

TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 193 - Abril 2017 - Año XXIII - www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



FITOSANITARIOS E INSECTICIDAS

- Escaparate de productos
- Opinión de los profesionales del sector

ENTREVISTA

- Ricardo Villuendas Seguí y Luis Victorino Martínez, director general y presidente de AEFA, respectivamente
- Paloma Pérez, secretaria general de la ANFFE
- José María Pareja, responsable de compras Antonio Tarazona, firma especializada en fertilizantes

EVENTO EMPRESA

- Husqvarna Group España División Consumer presenta las novedades de Gardena y McCulloch

INFORMES

- Crece el sector de herramientas y bricolaje
- Evolución positiva de la exportación española de flor y planta en 2016

NOVEDAD 2017

NEUDORFF
Líderes en Jardinería Ecológica

Finalsan® RTU Herbicida Natural

Efectos visibles en 1 hora.*

Doble Acción

Materia Prima Origen Natural

Podemos acceder a las zonas tratadas cuando estén secas

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo.
* A partir de 25 °C y tiempo seco.

www.neudorff.es · Siguenos en Facebook



¡Diferenciación y valor añadido para su negocio!

Substrato para cítricos y plantas mediterráneas Floragard

- Óptima absorción del agua gracias a Aqua-Plus®
- Arcilla granulada para mejor aireación y conductividad del agua
- Crecimiento vigoroso y duradero gracias al abono Premium y pH ajustado

Flora  **gard**®

... ¡y todo florece!



NEUDORFF-SEIPASA

C/ Ciudad Darío, naves 1-3-5
46250 Pol. Ind. La Creu
L'Alcudia (Valencia)
Tel. +34 962 541 163
neudorff@seipasa.com
www.seipasa.com



36

Insecticidas y fertilizantes

Escaparate de productos más destacados

Opinión de los profesionales del sector



Entrevista

26

José María Pareja, responsable de compras de la empresa Antonio Tarrazona, especializada en el sector de los fertilizantes



Entrevista

28

Ricardo Villuendas Seguí y Luis Victorino Martínez, director general y presidente de AEFA, respectivamente



Entrevista

32

Paloma Pérez, secretaria general de la ANFFE

Sumario

08	ACTUALIDAD
10	SPOGA+GAFA
11	SMAGUA
12	ASIA FACIFIC
13	FERROFORMA
14	INFORME FLOR Y PLANTA
16	EMPRESA MMV
18	PRESENTACIÓN GARDENA
20	EMPRESA NEUDORFF
22	INFORME BRICOLAJE
24	TRIBUNA MARC DARO

Jardineros

- 42. Actualidad
- 44. Superficie verde de 6.400 metros cuadrados en plena autovía de Gerediaga-Elorrio
- 46. La "Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales" celebró su 10ª Jornada sobre Fertilización para una Agricultura Sostenible
- 48. Ignacio Solano diseña y coordina el jardín vertical más grande del mundo
- 48. Jardines del Príncipe de Gerona
- 56. El rincón de Fernando Pozuelo:
La mujer, protagonista en la colección de Fernando Pozuelo

CONSEJERO DELEGADO JOSÉ MANUEL GALDÓN

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL

David Rodríguez
drodriguez@grupotpi.es



DIRECTORA

Marisa Sardina - marisa.sardina@grupotpi.es
Avda. Manoteras, 26. 3ª planta.
28050 Madrid
Tel.: 91 339 86 26
Fax: 91 339 60 96

DESEÑO Y MAQUETACIÓN

Francisco Enol Álvarez Santana
enol.alvarez@grupotpi.es

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

Servicios Postales
TGIES

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



Abonos, fitosanitarios y biocidas



INSECTICIDA ACARICIDA
Actúa contra: cochinillas, pulgones, araña roja, trips y mosca blanca



INSECTICIDA RASTREROS Y VOLADORES
Actúa contra: mosquito tigre, mosquito que transmite el virus ZIKA, mosca, avispa, hormiga, cucaracha, araña, pulga, polilla de la ropa y pececillo de plata.



Fungicida Anti Hongos

Actúa contra: podredumbre, antracnosis, royas, moteado, mildiu, tuberculosis, hongos fitopatógenos, rabia, moteado, bacteriosis y repilo.



Insecticida GERANIOS
Actúa contra la mariposa del geranio.



Insecticida ACCIÓN TOTAL
Actúa contra: pulgones, orugas, cochinillas, mosca blanca, oídio, negrilla, roya, etc.

Vital Plant

Productos para jardinería doméstica
www.vital-plant.es

Posicionar a la industria de fertilizantes de forma más ventajosa



La Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) preveía que el uso mundial de fertilizantes superará los 200 millones de toneladas en 2018, un 25 % más que el registrado una década antes, en 2008. Así lo revelaba el informe Tendencias y perspectivas mundiales de los fertilizantes para 2018, en el que se concretaba que en dicho año el nivel se sitúe en los 200,5 millones de toneladas. En clave anual, el consumo mundial de fertilizantes aumentará un 1,8 % cada año hasta el 2018 y, además, la capacidad global de producción de fertilizantes, productos intermedios y materias primas seguirá al alza.

Una de las asignaturas pendiente del sector y en la que trabaja Anffe, tal y como señala en una entrevista en páginas interiores Paloma Pérez, secretaria general de la Asociación, es posicionar a la industria de forma más ventajosa y competitiva frente a países terceros "en los cuales se encuentran importantes reservas de materias primas y cuyos costes de producción son inferiores. La consecuencia de esta situación es que las importaciones procedentes de estos países están aumentando, desplazando el consumo de los productos fabricados en nuestro país".

