más elevado, ya que consideran que cuentan con mayor calidad y vida útil.

### ¿Cuáles son los criterios que priman para elegir un proveedor? ¿Qué diferencias destacaría entre un proveedor español y otro extranjero?

Desde Leroy Merlin seleccionamos a aquellos proveedores que cuenten con un alto nivel de expertise (pericia) en el sector y cuyos productos cumplan los estándares de calidad de la compañía. Además resulta imprescindible que garanticen un servicio postventa al con-





sumidor y que estén dispuestos a trabajar conjuntamente con nosotros en el desarrollo de proyectos innovadores.

Referente a la procedencia del proveedor, en Leroy Merlin apostamos por proveedores nacionales y priorizamos la selección de proveedores españoles frente a los de otros mercados.

**En el momento actual, ¿cómo afecta la entrada de maquinaria procedente de Asia que no cumple la normativa de seguridad, de emisión de gases o de vibraciones?**

En Leroy Merlin trabajamos solo con productos que cumplen la legislación vigente y cumplen con todas las normativas europeas.

**¿Qué peso tiene la importación? ¿Qué países destacan en este ámbito?**

La importación tiene un papel fundamental, ya que un alto porcentaje de los productos son fabricados en otros países como Italia, Alemania, Hungría y Estados Unidos, entre otros.



**¿Se atreve a pronosticar si crecerá el sector de maquinaria para el mantenimiento del jardín en los próximos años?**

Desde Leroy Merlin consideramos que un crecimiento es posible siempre y cuando el sector apueste por la innovación y continúe avanzando en este ámbito. Los consumidores reclaman productos que maximicen su confort y mejoren su experiencia de uso. En este sentido, las compañías debemos anticiparnos y responder a las

necesidades presentes y futuras de los ciudadanos.

**¿Qué tipo de subvenciones tenemos en España para la adquisición de maquinaria de jardín en este momento?**

Desde Leroy Merlin desarrollamos distintas campañas de concienciación como planes renove para fomentar el uso de maquinaria sostenible que permita reducir el impacto medioambiental.





**Madrid Capital Verde** es un  
evento para los amantes de las flores,  
la jardinería y el paisajismo.

**17, 18 y 19 de Junio de 2016**

[www.madridcapitalverde.es](http://www.madridcapitalverde.es)

ORGANIZA



**grupo  
metalia**



**KAGSMGS**  
ESTUDIO DE PAISAJISMO

COLABORA

**MADRID FORO  
EMPRESARIAL**



**AEFI**  
ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA  
DE FLORISTAS



**eltenedor**  
a topoliner company

MEDIOS

**Garden**

**KOMPASS**

CON EL APOYO DE



**Reserva  
ya  
tu espacio**

Más info en  
[comercial@madridcapitalverde.es](mailto:comercial@madridcapitalverde.es)



## Alta maniobrabilidad

El nuevo minitractor John Deere X115R amplía la línea básica conocida como Serie X100 a seis modelos, complementando los actuales X105, X125, X135R, X155R y X165. Con una anchura de corte de 92 cm, resulta adecuado para jardines de hasta 4000 m<sup>2</sup>. Plataforma de corte estándar con descarga trasera y sistema de recogida integrado de 300 L de capacidad. Especialmente adecuada para jardines de formas irregulares y siega alrededor de obstáculos. Radio de giro de solo 50 cm. Bastidor formado por soldadura y un eje delantero de hierro fundido. [www.deere.es](http://www.deere.es)

## Para céspedes grandes y de mayor complejidad

El nuevo modelo Sileno + de Gardena presenta una mayor funcionalidad e idoneidad para céspedes grandes y de mayor complejidad.

Con una capacidad de área hasta 1300 m<sup>2</sup>, y un excelente rendimiento en pendiente hasta 35 %, trabaja fácilmente terrenos rudos y desiguales. Fácil de mantener e instalar y seguro (protección antirrobo), el robot es guiado a los pasajes más estrechos (mínimo de 60 cm de ancho) automáticamente, sin dejar apenas marcas y sin programación adicional.

Mayor flexibilidad para posicionarse en la estación de carga.

Autónomo y silencioso, con un ajuste del ancho de corte entre 20 y 60 mm. Cuenta, además, con un innovador sistema de medición de la altura del césped.

[www.gardena.es](http://www.gardena.es)



## Cortasetos de acumulador

El cortasetos de acumulador HSA 86 de Stihl es la máquina perfecta para un trabajo profesional en los setos del jardín. Con peso reducido (5 kg), regulación progresiva de las revoluciones y una tensión de 36 V, el desarrollo de esta máquina se centra en lo importante para el profesional, la autonomía. Combinado con el acumulador AP 300 (227 Wh), el HSA 86 tiene una autonomía de tres horas de trabajo continuo, mientras que con la mochila de acumulador AR 3000 (1.148Wh) ofrece hasta 800 minutos. Esta máquina es ideal para trabajos en zonas sensibles al ruido.

Con un motor reducido, el HSA 86 ofrece más potencia y más ligereza en el uso, con un ciclo constante de revoluciones motor, incluso con carga. Los cortasetos Stihl están perfectamente equilibrados, desde el motor hasta el acumulador, facilitando tanto el manejo como el transporte. Sus motores EC sin escobillas ofrecen al profesional máquinas de larga duración y sin apenas mantenimiento.

[www.stihl.es](http://www.stihl.es)

## Deshidratadora de malas hierbas

Hoedic es una deshidratadora de malas hierbas mediante agua caliente de alto rendimiento y fiabilidad, pequeño tamaño y muy manejable. Realiza el proceso de deshidratación en una sola aplicación, gestionado de forma totalmente electrónica.

Ultrasilenciosa y de bajo mantenimiento, fabricada en poliéster con materiales anticorrosivos. Con tanque de 300 l, manguera de 7 m (enrollado automático) y lanza con campana termosférica.

Trabaja con temperaturas de 0 a 110 °C y baterías de gel libres de mantenimiento. Requiere bajo consumo de agua y combustible, pudiendo utilizar aguas de recuperación: lluvia, pozos, etc.

Dos versiones: para montar sobre remolque o autopropulsada, tracción delantera y trasera con variador progresivo, neumáticos baja presión, sistema de frenado automático y dispositivo de seguridad.

[www.ilaga.es](http://www.ilaga.es)



## Eficacia, trabajando sin cables

El soplador Honda Cordless HHBE 81 BE permite limpiar sin esfuerzo la hojarasca y suciedad acumuladas en jardines, terrazas o caminos de acceso, e incluso espacios interiores.

Sus tres modos de funcionamiento permiten gestionar el flujo de aire y adaptarlo a las diferentes situaciones. Compacto, ligero y bien equilibrado, su alta maniobrabilidad lo convierte en la máquina ideal para trabajar con gran confort.

[www.honda.es](http://www.honda.es)

## Minimiza la expulsión de hierba y polvo

Cortacésped rotativo Groundsmaster 7200. Gracias a su versatilidad añadida puede quitar nieve, acondicionar campos y soplar hojas. La velocidad de siega/transporte de 21 km/h y el depósito de combustible de 43,5 litros le dan autonomía suficiente para una jornada entera de trabajo.

El acoplamiento de la transmisión directamente al motor crea un sistema eficiente y robusto que necesita menos mantenimiento.

Los recortes de césped se depositan directamente en la pradera puesto que son agua en un 90 %, gracias a la carcasa especial y a los golpeadores patentados de la misma

La elevación hidráulica de la carcasa, las palancas de control de giro cero, el asiento de lujo con suspensión y el portavasos aseguran el confort del operador y reducen el cansancio.

[www.riversa.es](http://www.riversa.es)



## Durabilidad y acabado profesional

Husqvarna lanza la 536LIRX, una desbrozadora a batería ligera con un avanzado motor que la hace más eficiente que las máquinas con motores de cepillos estándar. Cuenta con cabezal de corte T25B semiautomático, así como también con tres o cuatro cuchillas de acero especiales para la maleza densa y gruesa.

La opción de doble rotación permite a los usuarios cambiar la dirección hacia la que gira el cabezal de la desbrozadora, para que los recortes terminen exactamente donde los quieren. Teclado intuitivo e interactivo. Botón Save que maximiza el tiempo de funcionamiento en un 20 %, reduciendo las rpm de la máquina.

[www.husqvarna.es](http://www.husqvarna.es)



### Radio giro cero con volante

El Z-Force SZ de Cub Cadet cuenta con volante en lugar palancas para un manejo más cómodo. Con tecnología Synchro Steer, que proporciona la maniobrabilidad de una radio giro "0" pero con el control de las ruedas delanteras. Dirección y transmisión sincronizadas para asegurar la velocidad, rotación y dirección óptima de cada rueda trasera en cada posición de las ruedas frontales. Gran estabilidad en el terreno con pendientes. Volante ajustable. Asiento con reposabrazos. Plataforma de corte calibrada de acero soldado ha sido diseñada que asegura un flujo adecuado de aire con cuchillas solapadas.

Ancho de corte: 122 cm. Altura de corte: 25-102 mm.

[www.92sa.es](http://www.92sa.es)

## Comodidad de uso, tecnología y diseño

El cortacésped Oleo-Mac G 53 TK All Road Plus 4 está diseñado para un uso intenso y frecuente. Su chasis de acero y su tecnología garantizan un elevado rendimiento y larga duración.

Con motor Emak K 800 OHV y 196 cm<sup>3</sup> autopropulsado, está preparado para una extensión de césped de entre 1.600 y 2.000 m<sup>2</sup>. Sistema de corte versátil (ancho de corte de 51 cm y altura de corte de 28 a 75 mm) incluye *mulching* (sistema que tritura la hierba dejándola en el suelo como abono natural), recogida, descarga lateral y deflector para descarga posterior de serie. Amplia gama para adaptarse a la demanda, desde el pequeño jardín privado a los grandes parques.

[www.oleomac.es](http://www.oleomac.es)



# ¿AÚN TRABAJAS COMO UN DINOSAURIO? PÁSATE A LA OFICINA INTELIGENTE



**SMART OFFICE CENTRE** son máquinas multifunción de última generación inteligentes exclusivas de KYOCERA que, además de realizar lo que se hacía en la época Jurásica (imprimir, copiar, escanear), te permiten archivar digitalmente y encontrar en cuestión de segundos tus albaranes, facturas, contratos...

MULTIFUNCIONALES INTELIGENTES  
Desde solo **29€/mes**



ARCHIVO



BÚSCA



GESTIÓN



OFICINA UNO CLIC PARA  
Y EN FORMA DIGITAL



Si quieres ahorrar tiempo y dinero,  
contacta con nosotros y **SMARTIZA** tu negocio!  
**902 99 88 22**  
<http://www.smartoffice.es>

# Opinan los profesionales del sector

"Actualmente los productos más demandados en jardinería profesional son aquellos que, en primer lugar, cumplen con las normas de seguridad y medioambiente que estamos obligados a cumplir en nuestro trabajo (como está ocurriendo ahora, por ejemplo, con la prohibición del uso de fitosanitarios en parques y jardines (el RD 1311/2012), razón por la que el profesional busca maquinaria alternativa para esta labor y por la que el interés en las deshidratadoras de malas hierbas es hoy el que es). En segundo lugar, se demandan los que más rendimiento pueden ofrecer profesional, así como mejor servicio (en este caso de la empresa que lo suministra) en caso de avería o para cualquier tipo de mantenimiento".

**Gustavo Johansson, director general de Ilaga**

"Los productos más demandados con claridad son los minitractores de jardín, aunque en los últimos años está creciendo la demanda y el interés por los cortacéspedes autónomos".

**Bernardino Privado, gerente de Ventas Turf de John Deere Ibérica**

"La evolución de maquinaria para espacios verdes está, en gran parte, influida por la cada vez mayor conciencia ecológica, que a su vez es paulatinamente más fácil de conseguir gracias a las nuevas tecnologías. Un ejemplo claro está en la regulación de emisión de gases de las motorizaciones de dos tiempos, debido a los nuevos desarrollos de motores. Se está consiguiendo una reducción muy significativa de dichas emisiones bajando el consumo, incluso mejorando la potencia. Por otro lado, destaca la maquinaria con acumuladores, ya que todas las compañías están apostando cada vez más por este sistema. Aunque queda un buen camino todavía, poco a poco se está haciendo un hueco en nuestro mercado, tanto en gran consumo como en uso profesional. La reducción de ruidos es otro de los puntos que cada vez se tiene más en cuenta a la hora de apostar por un tipo de modelo de máquina u otra".

**José Luis Velasco, responsable de Marketing de Husqvarna División Consumo**

"Se está produciendo una evolución de los espacios verdes hacia un concepto más mediterráneo, con nuevas plantas que requieren menos agua, donde se demandan máquinas de menor cilindrada, pero se valora mucho la ergonomía, el peso y la fiabilidad de las mismas. Esto pasa no solo en máquinas sino también en consumibles y accesorios, como nuevos diseños de hilos o cabezales con un manejo más fácil en desbrozadoras. Y en cortacésped, por ejemplo, nuevos tipos de cuchilla (*mulching*) y máquinas polyvalentes que sean capaces de hacerlo simplemente ajustando la máquina de manera sencilla y cómoda. Por otro lado, el cliente ha evolucionado a un tipo de usuario no profesional pero más exigente. Eso hace que cada vez haya menos diferencias entre el cortacésped profesional y el *hobby*. El nuevo usuario exige soluciones profesionales en máquinas de carácter *hobby*, con la facilidad de manejo y mantenimiento propia de ese segmento de mercado. A este tipo de producto y mercado es hacia donde se dirigen las nuevas máquinas Oleo-Mac: soluciones técnicas profesionales con un diseño atractivo, pero a un precio asequible".

**José Vicente Álamo (director Comercial) y Sergio Sanjuan (responsable de Marketing) de EMAK Suministros España**





"En los últimos años hemos observado que los responsables de mantenimiento de zonas verdes demandan máquinas cada vez más productivas y que al mismo al tiempo respeten el medio ambiente.

Para nosotros esto implica tecnología Recycler: sostenibilidad y productividad todo en 1. Estas son las claves de la marca principal que comercializamos, Toro".

**Iván Indán, responsable de Marketing y Comunicación en RIVERSA (Riego Verde S.A.)**

"Además de los cortasetos, el profesional de jardinería demanda motosierras, desbrozadoras o motoguadañas, según el tipo de superficie a trabajar y, también, un cortacésped que proporcione buena calidad de corte y rapidez en el trabajo. De ahí que Stihl apueste por máquinas de motor de explosión como máximo estandar, sin descuidar las necesidades de otros usuarios con trabajos más adecuados para máquinas eléctricas o de acumulador.