La información actualizada sobre el sector de fertilizantes es de vital importancia tanto desde el punto de vista económico como medioambiental. Cuando los fertilizantes se utilizan de forma racional y eficiente, principio intensamente fomentado por la industria de fertilizantes, sus efectos son favorables para la fertilidad del suelo y para el rendimiento de las cosechas. En una agricultura moderna, productiva y respetuosa en todas las condiciones medioambientales, no debería cuestionarse una aplicación adecuada de fertilizantes ya que, sin estos, se tendrían que cultivar millones de hectáreas adicionales a nivel mundial para poder alimentar a una población en constante crecimiento.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Burés.....	35
Compo.....	31
Floragard.....	Interior portada
Hortalia.....	23
Ibercampo.....	Contraportada
Infertosa.....	Interior contraportada
Neudorff.....	Portada
Northgate.....	45
Nutriplant.....	4
Pindstrup.....	11
Playmobil Iberica.....	25
SBM.....	7
Semillas Batlle.....	39

¡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.es/suscripciones

@ suscripciones@grupotpi.es

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





TRAMPA PROCESIONARIA

NUEVO

Monitoreo biológico
con feromonas



6 meses
de protección

-  Feromonas incluidas
-  Protección para toda la temporada
-  Monitoreo biológico eficaz
-  Reutilizable



NATRIA[®]

SBM
Life science

www.bayergarden.es

Procolor firma un acuerdo por tres años con Casa Decor



Procolor, marca de pintura para el profesional, ha anunciado la firma de un acuerdo con Casa Decor, exposición de decoración e interiorismo, para convertirse en el *partner* oficial durante los

próximos tres años. Este año, Casa Decor, que celebra su 25 aniversario y su 52ª edición, tendrá lugar desde el 10 de mayo al 18 de junio en un edificio de viviendas que data de 1900, situado

en el exclusivo barrio de los Jerónimos (Madrid).

Procolor, que participa en Casa Decor desde el año 2016, renueva así su compromiso con la exposición y el sector de la decoración, a través de este acuerdo por el cual la marca de pintura para el profesional de AkzoNobel se convierte en uno de los patrocinadores principales de la exposición. Con esta alianza, Procolor será el responsable de llenar de color todos los espacios de Casa Decor durante tres años, asesorando un año más a todos los estudios participantes con una amplia paleta de color adaptada a las tendencias cromáticas más actuales. "Estamos muy entusiasmados por la firma de este acuerdo y además en una fecha tan importante como el 25 aniversario de Casa Decor. Es el evento más reconocido de Europa y la única plataforma de interiorismo en España con el prestigio y relevancia necesarios y, gracias a ellos, seguiremos difundiendo las últimas tendencias y de color en la decoración", declara Andrea.

Leroy Merlin colabora en la Competición Nacional de Formación Profesional SpainSkills



Leroy Merlin ha colaborado en la gestión de la Competición Nacional de Formación Profesional SpainSkills 2017 en la categoría Jardinería Paisajística. La competición ha tenido lugar hasta el 4 de marzo, cuando se entregaron de las medallas a los ganadores de las diferentes pruebas. Este evento educativo es-

tá promovido por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y cuenta con la colaboración de todas las comunidades autónomas. Leroy Merlin, además de aportar los materiales necesarios para la competición, ha diseñado junto a Deodara Paisajistas la prueba que los participantes han desarrollado.

Además, la compañía es la responsable de evaluar a los concursantes y valorar los proyectos realizados.

En la categoría Jardinería Paisajística han participado veinte jóvenes organizados en equipos en función de la comunidad autónoma a la que representan. Los diez equipos participantes proceden de Andalucía, Cantabria, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia, Murcia, Baleares, Comunidad de Madrid, Navarra y Comunidad Valenciana. Estos jóvenes demostraron sus habilidades para ejecutar un proyecto integral de jardinería en todas sus fases. Para ello, los alumnos trabajaron en equipo y desarrollaron distintas actividades para la ejecución del proyecto.

El salón Iberzoo+Propet entrega sus galardones



Los profesionales distinguidos en la primera edición de Premios Iberzoo+Propet han sido Carolina Corral, directora y Fundadora de ALBA, Asociación para la Liberación y el Bienestar Animal, en la categoría de Trayectoria profesional en el ámbito de la Protección animal; el doctor Miguel Ruiz Pérez, director de la Clínica Mediterráneo de Madrid en la categoría de Trayectoria profesional en el ámbito veterinario, y a Santy

Atilano, director general de Arppe, y figura clave en el sector, en la categoría Profesional, en el ámbito empresarial. Asimismo, se ha concedido el Premio AMVAC Solidario, a la Fundación Pablo Ugarte que lucha contra el cáncer infantil. Santy Atilano es pionero y creador de Arppe, empresa con más de 50 años de trayectoria, especializada en la fabricación de artículos, principalmente de cuero, nylon y

textil. En estos últimos años ha presentado al mercado de forma continuada novedades bajo los parámetros de selección de materias primas de alta calidad; un óptimo concepto de funcionalidad. Todo ello avalado, además, por el conocimiento y experiencia de muchos años de estudio, y el permanente compromiso de cubrir con sus productos las necesidades del propietario y el bienestar de la mascota.

Stihl adquiere una participación de GreenIQ



El Grupo Stihl ha adquirido una participación de la empresa GreenIQ, una startup israelí especializada en el desarrollo, venta y distribución de lo que se conoce como "productos conectados" vinculados al jardín en tareas de riego o iluminación.

Bertram Kandziora, presidente del Consejo del Grupo Stihl, ofreció los detalles a los medios de comunicación: "Nuestra participación en GreenIQ acelerará nuestro desarrollo en el área de digitalización y en ámbito de los productos conectados. Un ejemplo de esto en Stihl puede ser la aplicación de esta tecnología de forma inteligente para interconectar el robot cortacésped iMow serie C de nuestra marca Viking con el sistema de riego del jardín".