El mercado se inclina cada vez más hacia los sistemas de acumulador, ya que garantizan una amplia autonomía y, especialmente, en zonas urbanas o en urbanizaciones, cumplen con la normativa de ruido al trabajar de forma silenciosa.

El acumulador presenta muchas ventajas para el usuario, siendo un complemento esencial de la línea de máquinas de gasolina. Las máquinas que usan esta tecnología reducen los costes de combustibles, son más silenciosas, eliminan los tirones en la cuerda al arrancar y ofrecen un manejo más cómodo, con bajas vibraciones (3,7 – 2,3 m/s), sin cables ni ruido.

El sistema de acumulador permite disponer de una amplia gama de máquinas compatibles con un cargador, maximizando al máximo tanto la inversión en los acumuladores y cargadores, como su rendimiento. Motosierras, sopladores, motoguadañas, podadoras de altura... toda una gama para el mantenimiento del jardín".

**Enrique Alonso, jefe de producto Stihl**

"En Husqvarna siempre hemos tenido el punto de mira puesto en el usuario en cuanto a desarrollo de innovaciones y soluciones tecnológicas se refiere. El mercado actual valora mucho que se respete el medioambiente y se cumpla con las normas de emisión de ruido más exigentes. Además se tiende a dar cada vez más importancia a la ergonomía del usuario. Se ha investigado mucho en seguridad, hay una gran preocupación por reducir el número de accidentes laborales, lo que se traduce en un mejor rendimiento y mayor productividad. Por ello hemos creado una gama que cumpla con los objetivos de los profesionales más exigentes: máquinas potentes y ligeras, con altas prestaciones pero bajo nivel de ruido, con motores más limpios y de bajo consumo, de fácil manejo sin comprometer la capacidad de la máquina".

**Ricardo Masián, Key Account Manager de Husqvarna**

"Se aprecia claramente un movimiento del consumo hacia las máquinas de jardinería a batería. La tecnología de la batería, que veremos cómo evoluciona en los próximos años de manera extraordinaria gracias a la entrada de todo tipo de productos propulsados a batería, se ha desarrollado suficientemente como para ofrecer productos de alto rendimiento, largo funcionamiento y con carga rápida.

Mientras que muchos clientes todavía aprecian la capacidad, el rendimiento y la potencia de la maquinaria de mano con motor de gasolina, son muchos también los que empiezan a apreciar la conveniencia y la facilidad de uso de las máquinas a batería, por lo que este ha sido un movimiento natural para Honda, extendiendo su gama de productos hacia una base de clientes más amplia. Con la actual tendencia en todos los mercados en general hacia los productos a batería, este era el momento perfecto para nosotros para entrar en este segmento. Tenemos además previsto ampliar la gama de productos en un futuro próximo".

**Sònia Manzano, responsable de Marketing de Greens Power Products, S.L. y Phil Nobel, S.A.**

# La Parrilla de Juan Adán



**Especialistas  
en carnes y pescados**

C/ Santa Hortensia, 62  
28002 Madrid

Información y reservas: Téf: 91 416 76 53



# Jardineros

[www.jardineroshoy.es](http://www.jardineroshoy.es)



● Zonas infantiles del Oceanográfico de Valencia

La diversidad de juegos infantiles se dispara. La creatividad, aspecto vital para provocar experiencias

● Tecnología

Solución *big data* para el ahorro de agua

● Agricultura española

Encuesta sobre percepción e imagen de la agricultura

● Informe

Mercado del equipamiento agropecuario

● Cubiertas verdes

Componente clave en el desarrollo urbano sostenible

● El rincón de Fernando Pozuelo

¿Cultivos sin suelo?





## JCB ESPAÑA INCORPORA NUEVO CONCESIONARIO AGRÍCOLA PARA LUGO Y A CORUÑA

JCB España continúa ampliando su red de concesionarios especializados en el sector agrícola y ha anunciado la incorporación de Millares Torrón para atender a los clientes de las provincias de Lugo y A Coruña. Con una trayectoria de más de 40 años especializados en el sector, Millares Torrón ya cuenta con unas

amplias instalaciones en Lugo (Rúa Santiago, 5), donde atienden a sus clientes tanto en la venta como en alquiler de maquinaria, recambios, y servicio postventa. Entre las marcas que representan se incluyen las más importantes del sector, a las que ahora se añaden la amplia gama de equipos JCB dirigidos a la agricultura.

## DEMOSTRACIONES DE LOS EQUIPOS OELIATEC



Éxito rotundo es el resultado de las demostraciones de los equipos deshidratadores mediante agua caliente de la marca Oeliatec, representada en España por Suministros Ilaga. Las ciudades elegidas para servir de escenario a estas demostraciones han sido en esta ocasión Barcelona, Girona, Valencia, Madrid, Zaragoza, Logroño y Vitoria. El modelo protagonista ha sido el Hoedic, que ha contado con una gran acogida por parte de los profesionales gracias a su nueva forma de atacar las malas hierbas, teniendo en cuenta la puesta en vigor de la nueva normativa que prohíbe el uso indiscriminado de fitosanitarios para estas labores.

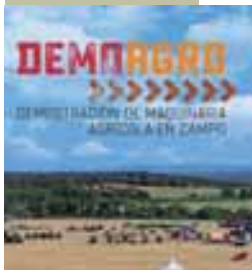
Compacta, muy práctica y silenciosa, realiza todo el proceso de deshidratación en una sola aplicación y gestionado de forma totalmente electrónica. La Hoedic puede montarse sobre un remolque o convertirse en una unidad a motor de empuje autopropulsada consiguiendo un rendimiento excepcional trabajando sobre pendientes.

## ABIERTA LA INSCRIPCIÓN DE PARTICIPACIÓN PARA DEMOAGRO 2017

El pasado 4 de abril dio oficialmente comienzo la inscripción de empresas expositoras para Demoagro 2017.

De nuevo, los representantes del sector de la maquinaria agrícola, estarán presentes en un evento que brinda al profesional del campo la oportunidad de ver y valorar las últimas tecnologías aplicadas a la mecanización agraria. La reducción de superficie a contratar para las parcelas unitarias, dos mil metros cuadrados (en la pasada edición las parcelas eran de cinco mil metros cuadrados), da lugar a una optimización de espacios que favorece la presencia de un mayor número de marcas, así como un mejor recorrido.

La organización estima que el nivel de asistencia de expositores superará al logrado en la edición de 2015.



## SE RECLAMA MAYOR PROTECCIÓN FITOSANITARIA EN CÍTRICOS

El sector cítrico español ha reclamado a la Comisión Europea (CE) que tome medidas ante la amenaza fitosanitaria por "mancha negra" debido a las importaciones de cítricos desde países terceros, sobre todo, de Sudáfrica, pero también de otros estados como Uruguay, Argentina o Brasil.

Cooperativas Agro-alimentarias, las organizaciones profesionales agrarias (Asaja, COAG y UPA), Comité de Gestión de Cítricos y la Asociación Interprofesional de Limón y el Pomelo demandan a la CE que prepare una reacción fitosanitaria automática antes del inicio de la nueva campaña de importación.