En diciembre de 2016 Odi Dahan, fundador y CEO de GreenIQ, y el Grupo Stihl llegaron a un acuerdo por el que Stihl adquiría el 34,42 % de las acciones de esta empresa con sede en Tel Aviv (Israel). La operación fue finalmente cerrada y rubricada en enero de 2017.

spoga+gafa 2017: Gran demanda de reservas



Los visitantes profesionales tendrán ocasión de ver de nuevo en Colonia del 3 al 5 de septiembre de 2017 todo el mundo del jardín. Los cuatro segmentos, *'garden living'*, *'garden creation & care'*, *'garden bbq'* y *'garden unique'*, están ya desde ahora preparados, no solo desde el aspecto cuantitativo sino también del cualitativo

En el tradicionalmente mayor segmento *'garden living'* presentarán sus novedades, entre otras, las siguientes empresas: Deroma, edelman, elho, emsa, 4 Seasons, Hartman, Keter, Koopman International, Lechuza, MWH, Müsing y Scheurich. Con los productos relacionados con las instalaciones del jardín y su cuidado, como herramientas, maquinaria y otros accesorios, entre otros, los siguientes expositores refuerzan la oferta en el segmento *'garden creation & care'*: Biohort, Birchmeier, BM- Massivholz, Briggs & Stratton, Felco, FITT, Freund Victoria, Hozelock, Mesto y Stiga. Naturalmente, en el tema Garten no puede faltar el "Verde vivo": junto a, entre otros, Fleuroselect, Heidezüchtung Kurt Kramer, los Landgard Pflanzen-Ordertagen, Selecta One y Jeddelloh en la spoga+gafa 2017

se presenta una oferta completa para los compradores de plantas.

Una amplia oferta conjunta de productos relacionados con las parrillas y las barbacoas estará también este año presente en Colonia, en la Feria Internacional de Jardinería: el segmento *'garden bbq'* cuenta ya con una importante presencia, entre

otros con: barbecook, Beef Eater, Big Green Egg, Broil Chef, Cadac, Char-Broil, Campingaz, DKB Outdoorchef, Enders Colzman, Landmann, Napoleon, Onward, Rösle y Weber-Stephen.

Las presentaciones de muebles de jardín y productos para proteger del sol figurarán en el centro de la atención dentro del segmento *'garden unique'*. Ya han reservado sus espacios en el sector premium empresas como Cane.line, Glatz, Houe, jankurtz, Nardi, sieger, Tuvatextil, Zebra y Zumsteg.

Junto a la exposición de una gran oferta, se tratarán los temas de tendencias más importantes para el mundo del jardín, escenificados de una nueva forma y dispuestos para ser vividos en directo. La spoga+gafa 2017 estará abierta a los visitantes profesionales el 3 y el 4 de septiembre desde las 9:00 a las 18:00 h. y el 5 de septiembre desde las 9.00 h. hasta las 17.00 h. El Día del Jardín 2017 estará abierto para consumidores finales y visitantes profesionales el 2 y el 3 de septiembre desde las 9.00 hasta las 18.00 h.



La modernización del regadío congrega a más de 700 personas en Smagua

La edición número 23 del Salón Internacional del Agua y del Riego, que cerró sus puertas el pasado 9 de marzo ha contado con el respaldo de los profesionales que, en un número superior a 20.000, han confiado este el certamen de Feria de Zaragoza.

Además de la intensa labor comercial en la zona expositiva, la modernización del regadío, aspecto en el que España es referente internacional, ha centrado la actividad de la última jornada, organizada por la Federación de Regantes de la Cuenca del Ebro, y que ha congregado a más de 700 personas en el auditorio. Según el presidente de Ferebro, César Trillo, en España "la agricultura o es de regadío o no es" y ha insistido en la importancia de la unidad de cuenca, así como de la gestión de la misma.

Por su parte, el presidente de la Confederación Hidrográfica del Ebro, Raimundo Lafuente, ha afirmado que la participación del usuario es determinante y "la única manera de rentabilizar al máximo un recurso tan escaso como es el agua". Finalmente, el secretario general de Agricultura del Ministerio, Carlos Cabanas, ha hecho hincapié en la importante relación que existe entre el agua y la agricultura como binomio de progreso, al tiempo que ha subrayado aspectos fundamentales co-



mo el cambio climático y los recursos como "elementos estratégicos".

"La producción agrícola española nos hace estar a la cabeza de Europa en cuanto a exportación", ha dicho Cabanas, quien también ha destacado que el regadío "multiplica por cuatro su producción frente al secano". En este sentido, ha afirmado que el Ministerio de Agricultura ha contribuido a modernizar 1,5 millones de hectáreas en quince

años con un coste de 3.000 millones de euros. Para el secretario general, la modernización del regadío es fundamental para "mejorar la rentabilidad, bajar el consumo y aumentar la superficie". En cuanto a los retos, ha apuntado hacia el cambio climático y la demanda creciente de alimentos como dos factores relevantes, así como la puesta en marcha de nuevas tecnologías aplicadas al sector del agua y el riego.

Orquídeas felices, orquídeas floridas

¡Cultívalas en el sustrato PINDSTRUP ORQUÍDEAS!



EN SACOS DE
10 Y 40 LITROS
Fabricado en España
por Pindstrup con
tecnología danesa

SU ESTRUCTURA POROSA Y SU ALTO CONTENIDO EN FÓSFORO FAVORECEN EL DESARROLLO DE LA RAÍZ TRAS EL TRASPLANTE

Una vez que se hayan marchitado las flores, **trasplanta la orquídea siguiendo las instrucciones del saco.** ¡Conseguirás una abundante refluoración!