El sector ha enviado una carta al presidente de la CE, Jean Claude Juncker, en la que expone su preocupación por la amenaza fitosanitaria ante las importaciones de cítricos desde terceros países por riesgo de contagio de la "mancha negra".



## DEERE ANUNCIA SU ACUERDO DE ASOCIACIÓN CON HAGIE MANUFACTURING

Deere & Company ha alcanzado un acuerdo de asociación con Hagie Manufacturing, especialista del mercado norteamericano en pulverizadores de alto despeje. En este acuerdo, Deere adquiere una mayoría de las acciones de Hagie Manufacturing, que continuará produciendo pulverizadores en sus actuales instalaciones situadas en Clarion, Iowa.

La maquinaria fabricada bajo este acuerdo continuará llevando la marca Hagie, y la red comercial y de servicio de Hagie será integrada en los canales globales de distribución de Deere a lo largo de los próximos 15 meses.



MADRID CAPITAL  
VERDE CONGREGARÁ  
A LOS AMANTES  
DE LOS ESPACIOS  
VERDES

Cuenta atrás para Madrid Capital Verde, un espacio abierto del 17 al 19 de junio de 2016 para que los profesionales y empresas del paisajismo, jardinería y medioambiente hagan más cercano y atractivo al ciudadano sus productos y servicios.

Con el lema *El verde invade la ciudad*, se pretende concienciar a los visitantes de la importancia de las plantas en las ciudades.

Ubicado en una zona de máxima afluencia de público, el evento generará un marco adecuado para una intensa actividad comercial, y paralelamente se desarrollarán una serie de actividades paralelas, con un atractivo programa de talleres y ponencias.

# TECNOLOGÍA *BIG DATA*

## PARA EL AHORRO DE AGUA

El agua es un recurso natural imprescindible para la vida humana, tanto si hablamos de su consumo directo como su uso destinado a la producción de alimentos y energía, y para el ejercicio de la mayoría de las actividades económicas de cualquier país. Pero, lamentablemente, es un bien escaso. En este contexto, una gestión eficiente es imprescindible para evitar el agotamiento de las reservas ante sequías y una de las aliadas para conseguirlo es la tecnología *big data*.

**LA MAYOR PROBLEMÁTICA** con la que se encuentra la sociedad es disponer de este preciado bien para la producción de alimentos. En España, tan solo el agua destinada al riego representa un 70 % del consumo total, y es que, para producir únicamente un kilo de trigo se necesitan alrededor de mil kilos de agua. Con estas sumas, se estima que una persona precisa una media de cien litros diarios de agua, mil metros cúbicos al año, para cubrir las necesidades industriales y agrícolas de su país.

Para reducir estas cifras e implantar una gestión eficiente contamos con la tecnología *big data*, la cual permite el ahorro de agua en explotaciones agrícolas, evitando el gasto de grandes volúmenes de tan preciado bien e impactando positivamente, tanto en el medio ambiente como en la economía de los agricultores y gestores agrícolas.

“La tecnología *big data* orientada a la agricultura permite unos ahorros que se reflejan rápidamente en el consumo de agua de una explotación agrícola y en el bolsillo del agricultor”, afirma Gonzalo Martín, CEO de bynse. “Por suerte, plataformas como bynse cuentan cada día con una mayor aplicación en cultivos tan dispares como el olivo, la vid, invernaderos o huertas”.

Dinsa optimiza el consumo de recursos hídricos en explotaciones agrícolas a través de su plataforma *big data* bynse, una solución que recoge información en tiempo real a través de una serie de sensores que se instalan en las fincas y que miden las variables desde el punto de vista del suelo, la planta y el clima; permitiendo la

gestión inteligente del riego y el correcto consumo del agua.

Y no solo son útiles aquellos datos recogidos de los sensores sino también aquella información procedente de fuentes como la Agencia Estatal de Meteorología u otros organismos que aportan datos relacionados con el clima, el análisis del agua o la composición del suelo.

A través del almacenamiento y la relación de datos, bynse permite analizar y desarrollar modelos predictivos personalizados para la gestión del agua, sacando el máximo partido a un bien escaso que representa uno de los mayores costes para el agricultor y del cual podría

ahorrarse hasta un 40 % del total de agua utilizada en explotaciones que no cuentan con su implantación.

Dinsa es una compañía de soluciones y servicios tecnológicos, perteneciente al Grupo ACS. Destaca su posicionamiento en tres áreas: IT Solutions&Services, Smart Cities y Big Data. A lo largo de sus cuarenta años de trayectoria, Dinsa ha realizado proyectos de I+D que han aportado nuevas herramientas y han transformado procesos en empresas e instituciones, lo que ha convertido a la compañía en referencia en el entorno tecnológico español. Para más información visite [www.dinsa.es](http://www.dinsa.es).





# IBERFLORA

Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín

[www.iberflora.es](http://www.iberflora.es)

## Pasión por el verde



Planta



Flor



Paisajismo



Tecnología



Bricojardín



Temporada

VALENCIA

28 al 30

Septiembre 2016



Feria coincidente con:



## I ENCUESTA SOBRE PERCEPCIÓN E IMAGEN DE LA AGRICULTURA

# LA AGRICULTURA ESPAÑOLA:

## MUY CONSUMIDA, POCO CONOCIDA

El 53 % de los españoles afirma que toma tres o más piezas diarias de fruta u hortalizas.

### DESCONOCIMIENTO

- La mayoría de los españoles demuestra tener un profundo desconocimiento acerca de las actividades agrarias e incurre en evidentes contradicciones.
- El 93 % no sabe que España es el primer exportador mundial de frutas y hortalizas; el 80 % desconoce que el sector agroalimentario emplea a más de 2 millones de personas en nuestro país.

### CONTRADICCIONES

- El 65 % piensa que la agricultura es una actividad que emplea mucha tecnología pero al mismo tiempo conceptúa al agricultor como un trabajador con poca cualificación técnica.

### TIPOS DE AGRICULTURA Y PRODUCTOS FITOSANITARIOS

- El 50 % cree erróneamente que la llamada "agricultura ecológica" no utiliza fitosanitarios.
- Solo el 8 % de los encuestados conoce el término "agricultura integrada" y lo asocia correctamente con la compatibilidad entre las exigencias de la sociedad, la protección del medio ambiente y la producción agrícola.

### IMAGEN DE LOS FITOSANITARIOS

- El 48 % no tiene una opinión formada - ni positiva ni negativa- acerca de los productos fitosanitarios.

### SEGURIDAD ALIMENTARIA

- El 79 % de los españoles confía en los controles de seguridad alimentaria.

### CONSUMO Y CULTIVO ORNAMENTAL

- En lo que más se fijan los españoles al comprar frutas y hortalizas es en el precio y el sabor; en lo que menos, en su origen geográfico y en el tipo de agricultura empleada en su producción.
- El 85 % de los ciudadanos de nuestro país tiene o ha tenido alguna vez plantas en su hogar, pero sólo el 45 % conoce al menos una de las enfermedades o plagas que las afectan.

Los españoles tienen un profundo desconocimiento acerca de la actividad agraria, que prácticamente afecta a todos los ámbitos: tecnología que emplea, importancia socioeconómica del sector, tipos de agricultura, seguridad de los productos, etc. Esta es la principal conclusión de la *I Encuesta sobre Percepción e Imagen de la Agricultura Española*, realizada por la consultora

Elogia para la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (Aepla). Es este desconocimiento generalizado el que explica que la mitad de la población piense que el sector agrario es "muy manual y artesano" (52 %) mientras que la otra mitad lo considere "muy industrializado" (48 %).

El estudio detecta asimismo que las percepciones que tienen los ciudadanos sobre la agricultura incurren con frecuencia en contradicciones evidentes; así, por ejemplo, el 65 % afirma que se trata de una actividad que emplea mucha tecnología, aunque al mismo tiempo se cree mayoritariamente que el agricultor es personal no cualificado. Este desconocimiento se extiende también a los más significativos datos socio-económicos de la agricultura española. Por ejemplo, el 93 % de los encuestados no sabe que España es el primer exportador mundial de frutas y hortalizas y cuatro de cada cinco personas desconoce que el sector agroalimentario emplea a más de 2 millones de personas en nuestro país.

En materia terminológica, se ha detectado que los ciudadanos desconocen cuáles son las diferencias entre agricultura "convencional", "integrada" y "ecológica". Sobre esta última, el 50 % está convencido erróneamente de que es aquel tipo de agricultura que no utiliza ningún producto fitosanitario.

La agricultura convencional es identificada principalmente como la que emplea mucha mano de obra, es tradicional en sus metodologías y poco innovadora tecnológicamente, lo que entra en contradicción con la convicción mayoritaria expuesta anteriormente de que la agricultura usa mucha tecnología. Finalmente, sólo el 8 % de los sondeos conoce el término "agricultura integrada" y es capaz de asociarlo correcta-



mente con alguna de las características que le atribuye el Ministerio de Agricultura: máxima utilización de los recursos y los mecanismos de producción naturales, sostenibilidad mediante métodos biológicos y químicos que compatibilicen las exigencias de la sociedad, la protección del medio ambiente y la productividad agrícola, gestión integrada de plagas con un empleo de fitosanitarios en niveles económica y ecológicamente justificados que reduzcan o minimicen los riesgos para la salud humana, etc.

### Imagen de la tecnología agrícola

Respecto a los citados productos fitosanitarios, casi la mitad de los españoles, el 48 %, dice tener una imagen "ni positiva ni negativa" de ellos. Un 18 % tiene una imagen de ellos positiva o muy positiva y un 35 %, negativa o muy negativa. El 40 % de estos últimos afirma que la razón principal de su percepción es el supuesto perjuicio que los fitosanitarios causan a la salud humana. Pero, cuando se les formula la pregunta con respuestas sugeridas, el porcentaje sube al 87 %, lo que pone de manifiesto que quienes perciben negativamente los fitosanitarios no saben bien por qué tienen esa mala imagen de los mismos y parecen, además, susceptibles a dejarse influir por opiniones ajenas.

La encuesta se interesa también por el empleo de otras tecnologías como fertilizantes, aditivos alimentarios o semillas transgénicas. La imagen de los fertilizantes es, en general, buena, ya que solo un 9 % dice tener de ellos una opinión negativa o muy negativa, mientras que el 45 % los conceptúa positiva o muy positivamente. El 46 % no se pronuncia al respecto, pero, preguntado sobre las consecuencias del uso de fertilizantes en la agricultura, hasta un 81 % del total considera que la producción es mayor o mucho mayor cuando se emplean.

En lo referente a las semillas de origen transgénico, no hay una percepción claramente mayoritaria en ningún sentido. El 29 % tiene una imagen positiva o muy positiva de ellas y el 27 %, negativa o muy negativa, quedando entre medias una colectividad mucho más amplia de "indecisos" sin opinión definida (44 %).

Respecto a los aditivos, el 58 % de los encuestados manifiesta una percepción negativa o muy negativa. Y, preguntada esta muestra sobre el porqué de su res-

puesta, la principal causa esgrimida, con un 90 %, es su supuesto perjuicio a la salud de las personas.

La encuesta se interesa igualmente por el nivel de confianza que tienen los encuestados en los controles sanitarios a los que son sometidos los productos agrícolas en nuestro país. Tan solo el 21 % tiene una confianza baja o muy baja. Puede decirse que ocho de cada diez españoles confían en la seguridad alimentaria (51 % con nivel medio y 28 % con una confianza alta o muy alta).

### Experiencia con las plantas

Puesto que la capacidad para ponerse en el lugar de quienes realizan una actividad puede contribuir a opinar sobre ella, la "Encuesta sobre Percepción e Imagen de la Agricultura Española" incluye un breve apartado que se interesa por la experiencia de los propios ciudadanos en el cuidado de las plantas, es decir, por los cultivos ornamentales en el ámbito doméstico.

El 85 % dice haber tenido alguna vez o tener actualmente plantas en su hogar. La actividad que con más frecuencia realizan para cuidarlas es el riego, con un 97 % de las respuestas, destacando el hecho de que el uso de fertilizantes, citado por un 60 %, esté casi al mismo nivel que la preocupación por la iluminación correcta o el trasplante periódico. La aplicación de fitosanitarios queda en un marginal 11 %.

Preguntados por las decisiones que toman cuando una de sus plantas empieza a presentar algún problema (como la caída de

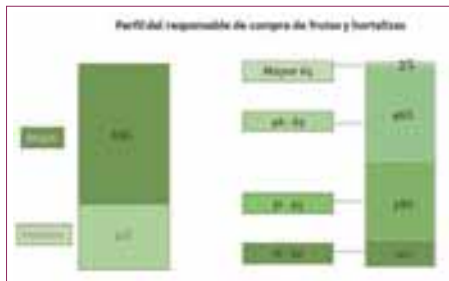
hojas o la presencia de insectos), un mayoritario 58 % asegura informarse de los posibles tratamientos y utilizarlos para intentar revivirla. Frente a este porcentaje, el 28 % dice informarse también pero no hacer nada al final y un 14% reconoce que se desentiende de la planta y compra otra para sustituirla cuando muere.

El desconocimiento mayoritario vuelve a aparecer aquí al abordar las enfermedades y plagas que sufren las plantas y los cultivos agroalimentarios, pues un 55 % de los encuestados se muestra incapaz de citar alguna. Entre el 45 % restante, la mitad menciona los pulgones, apareciendo el resto de enfermedades y plagas en porcentajes marginales.

### Hábitos de consumo de frutas y hortalizas

Mujer de entre 31 y 65 años: este es el perfil tipo de quien compra frutas y hortalizas, en materia de consumo, son los dos productos en los que se centra la encuesta por ser los más habituales en la cesta de la compra de entre los agroalimentarios.

En cuanto al establecimiento preferido, el hipermercado supera ligeramente, con un 40 % de respuestas, al mercado tradicional (37 %), seguido este de la frutería/tienda de barrio (13 %) y el supermercado (10 %). Resulta interesante que el 55 % de los encuestados afirma comprar frutas y hortalizas en el mismo sitio donde adquiere el resto de alimentos, frente al 45 % que dice surtirse de ellas en un establecimiento diferente. Fuente: AEPLA



# LAS EXPORTACIONES DE EQUIPAMIENTO

## AGROPECUARIO CRECIERON UN 10,39 % EN 2015

Con un total de 2.041.426.007,64 euros, la cifra de exportaciones del sector de equipamiento agropecuario experimentó durante 2015 un aumento del 10,39 % con respecto a 2014, lo que sitúa el sector a tan solo 6 millones de euros para recuperar los datos registrados en 2013.