PINDSTRUP
www.pindstrup.com

Asia-Pacific Sourcing cierra sus puertas con un destacado aumento de visitantes

Asia-Pacific Sourcing ha confirmado su papel destacado como plataforma ferial para la casa, el jardín y los productos para el tiempo libre procedentes de Lejano Oriente. Esta plataforma cerró sus puertas el 9 de marzo después de tres exitosos días en los que registró un incremento de visitantes de dos dígitos con un 10 por ciento. Incluyendo las estimaciones correspondientes al último día de feria, han acudido al certamen unos 7.300 visitantes de 65 paí-

mantuvo de forma constante a un elevado nivel y numerosas empresas han ampliado este año sus superficies de exposición. "Esta evolución demuestra que con el concepto de Asia-Pacific Sourcing satisfacemos las exigencias de nuestros clientes. La demanda y el aprovechamiento de nuevas posibilidades de crecimiento por parte de los expositores muestra el potencial actual y futuro de la Asia-Pacific Sourcing.

Paralelamente a Asia-Pacific Sourcing

participantes en la feria, lo que, naturalmente, nos satisface mucho".

Junto a los muy buenos resultados cuantitativos, la calidad de la oferta de esta plataforma de productos promocionales ha tenido un eco positivo entre los visitantes profesionales. La superficie especial "Best of China" en el pabellón 5.1 constituye un buen ejemplo de una presentación de primera clase. En esta su primera edición, la superficie de presentación especial, en la que expusieron sus productos 17 empresas chinas despertó un gran interés.

Encuesta realizada entre visitantes y expositores

Asia-Pacific Sourcing ha obtenido buenas notas: un 70 % de los visitantes consultados se han manifestado satisfechos e incluso muy satisfechos con la consecución de los objetivos que trajeron a la feria. Además, casi un 70 % se han manifestado satisfechos e incluso muy satisfechos con el certamen en general.

Los expositores de la Asia-Pacific Sourcing han alabado especialmente la calidad de los visitantes: casi un 75 % de los consultados han declarado sentirse muy satisfechos o satisfechos con la calidad de los visitantes.

Asia-Pacific Sourcing 2017 en cifras

En Asia-Pacific Sourcing han participado en 2017 644 expositores procedentes de 14 países (11). Los países con más expositores han sido: China con 538 expositores, Taiwán con 37 y Hongkong con 31. Incluyendo las estimaciones para el último día de feria, en la Asia-Pacific Sourcing 2017 se registraron 7.300 visitantes profesionales procedentes de 65 países, lo que representa un crecimiento de más de un 10 %. La próxima Asia-Pacific Sourcing se celebrará del 5 al 7 de marzo de 2019.



ses. "La Asia-Pacific Sourcing 2017 ha sido un éxito total. El incremento de visitantes y especialmente el aumento de los procedentes del extranjero subrayan la posición de este certamen como plataforma central internacional para el intercambio comercial global entre Asia y Europa" ha manifestado Katharina C. Hamma, directora general de Koelnmesse GmbH. En el pabellón 5 del recinto ferial de Colonia, 644 empresas procedentes de 14 países han presentado sus productos, novedades y tendencias correspondientes al sector de la casa, el jardín y el tiempo libre. En relación con el año anterior, la cifra de expositores se

2017, se ha celebrado de nuevo la IAW, la Feria Internacional de Artículos Promocionales y de Importación. Ulrich Zimmermann, director gerente de la Nordwestdeutsche Messegesellschaft, ha señalado que "La cooperación con la Asia-Pacific Sourcing ha funcionado también este segundo año estupendamente bien. Los visitantes han podido aprovechar la variedad de la oferta que se les ha presentado en ambos certámenes y los expositores se han mostrado muy satisfechos con este incremento adicional de visitantes. El paralelismo de la IAW y la Asia-Pacific Sourcing ha creado unos efectos sinérgicos positivos para todos los

Cerca de 350 firmas expositoras de 25 países confirman su apuesta por la innovación en Ferroforma

Un total de 345 firmas expositoras procedentes de 25 países han confirmado ya su participación en Ferroforma, donde mostrarán sus productos y servicios más innovadores en ferretería, suministro industrial y bricolaje durante tres jornadas, los días 6 a 8 de junio, en los pabellones 1 y 3 de Bilbao Exhibition Centre. Las empresas se suman así este año a la invitación del claim del certamen, "revolution tools", con soluciones nuevas e inteligentes y propuestas comerciales avanzadas que, sin duda, les brindarán el acceso a nuevos mercados y perfiles de clientes, también internacionales. La campaña comercial avanza hacia su última fase, igualando ya los resultados finales de participación obtenidos en 2015.

Hasta la fecha, las empresas de suministros industriales, herramientas manuales, cerrajería y herrajes son las que mayor representatividad tienen, con porcentajes del 20 %, 19 % y 14 %, respectivamente, seguidas de las de fijaciones, ferretería y hogar, y protección laboral. En la muestra habrá también firmas de suministros para la construcción, herramienta electro-portátil y para madera, electricidad e iluminación, decoración, textil y droguería, jardín y accesorios para el automóvil.

Respecto a su procedencia, cabe destacar la participación de expositores de Alemania, Italia, Reino Unido, Portugal, Suecia, Suiza, India y Turquía. Entre otras, han confirmado su presencia las alemanas Condrol, DWT, Umarex Verwaltung y Weicon, la danesa Red Horse, las francesas Master Lock Europe, Mob Mondelin y Norail, la india Griz Engineering Tools, las italianas Ambrovit, Keyline, Mobil Plastic, Nitty Gritty, Siderurgica Ferro Bulloni y Mabtools Italia, las portuguesas Central Lobao, Falual, Globallock Ferragens, Her-

culano Santos, Industria e Comercio de Calçado, Lusavoga y Tupais, la inglesa Caterpillar y las turcas Kale Killit Ve Kalip y Marpol Parlatici Sanayi ve Ticaret.