**AGRAGEX**, la Asociación Española de Fabricantes-Exportadores de Maquinaria Agrícola y sus Componentes, Invernaderos, Protección de Cultivos, Sistemas de Riego, Equipamiento Ganadero,

Salud y Nutrición Animal, Maquinaria Forestal, de Biomasa y de Post-cosecha; ha dado a conocer los datos completos registrados durante 2015. Europa se mantiene como primer cliente de nues-

tras exportaciones en este sector, con casi mil millones de euros, pero solo supone ya un 45,5 % de las cifras totales, debido a que las empresas diversifican cada vez más sus operaciones al extran-





jero y la dependencia de nuestro continente se reduce. Hace 5 años la dependencia de Europa rozaba los 2/3 de nuestras ventas mientras que, ahora, no llega a la mitad.

Por su parte, crece, en consecuencia, el peso de las exportaciones en relación a otras zonas. América Latina supone ya el 11 %, Asia un 9 % y el Magreb un 9,5 %.

En el detalle por zonas, cabe resaltar que, a pesar de las dificultades, el volumen de exportaciones realizadas a Europa ha registrado un total de 932.856.372,36 €, lo que supone un aumento del 1,38 % respecto a 2014, periodo durante el que había sufrido un déficit del 8,96 %, lo que deja atisbar una ligera recuperación. Con respecto a Europa se destaca también el aumento

del nivel de exportaciones a Alemania que aumenta un 1,21 % con respecto a 2014 mientras que Francia registró un -2,25% durante 2015, respecto al año anterior.

América Latina es, junto al Magreb, la zona en la que más aumentó el volumen de exportaciones. Alcanzó los 222.768.424,41€, es decir, un 25,85 % más durante 2015 que el año anterior.

En ello ha influido que las ventas a México han crecido en el periodo un notable 37,09 % (por un valor total de más de 73 M€). El Magreb, por su parte, ha experimentado un aumento del 29,71 % con respecto a 2014, alcanzando las exportaciones un valor de 195.286.422,50 €.

Asia ha registrado un valor de 184.667.610,07 € durante 2015, lo que

significa un aumento del 11,1 %. El dato muestra la influencia del importante crecimiento de las exportaciones españolas del sector, un 23,66 %, en Japón (totalizaron 13.636.628,24 €).

Merece mención, asimismo, el volumen de exportaciones a Turquía, que ha experimentado un aumento del 19,37 % durante 2015, en relación a 2014, alcanzando los 30.968.929,73 €.

Por otra parte, las exportaciones a EEUU han superado los 39 M € y aumentado un 2 % con respecto a 2014. Y las realizadas a Canadá llegaron a los 5.278.075,25 €, lugar en el que creció el volumen de nuestra exportación un 49,78 %, nada menos, después de haber registrado más del 30 % de descenso en 2014.

**Fuente: Agragex**



# TANDEM HA DISEÑADO LAS NUEVAS ZONAS INFANTILES DEL OCEANOGRÀFIC DE VALENCIA PARA ISABA

Concediéndoles un aspecto atractivo que despierta sensaciones en los más pequeños.

**TANDEM COMPANY**, empresa de consultoría estratégica, ha creado para Isaba el diseño ganador en el concurso público de parques infantiles para el Oceanogràfic de Valencia en el marco de la reciente renovación del acuario. Las innovadoras zonas para los más pequeños recrean el mundo marino a través de tiburones, delfines, flamencos o focas, que dinamizan los espacios co-

munes otorgándoles un valor distintivo respecto a los existentes en el mercado. El diseño de las áreas de recreo infantil ha experimentado una notable evolución que ha favorecido la imagen y la diversidad de los parques temáticos. La variedad existente en la propuesta de actividades dirigidas a los más pequeños ha posibilitado que el diseño armonice todos los elementos con el fin de

integrarlos bajo una realidad atractiva. El mobiliario urbano tradicional (columpios, toboganes, balancines, etc.) ha sufrido una gran transformación debido a que en la actualidad la diversidad de juegos infantiles se ha disparado respondiendo a la necesidad de que “no parezca un gimnasio con máquinas”, ha subrayado el socio y director de innovación y diseño, Josep Casadella.



El responsable de innovación incide en que es esencial adaptar el entorno a las necesidades lúdicas actuales: “Cada vez se hace más indispensable la contextualización, la creación de escenarios que permitan ofrecer un ámbito donde el niño pueda imaginar y desarrollar sus juegos. Diferenciarse de otros espacios y ambientes es esencial”.

En definitiva, Casadella insiste en que el desarrollo de una estrategia creativa es crucial para que un proyecto se desmarque de otro. “La creatividad es vital para provocar experiencias únicas en los usuarios más exigentes, los niños, que requieren sentir nuevas emociones y sobre todo, redescubrir el parque continuamente. Siempre tiene que haber alguna cosa que les intrigue o por explorar. Creamos para emocionar, descubrir y ser parte de una historia, su historia”, ha finalizado el director de innovación y diseño.



# LAS CUBIERTAS VERDES COMO SOLUCIÓN SOSTENIBLE

La incorporación de Cubiertas Verdes es una medida de sostenibilidad aplicada a la nueva construcción o rehabilitación que aporta ventajas económicas y ecológicas, a la vez que se mejora el balance energético de los edificios.

**LOS PRINCIPALES PROBLEMAS** del crecimiento acelerado de las ciudades son la escasez de espacios verdes, el aumento de la temperatura urbana y, por tanto, la reducción de la calidad medioambiental. Estas dificultades generan discusiones en cuanto a la manera en la que se están construyendo las ciudades y cómo se modifican los lugares donde habitamos.

En los últimos 30 años, las cubiertas verdes se han convertido en un componente en el desarrollo urbano sostenible, y se pueden encontrar en edificios de casi todas las grandes ciudades del mundo, mejorando el medioambiente urbano y de sus habitantes.

Una de las mejoras más perceptibles de las cubiertas verdes en las ciudades es la mitigación del efecto isla de calor urba-

no. Así se conoce al efecto producido por la variación de temperatura entre la ciudad y sus alrededores. Esta puede llegar a los 10°C en verano y reduce la calidad del aire a medida que suben las temperaturas. Asimismo, mientras una cubierta asfáltica puede alcanzar hasta 70°C, una superficie vegetal no sobrepasa los 26°C, permitiendo reducir la demanda energética del edificio.



Además las plantas mejoran la calidad del aire; 1 m<sup>2</sup> de cubierta verde puede absorber hasta 5 kg de CO<sub>2</sub> al año y filtrar 0,2 kg de polvo de aerosoles y partículas smog.

Por otra parte, las plantas de las cubiertas verdes permiten garantizar la biodiversidad dentro de las ciudades. Como se hace desde 1970 en el Centro de Europa, las cubiertas verdes se instalan considerando la conservación de la biodiversidad como objetivo ya que proveen un nuevo hábitat urbano para diversas especies y restablecen el ciclo ecológico.

Las cubiertas verdes van más allá del concepto de arquitectura contemporánea y dan un nuevo valor al papel que desempeñan los edificios dentro de la planificación urbana. Están diseñadas no solo para volver a introducir el elemento natural en el entorno urbano, sino también para dar soluciones a cuestiones importantes, tales como la gestión de las aguas pluviales y el efecto de la isla de calor urbana.

#### CASO PRÁCTICO EN MALLORCA

“Con el paso del tiempo los tejados se pueden deteriorar por culpa de las humedades y lo que puede tener fácil solución con un aislamiento óptimo, puede complicarse con el paso del tiempo”, explica Eric Carreras, director comercial de la empresa Cubiertas Reser, empresa catalana especializada en la ejecución de todo tipo de cubiertas y tejados, tanto de obra nueva como rehabilitación.

Uno de los trabajos realizados recientemente por la empresa ha sido en las Islas Baleares, en la urbanización Sa Torre de Palma de Mallorca, en una casa unifamiliar de 450 m<sup>2</sup> con vistas a un acantilado. Cubiertas Reser se encargó de realizar el diseño, concepción y realización del estudio estructural, el suministro y el montaje final de la cubierta verde solicitada por el propietario. “En la rehabilitación de viviendas, es importante la actuación en cubiertas y tejados porque el estado del tejado refleja el estado de la vivienda. Además, sea cual sea el material instalado, se recomienda instalar un aislamiento de al menos 8cm de grosor para evitar humeda-





des en las paredes y futuros daños estructurales”, añade Eric Carreras.

Como en cualquier caso de renovación de cubiertas, en primer lugar el equipo técnico de Reser realizó un estudio previo para valorar la mejor opción y los materiales más adecuados para esta vivienda de Mallorca. “Consideramos que la cubierta es una de las partes fundamentales de las viviendas, y asesoramos a los clientes sobre el tipo de acabado más óptimo para cada caso”, explican desde Reser.

Para realizar el diseño estructural de la nueva cubierta, se tuvieron en cuenta las dimensiones para organizar la resistencia de los materiales, el estado de las vigas actuales y el estado del acabado de la cubierta, para valorar si era necesario realizar una rehabilitación total o solo renovar los materiales. En esta casa unifamiliar se instaló una cubierta verde porque necesitaban un aislamiento térmico y acústico, que además aportara un aspecto lo más natural posible al tejado para que no desentonara con el entorno natural en el que está situado la vivienda.

El sistema de cubierta verde instalado en esta casa es innovador, ligero y fácil de instalar, con gran capacidad de retención de agua, diseñado especialmente para edificios residenciales, no residenciales e industriales de las zonas urbanas.

La cubierta verde instalada por la empresa Reser es un sistema completo, que consiste en: una membrana antirraíces, un sistema de drenaje con o sin depósito de agua, un sustrato de lana de mineral de roca único y patentado y una capa de vegetación. El sistema de riego se proporciona en función de las condiciones climáticas de la zona. El sistema consta de cuatro elementos:

1. Sedum: capa de vegetación compuesto por 11 variedades distintas que lo hacen más resistente a temperaturas diversas
2. Sustrato de lana de mineral único y patentado
3. Membrana de drenaje, con depósito de agua
4. Membrana antirraíces

Según Reser, entre las ventajas más valoradas por los propietarios que desean instalar cubiertas verdes es que son una solución muy ligera para tejados, ya que suponen como máximo un peso 69 Kg/m<sup>2</sup>,

la aplicación del sedum en toda la superficie consigue un aspecto muy natural y además, solo es necesario realizar mantenimiento mínimo dos veces al año, abonarla una vez al año porque es un material que está vivo y quitar las malas hierbas para respetar su estética.

“Además, las cubiertas verdes son una solución sostenible porque aíslan la vivienda, consiguiendo mantener una temperatura estable en toda la casa y, por tanto, ahorrando energía en climatización. También aíslan del ruido, retienen agua pluviales, reducen el CO<sub>2</sub>, contribuyendo así a tener el aire más limpio, y su aspecto natural aporta la sensación de acercar la naturaleza a las ciudades”, afirma Eric Carreras.

#### INSTALACIÓN

1. **Preparación:** barrido de la cubierta para comprobar que la membrana impermeable está en buen estado y garantizar su impermeabilidad.

2. **Membrana antirraíces:** cuando la membrana impermeable no sea resistente al enraizamiento, la cubierta se deberá cubrir con una membrana antirraíces especial (Urbanscape).

3. **Sistema de drenaje:** se coloca el sistema de drenaje con depósito de agua para mejorar la capacidad de retención.

4. **Urbanscape Green Roll:** desenrollar transversalmente el sustrato Urbanscape Green Roll encima de los paneles de drenaje Urbanscape.

5. **Sistema de riego:** se instala un sistema de riego entre el sustrato Urbanscape Green Roll y el tepe de sedum.

6. **Tepe sedum-mix:** desenrollar en dirección perpendicular del sustrato Urbanscape Green Roll el tepe de sedum encima de los sustratos Urbanscape Green Roll.

7. **Sumidero:** colocarlo en las tuberías de desagüe y el perfil de aluminio alrededor del sedum.

8. **Zona de grava:** es importante rellenar el espacio entre el borde de la cubierta y el tepe sedum-mix con grava con un tamaño de entre 16 y 32 mm.

9. **Después de la instalación:** hay que proceder a cortar la membrana antirraíces que sobresalga por el borde de la cubierta y regar la vegetación hasta que el sustrato esté empapado.



Eric Carreras Director  
Comercial CUBIERTAS RESER.



## ¿CULTIVOS SIN SUELO?

No es una teoría o una ensoñación que queramos hacer realidad, ni nada más lejos de la realidad. Los cultivos sin suelo existen pero quizás, por el momento, no están teniendo la repercusión que debería aunque se ha comprobado que este sistema ha permitido mejorar muchos de los estándares de calidad de determinados productos.





#### **PERO EMPECEMOS POR EL PRINCIPIO.**

La hidroponía o agricultura hidropónica es un método utilizado para cultivar plantas usando disoluciones minerales en vez de suelo agrícola. De esta forma, las raíces reciben una solución nutritiva equilibrada disuelta en agua con todos los elementos químicos esenciales para el desarrollo de las plantas que pueden crecer en una solución mineral únicamente, o bien en un medio inerte como arena la-

vada, grava o perlita, entre muchas otras. Y si nos remontamos a los orígenes de este tipo de agricultura descubrimos que los aztecas fueron la primera civilización humana en usar los cultivos hidropónicos de forma eficiente.

Sin embargo, no fue hasta mediados del siglo XIX que los investigadores en fisiología vegetal descubrieron que las plantas absorben los minerales esenciales por medio de iones inorgánicos disueltos en

agua. En condiciones naturales, el suelo actúa como reserva de nutrientes minerales pero el suelo en sí no es esencial para que la planta crezca. Tanto es así que cuando los nutrientes minerales de la tierra se disuelven en agua, las raíces de la planta son capaces de absorberlos. Y cuando los nutrientes minerales son introducidos dentro del suministro de agua de la planta no se requiere el suelo para que la planta crezca. De esta forma, cualquier planta terrestre puede crecer con hidroponía aunque algunas pueden hacerlo mejor que otras.