Ante un entorno de constante cambio marcado por la evolución de las nuevas tecnologías, el sector de ferretería y bricolaje español se encuentra en un momento de estabilidad y crecimiento gracias, también, a su compromiso con la I+D. En el Directorio *online* de Ferroforma,

los expositores ya están registrando las novedades que convertirán el certamen en un gran escaparate de tendencias, entre las que se encuentran productos como la sierra de cinta automática de doble columna con arco inclinado de 35°; los cilindros con triple codificación, magnética y mecánica; la biseladora de tubos mecánica para la preparación de soldadura mecánica y soldadura orbital; la llave dinamométrica; el adhesivo de contacto para el solape de láminas de caucho butílico y EPDM en impermeabilizaciones; el sistema de control de accesos de proximidad con cerraduras electrónicas sin cableados; la valla de señalización fabricada en polietileno inyectado con bases de goma abatibles; el sistema tensor de apriete rápido para cable inoxidable o los enchufes rápidos en materiales plásticos técnicos (POM, PVDF, etc...).

El cliente final en la campaña de compradores nacionales

En paralelo, y aprovechando los datos positivos de la contratación comercial, la



campaña de captación de visitantes ha intensificado sus acciones en los ámbitos nacional e internacional. Como novedad y dentro de nuestras fronteras, el programa de invitación a compradores incluirá este año a clientes finales, es decir, a responsables de empresas de suministro industrial y ferreterías, que se suman de este modo a los almacenes, cooperativas, grupos de compra, asociaciones y grandes superficies de bricolaje como principales destinatarios. Para reforzar este trabajo, el equipo organizador de Ferroforma ha aumentado su red de agentes nacionales en zonas de interés prioritario como Galicia y Cataluña, además de en las provincias limítrofes.

En el exterior, ya se ha activado la campaña de promoción de la feria a través de los agentes propios de Bilbao Exhibition Centre en el extranjero y las redes de Cámaras de Comercio y Oficinas de SPRI. En este apartado destaca la coordinación de invitaciones a los compradores más importantes del sector a nivel mundial, seleccionados por los propios expositores.



Evolución positiva de la exportación española de flor y planta en 2016

La exportación española de flor y planta viva en 2016 creció un 14 % con relación a 2015, situándose en 325 millones de euros, según los últimos datos actualizados por la Dirección General de Aduanas, dependiente del Ministerio de Economía, Industria y

Competitividad, procesados por Fepex, manteniendo la evolución positiva de años anteriores.

Dentro de los cuatro subgrupos en los que se divide la exportación de flor y planta viva, crecieron la planta viva, la flor cortada y el follaje, mientras que

bajo la exportación de bulbos. El mayor incremento en 2016 lo ha registrado la planta viva, que representa el 83% del total exportado. Creció un 14% situándose en 271 millones de euros, destacando la planta de exterior, con 106 millones de euros (+27 %) y



los árboles y arbustos, con 40,5 millones de euros (+10 %) mientras que la planta de interior registró un ligero retroceso del 2 %, situándose en 51 millones de euros.

Tras la planta viva, el principal capítulo de la exportación española de este sector es la flor cortada, con 38,7 millones de euros, un 12 % más que en 2015, destacando el clavel, con 19,6 millones de euros (+4 %) y la rosa con 2,6 millones de euros (+12 %). También aumentaron las exportaciones de crisantemo, con 913.993 euros (+31 %) y las de gladiolos con 312.683 euros (+77 %). La exportación de follaje aumentó un 21 %, totalizando 12,4 millones de euros y la exportación de bulbos bajo un 6 %, situándose en 3,1 millones de euros.

Por comunidades autónomas, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña representaron el 70,5 % de la exportación española de flor y planta viva, registrando crecimientos en los tres casos. Los envíos al exterior de Andalucía ascendieron a 84,9 millones de euros (+6%), de los que 54,3 millones de euros correspondieron a planta viva (+2 %) y 26,8 millones de euros a flor cortada (+11 %); los de Comunidad Valenciana fueron de 61,9 millones de euros (+25%), de los que 71 millones de euros correspondieron a planta viva (+25 %) y 5,3 millones de euros a flor cortada (+23 %). Las exportaciones a Cataluña totalizaron 61,8 millones de euros (+8 %), de los que 51,2 millones de euros correspondieron a planta viva y 8,3 millones de euros a

flor cortada, con aumentos del 7 % y 17 % respectivamente.

Castilla y León, Murcia y Galicia también tienen una importante producción de flor y planta viva destinada a la exportación. La exportación de Castilla y León en 2016 totalizó 37,7 millones de euros, sin variación con relación a 2015, de los que 37,6 fueron planta viva (+7 %). La exportación de Murcia ascendió a 22,2 millones de euros (+35 %), concentrada también en planta viva, con 19,4 millones de euros (+34 %) y la exportación de Galicia ascendió a 7,7 millones de euros (+4 %), de las que 4,9 millones de euros correspondieron a planta viva y 2,3 millones de euros a flor cortada.

Por países, el 76% de la exportación española se destina a la UE, con 248,1 millones de euros, un 12% más que en 2015.

Para FEPEX la campaña de exportación de flores y plantas ornamentales ha sido muy positiva, siendo además España el país que más ha incrementado los envíos de estos productos a los países de la UE en el año 2016. La evolución positiva de las exportaciones se ha debido también a la importante promoción llevada a cabo mediante la participación en las principales ferias europeas. FEPEX organiza la participación agrupada en las ferias más representativas de la UE, como son "IPM" de Essen, en Alemania; "Paysalia", en Lion, Francia y "Salon du Vegetal" en Nantes, Francia, con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y del ICEX.

Por lo que respecta al mercado nacional, aunque las malas condiciones climatológicas que sufrió España en gran parte de la primavera afectaron a las empresas, se ha producido un aumento significativo de las importaciones superior al resto de países y un aumento del consumo. Según Fepex, el bajo nivel de consumo de flores y plantas en España, a diferencia del resto de países de nuestro entorno, es debido a que, siendo la distribución un canal de importancia creciente, no ha alcanzado todavía el desarrollo de otros países de la Unión Europea.

Fuente: Fepex

MMV Home&Garden, paradigma de desarrollo estratégico

Desde su creación en el año 2000, MMV Home&Garden ha crecido a ritmo sostenido, gracias a su ingente músculo de innovación, gestión y talento. La firma se ha ido forjando durante unos años espinosos para el sector, en los que la inversión en mejoras y ampliación de negocios ha estado lastrada por la tendencia negativa general y la desconfianza de la evolución del mercado. Pese a ello, la empresa celebró la entrada de 2017 con la inauguración en Barcelona de unas nuevas instalaciones de 320 m², de los cuales 240 m² son destinados a exposición permanente. Para Manuel Muñoz, gerente de la firma, "estos nuevos espacios suponen un paso de gigante en la relación con nuestros clientes. Esta exposición permanente nos permite mostrarles las últimas novedades, constituyéndose así un antes y un después en la relación comercial con estos".



En el escenario competitivo en el que se encuentra el sector, la óptima gestión de la innovación y la organización de los recursos se convierten en instrumento directivo, de primera magnitud, capaz de contribuir sustancialmente al éxito y al desarrollo de la empresa. Las claves para manejar de forma acertada esta realidad parece conocerlas bien Manuel Muñoz, quien señala que "hemos tenido suerte, me refiero a esa suerte que Seneca definía como el momento en que la preparación y la oportunidad se encuentran y fusionan. Qué duda

cabe de que hemos trabajado duramente para estar preparados y, en el momento que se ha presentado la oportunidad, hemos podido aprovecharla". Y añade que "son ya 17 los años que llevamos en el sector, y aunque no son demasiados, han sido de mucha constancia y empeño".

Gestión audaz para aprovechar nichos de mercado poco explotados, prudencia financiera, apuesta por la tecnología, promoción del talento, diversificación, innovación, autoevaluación... Muchas son las estrategias que podrían definir los pilares corpora-

tivos de esta firma. En este sentido, Manuel Muñoz considera que "para la buena marcha de nuestra empresa los factores de mayor relevancia han sido contar con una cartera de representaciones de muy alto nivel, pudiendo de esta forma ofrecer las últimas novedades del sector; y el que creo fundamental, el equipo humano. Son 16 los colaboradores que tenemos, de los cuales podemos sacar pecho por el altísimo nivel profesional y humano que tienen cada uno de ellos. Tecnológicamente hemos sabido ponernos las pilas, dando un servicio a nuestros clientes que les ha facilitado mucho la gestión. Somos muy autocríticos y tratamos constantemente de innovar".

Presencia activa en ferias

La asistencia constante a ferias, con stands de grandes dimensiones, es una herramienta de gran valor dentro de las acciones de comunicación de la empresa, en su objetivo de canalizar y afianzar relaciones personales y comerciales. La firma asiste a casi todas las citas sector celebradas en España, además de algunas internacionales, como spoga+gafa, en Colonia. "Los metros reservados de superficie para nuestros stands varían. Por ejemplo, a Iberflora acudimos con 192 m², a Viveralia con 48 m², mientras que en otras ferias hemos estado con stands presenciales de 3 x 2 m, de forma gráfica".

MMV Home&Garden ha acudido a estos espacios feriales con los productos más



innovadores de sus marcas representadas para la decoración y mantenimiento del jardín: Epoca, Veca, AnticoMestiere, BST, Citysens, Pinord y Foro. En este sentido, Manuel Muñoz matiza que “Veca, con su gama completa de macetas, tanto en inyección como en rotomoldeo, es clave para el desarrollo de nuestro negocio, si bien nuestra nueva marca Gemitex, con la más completa gama de mantelería, cojines y alfombras, está empezando a darnos muchas y buenas alegrías”.

La capacidad de liderazgo de Manuel Muñoz, así como su trayectoria coherente, independiente y activa en los últimos años, le han llevado a ser miembro del Comité Organizador de ferias como Iberflora o congresos como Expogarden. “La experiencia como miembro de Expogarden 2017 ha sido muy completa y formativa, a pesar de que ha sido la primera edición en la que hemos participado como miembros del Comité Organizador. Con el Comité de Iberflora llevamos colaborado durante cinco años, lo que nos ha servido para conocer de primera mano el pulso del sector”.

Segunda generación

La inauguración de las nuevas instalaciones ha coincidido también con la incorporación a la empresa de Cristian Muñoz Izquierdo, joven emprendedor perteneciente a una segunda generación familiar. Su entrada en el negocio se empezó a engendrar el pasado verano, momento en el que se sentaron las bases de su ingreso, que se hizo efectivo

y oficial el pasado mes de enero. Este profesional estudió Ingeniería Civil, para especializarse después en Dirección de Logística Integral. Después de varios años de trabajo en pequeñas y medianas empresas, y en multinacionales como WÜRTH o DHL Global Forwarding. Muñoz Izquierdo explica que, “se encontraba en un momento profesional idóneo para apostar por MMV, un proyecto ambicioso y con gran proyección”.

Con su incorporación, este experto en nuevas tecnologías, y buen conocedor de los retos que impone el mercado actual, cada vez más exigente, se plantea algunos objetivos a corto plazo: “aprender tanto de nuestros clientes como del equipo MMV todos los aspectos del sector”. Y a medio y largo plazo: “contribuir al crecimiento y expansión de la empresa. Con la incorporación de la división de Hogar a nuestra cartera, debemos exigirnos al máximo para seguir en el mismo nivel de excelencia. Nuestro objetivo es seguir consolidando MMV en un sector en constante evolución y adaptarnos a los cambios que se vayan dando. Después de más de diez años de una dura crisis, entramos en una etapa ilusionante, pero que requerirá un gran esfuerzo para poder sobreponerse al legado que nos ha dejado”.