Así, esta tipología de cultivos surgen principalmente como respuesta a los actuales problemas de suelo existentes, básicamente, en las ciudades. Con este sistema no es necesario disponer de un terreno con sustrato y nutrientes unido al consiguiente cuidado que requiere. En este sentido, existen tres tipos de sustratos: inorgánicos, orgánicos sintéticos. La fibra de coco, la lana de roca, la turba, perlita, vermiculita, geles o espumas son algunos ejemplos.

Si hablamos de ahorro, no cabe duda de que se usa realmente lo necesario, sin exceso y reduce los problemas generados por el suelo, tales como enfermedades, patógenos, acumulación de sales, presencia de malas hierbas, asfixia en suelos muy arcillosos, pérdida de agua en suelos muy arenosos o estrés hídrico. En cuanto a términos de gastos, se ahorra un 60% del tiempo de producción con respecto a otros cultivos tradicionales. Por último, el ahorro de espacio es otra de las ventajas de los cultivos hidropónicos.

A día de hoy, esta actividad está alcanzando un gran auge en los países donde las condiciones para la agricultura resultan adversas. Y es que la hidroponía ha avanzado gracias al desarrollo del análisis químico, y lo ha hecho hasta tal punto que muchos la consideran una esperanza para el futuro de la humanidad. En concreto, podría ser una herramienta fundamental para combatir el hambre y la inseguridad alimentaria creciente a consecuencia de la superpoblación.

**Fernando Pozuelo**  
**Fernando Pozuelo Landscaping**  
**Collection**  
[www.fernandopozuelo.com](http://www.fernandopozuelo.com)

**FLORAVILLA**

Piacenza, Italia  
15.04.2016 - 05.05.2016  
[www.floravilla.it](http://www.floravilla.it)

**GIARDINI & TERRAZZI  
BOLOGNA**

Bolonia, Italia  
06.05.2016 - 08.05.2016  
[www.gt.consortoziofia.it](http://www.gt.consortoziofia.it)

**FIERA CAMPIONARIA**

Padova, Italia  
14.05.2016 - 22.05.2016  
[www.campionaria.it](http://www.campionaria.it)

**FERROFORMA**

Bilbao, España  
23.05.2016 - 25.05.2016  
[www.ferroforma.eu](http://www.ferroforma.eu)

**ESPACIO FERRETERO**

Madrid, España  
02.06.2016 - 04.06.2016  
[www.madridespaciosycongresos.com](http://www.madridespaciosycongresos.com)

**BBC GARDENERS' WORLD LIVE**

Birmingham, Reino Unido  
16.06.2016 - 19.06.2016  
[www.bbcgardenersworldlive.com](http://www.bbcgardenersworldlive.com)

**RASSEHUNDE-AUSSTELLUNG**

Erfurt, Alemania  
06.2016 - 19.06.2016  
[www.bbcgardenersworldlive.com](http://www.bbcgardenersworldlive.com)

**MADRID CAPITAL VERDE**

Madrid, España  
17.06.2016 - 19.06.2016  
[www.madridcapitalverde.es](http://www.madridcapitalverde.es)

**ENFLOR & GARDEN FAIR**

Holambra, Brasil  
17.07.2016 - 19.07.2016  
[www.madridcapitalverde.es](http://www.madridcapitalverde.es)

**EXPOFLORA**

Holambra, Brasil  
26.08.2016 - 25.09.2016  
[www.madridcapitalverde.es](http://www.madridcapitalverde.es)

**SPOGA+GAFA**

Colonia, Alemania  
04.09.2016 - 06.09.2016  
[www.spogagafa.com](http://www.spogagafa.com)

**GLEE**

Birmingham, Reino Unido  
04.09.2016 - 06.09.2016  
[www.gleebirmingham.com](http://www.gleebirmingham.com)

**MACFRUIT**

Cesena, Italia  
14.09.2016 - 16.09.2016  
[www.macfrut.com](http://www.macfrut.com)

**FLORA TRADE SHOW**

Rimini, Italia  
14.09.2016 - 17.09.2016  
[www.riminifiera.it](http://www.riminifiera.it)

**GALABAU**

Nuremberg, Alemania  
14.09.2016 - 16.09.2016  
[www.galabau-messe.com](http://www.galabau-messe.com)

**MACFRUT - FRUIT & VEG  
PROFESSIONAL SHOW**

Rimini, Italia  
14.09.2016 - 16.09.2016  
[www.macfrut.com](http://www.macfrut.com)

**FLORMART**

Padova, Italia  
21.09.2016 - 23.09.2016  
[www.flormart.it](http://www.flormart.it)

**ENCUENTRO DE  
NEGOCIOS****EXPO PAISAJISMO**

Santiago de Querétaro, Mexico  
22.09.2016 - 25.09.2016  
[www.paisajismovs.com](http://www.paisajismovs.com)

**AGROPEC**

Gijón, España  
23.09.2016 - 25.09.2016  
[www.feriasturias.es](http://www.feriasturias.es)

**IPM DUBAI**

Dubai, Emiratos Arabes Unidos  
13.10.2016 - 15.10.2016  
[www.feriasturias.es](http://www.feriasturias.es)

**IBERFLORA Y  
EUROBRICO**

Valencia, España  
05.10.2016 - 07-10-2016  
[www.iberflora.feriavalencia.com](http://www.iberflora.feriavalencia.com)

**INTERNATIONAL  
FLORICULTURE  
TRADE FAIR**

Vijhuizen, Holanda  
02.11.2017 - 04.11.2017  
[www.hppexhibitions.com](http://www.hppexhibitions.com)

**AGRITECHNICA  
AGRÍCOLA**

Hannover, Alemania  
12.11.2017 - 18.11.2017  
[www.agritechnica.com](http://www.agritechnica.com)

"En mi negocio  
mis vehículos de  
trabajo están libres  
de créditos y plazos  
innecesarios"



**Northgate es su solución.**  
El único renting en el que sólo pagará por lo que usa.



La más amplia gama de vehículos a su disposición



- Devuelva el vehículo cuando no lo necesite, sin ninguna penalización.
- Si lo vuelve a necesitar en 24h lo tiene.

Esto no es magia, es Northgate.

**SIN BANCOS DE POR MEDIO**

Todo en una sola cuota: Mantenimiento y revisiones • Seguro a todo riesgo sin franquicia • Asistencia 24h 365 días al año • Vehículo de sustitución ilimitado • Cambio de neumáticos • Impuestos de matriculación y circulación • Tasas de ITV





# ACETAMIPRID

sustancia activa

## NUEVO insecticida sistémico polivalente de última generación



**REGISTRO SCOTTS FRANCE**

materia activa exclusiva para  
Jardinería en España.

**ELIMINA**

pulgones, cochinilla, trips, mosca blanca,  
cicadelas, minadora del castaño, orugas.  
Sobre rosales, flores, arbustos ornamentales,  
castaño de india.

**ACCIÓN DE CONTACTO + INGESTIÓN:**

resultados en 24H sobre pulgones!



**ACCIÓN SISTÉMICA:  
ACCIÓN DURACIÓN LARGA**

- Vehiculado por la savia.
- Actúa en toda la planta, corrige aplicaciones defectuosas al repartirse homogéneamente dentro de la planta.
- Protege toda la planta durante varias semanas.

**FÓRMULA SIN  
CLASIFICACIÓN TOXICOLÓGIA**

Autorizado para jardinería interior y exterior  
doméstica. uso doméstico por el M.A.A.M.A.