El reconocimiento de la importancia de las personas en el desarrollo de las organizaciones, por su potencial de construir una ventaja competitiva fundamentada en el talento humano, está demandando el desarrollo de competencias que respondan a los nue-

vos retos. Esta realidad parece atesorarla, como una de sus máximas, Muñoz Izquierdo, quien considera que “la calidad humana en el entorno de trabajo es imprescindible, y si MMV está donde está es, en gran medida, por ese motivo. Los grandes logros empresariales no serían posibles sin equipos con calidad humana. Serían como una estructura mal cimentada”.

Gardena y McCulloch presentan sus novedades 2017

España se posiciona como país estratégico para Husqvarna tras el crecimiento sostenido de los últimos años

El complejo deportivo del RACE en Madrid ha sido el escenario elegido por Husqvarna Group España División Consumer para la presentación de las novedades 2017 de sus dos marcas de jardinería, Gardena y McCulloch. Una vez más, la firma demuestra su marcada conciencia y disposición para transferir efectivas soluciones al mercado en forma de nuevos productos, basados en desarrollos tecnológicos eficientes, así como para implementar mejoras continuas a su actual gama.



Su capacidad de reconocer las señales del entorno ha ayudado a la empresa a ampliar y mejorar su gama de productos un año más. Elementos intangibles como proactividad a la hora de diseñar artículos de nueva tecnología, profuso conocimiento del mercado, flexibilidad para adaptarse al entorno o dinamismo son las señas de identidad con las que esta firma ha conseguido enlazar varios años consecutivos de crecimientos en ventas. Para este ejercicio, la compañía ha definido el mercado español "como uno de los más estratégicos en el mercado europeo", según reconoció Carlos del Piñal, director general de

Husqvarna División Consumer, durante la presentación de las novedades. Por este motivo, la presencia de Gardena se multiplicará en los distintos puntos de venta, además de contar con apoyo publicitario en televisión.

Dentro de esta estrategia claramente expansiva, la División Consumer de Husqvarna ha ajustado al máximo los precios de la maquinaria en base a optimizar sus propios recursos como fabricante, tanto en la marca Gardena como McCulloch. Así se encargó de destacarlo José Luis Velaco, jefe de Producto, en la presentación de novedades a la prensa, que comenzó con los nuevos modelos de cortacés-

ped eléctrico, los PowerMax 1200/32 y 1400/34, y continuó con los recortasetos ComoftCut y PowerCut en sus distintas versiones, antes de pasar a la gama McCulloch. Dentro de esta última, puso especial énfasis en el soplador de mochila GB 355 BP, con un diseño ergonómico y un peso ligero para una mayor comodidad del operario, "que ha obtenido una respuesta muy positiva en el mercado ibérico".

Asimismo, durante el acto de presentación se pudieron ver sobre el terreno las previstas como "punta de lanza" de Husqvarna en 2017: los robots cortacésped y el concepto



bautizado como *Gardena City Gardening*, o lo que es lo mismo, la jardinería en cualquier lugar, incluso en espacios pequeños y en el corazón de las ciudades. Este hecho responde al nuevo perfil de amante de la jardinería, personas jóvenes que buscan expresar su pro-

pia personalidad a través del balcón de su vivienda.

City Gardening

Estos nuevos kits que presenta Gardena, y que serán muy visibles en todos los centros comer-

ciales gracias a unos expositores especialmente diseñados para adaptarse a cualquier dimensión de la tienda, dan respuesta a estas necesidades con un diseño moderno, un estilo compacto, sistemas de riego adecuados y, sobre todo, facilidad de almacenamiento en poco espacio. Plantar, airear, podar, limpiar y regar será muy sencillo con esta gama City Gardening, que a los productos ya existentes incorpora un set de herramientas de balcón, la manguera de 7,5 metros con soporte integrado, la manguera de 10 m en espiral con conectores y pistola rociadora Classic, así como el soporte de manguera con 10 m de manguera, compacto y fácil de transportar. El precio recomendado de venta al público, muy ajustado (poco más de 40 euros el set básico de balcón), completa el atractivo de esta innovadora propuesta de Gardena.

Ahorro de tiempo

El otro pilar del crecimiento en 2017 se fija en los robots cortacésped, cuya acogida en el mercado va en aumento pero se encuentra aún lejos del mercado europeo. "Calculamos que en 2016 en España se han vendido alrededor de 2.400 robots cortacésped mientras que en Alemania solo Gardena ha vendido más de 9.000 unidades", comparó Velasco. Y añadió que "Gardena es la marca líder para este producto en el mercado europeo de gran consumo, gracias a la gran satisfacción de su cliente, que ha destacado la fiabilidad, la ausencia de problemas, el bajo mantenimiento, y su bajo nivel sonoro, el más bajo del mercado".

Además de la actualización del color de sus robots a gris o gris-plateado, en lugar del tradicional verde que resultaba demasiado 'explícito' al ser un equipo muy visible las 24 horas del día, los siete días de la semana, incorpora un cómodo soporte para guardar el robot y la estación de carga, ahorrando espacio en invierno. Además cuenta con una práctica bolsa para mantener el robot limpio y seco, una caja de protección para las conexiones, o 50 metros de cable extra, que permitirá a los usuarios del bricolaje cuidar ellos mismos del producto.

Para facilitar el acceso a estos productos, toda la gama de robots Gardena posiciona sus precios a la baja (el básico R40Li tendrá un precio que no llega a los 1.000 euros) y además se ofrecerá el montaje gratuito en todos los modelos.

Finalsan RTU, con principios activos presentes en la naturaleza

Herbicida natural de Neudorff elaborado a partir de una materia prima de origen natural, el ácido pelargónico puro.

Su principio activo, el ácido pelargónico, proviene 100 % del geranio.
Autorizado para Uso Doméstico y con Registro Fitosanitario.



Han sido muchos años de espera, ya que, en el año 2004; es decir, hace 17 años, Neudorff fue la primera empresa a nivel internacional en sacar al mercado un herbicida con principios activos presentes en la naturaleza. Esto fue debido a la gran inversión en I+D por parte de la compañía y al compromiso por el

respeto a la naturaleza y al medio ambiente, dos de los valores que persigue la compañía desde su fundación, ya en el año 1854 en Alemania.

Por tanto, tras muchos años de trabajo, se presenta en España un producto de eficacia contrastada y de gran éxito en ventas en países como Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Suiza, Noruega, etc.

Su principio activo, el ácido pelargónico proviene 100 % del geranio.

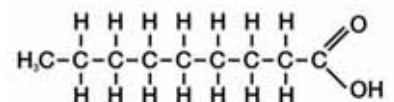
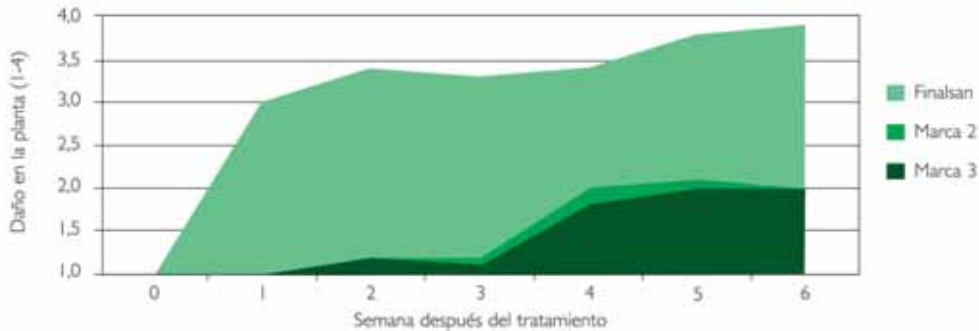


Imagen molécula ácido pelargónico.

Finalsan RTU es un herbicida natural, sin glifosato, con doble efecto, pues sirve contra malas hierbas y musgos.

Eficacia del herbicida Finalsan en relación con el daño ocasionado en la planta en comparación con otras marcas.



Tratamiento del cardo tras 24 horas desde su aplicación



Cardo sin tratar

Cardo tratado después de 24 horas



El principio activo, ácido pelagónico, destruye las paredes celulares de las hojas de las malas hierbas. Esto da lugar a que las células pierdan su estructura y se sequen en un corto espacio de tiempo, bajo condiciones normales. Se trata de un herbicida que actúa por contacto sobre las partes verdes de la planta. La corteza leñosa de esta no se ve afectada, ya que las células son demasiado

estables, por lo que el producto puede ser utilizado bajo setos, árboles y arbustos sin temor a destruir toda la zona. Muy eficaz, incluso a bajas temperaturas. Efectos son visibles a partir de una hora cuando la temperatura es superior a 25 °C y el ambiente es seco. Producto biodegradable. No deja residuos en el suelo después del uso, lo que permite que las

áreas tratadas sean fácilmente reutilizadas después del tratamiento. Además, tanto las personas como las mascotas pueden acceder a las zonas tratadas en cuanto estas se sequen.

Máxima eficacia

Finalsan RTU es un herbicida rápido y eficaz que trabaja contra una amplia variedad de malas hierbas perennes, así como contra malas hierbas obstinadas y musgo, como por ejemplo la ortiga, el diente de león, el cardo, pie de cabra, etc.

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo. Observe las advertencias y los símbolos indicados en el manual de instrucciones.

Crece el sector de herramientas y bricolaje

El informe *Global DIY Tools Market 2017-2021*, elaborado por Technavio, ofrece un vistazo al mercado global actual de herramientas de bricolaje, con un crecimiento esperado entre 2017-2021 del 4%.

El bricolaje para la mejora del hogar se mantiene como un segmento clave del mercado de bricolaje, y representa la mayor parte del mercado mundial de bricolaje. Mejorar el hogar implica la renovación o remodelación de la casa.

Aunque la práctica del bricolaje es bastante común en las regiones occidentales, el mercado está recuperándose lentamente en las regiones emergentes, como APAC y MEA. En Europa el bricolaje se practica ampliamente en toda la región. En países como Alemania y Francia, la gente declara participar y tener intenciones de seguir participando en proyectos de bricolaje, disfrutándolos como un pasatiempo. En el Reino Unido, las actividades de bricolaje se consideran más como tareas rutinarias que como aficiones. La recesión económica de 2008-2009 tuvo un impacto en las ventas del mercado de bricolaje, ya que la confianza del cliente se mantuvo baja, lo que provocó que los clientes aplazaran sus proyectos de mejoras para el hogar. Sin embargo, como la economía se está recuperando gradualmente, es probable que los clientes gasten más en mejoras para el hogar y así impulsen la demanda en el mercado de bricolaje.

Los analistas de Technavio pronostican que el mercado global de herramientas de brico-

laje crecerá a una tasa compuesta anual del 4 % durante el período 2017-2021.

El informe *Global DIY Tools Market 2017-2021* abarca el escenario actual y las perspectivas de crecimiento del mercado mundial de herramientas de bricolaje para 2017-2021. Para calcular el tamaño del mercado, el informe considera los ingresos generados por las ventas de herramientas de bricolaje en todo el mundo.

El informe, con aportaciones de expertos de la industria, abarca el panorama del mercado y sus perspectivas de crecimiento en los próximos años. El mercado se divide en los siguientes segmentos, en base a la geografía: Américas, APAC y EMEA.

Otros aspectos contemplados en el informe

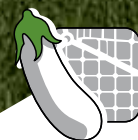
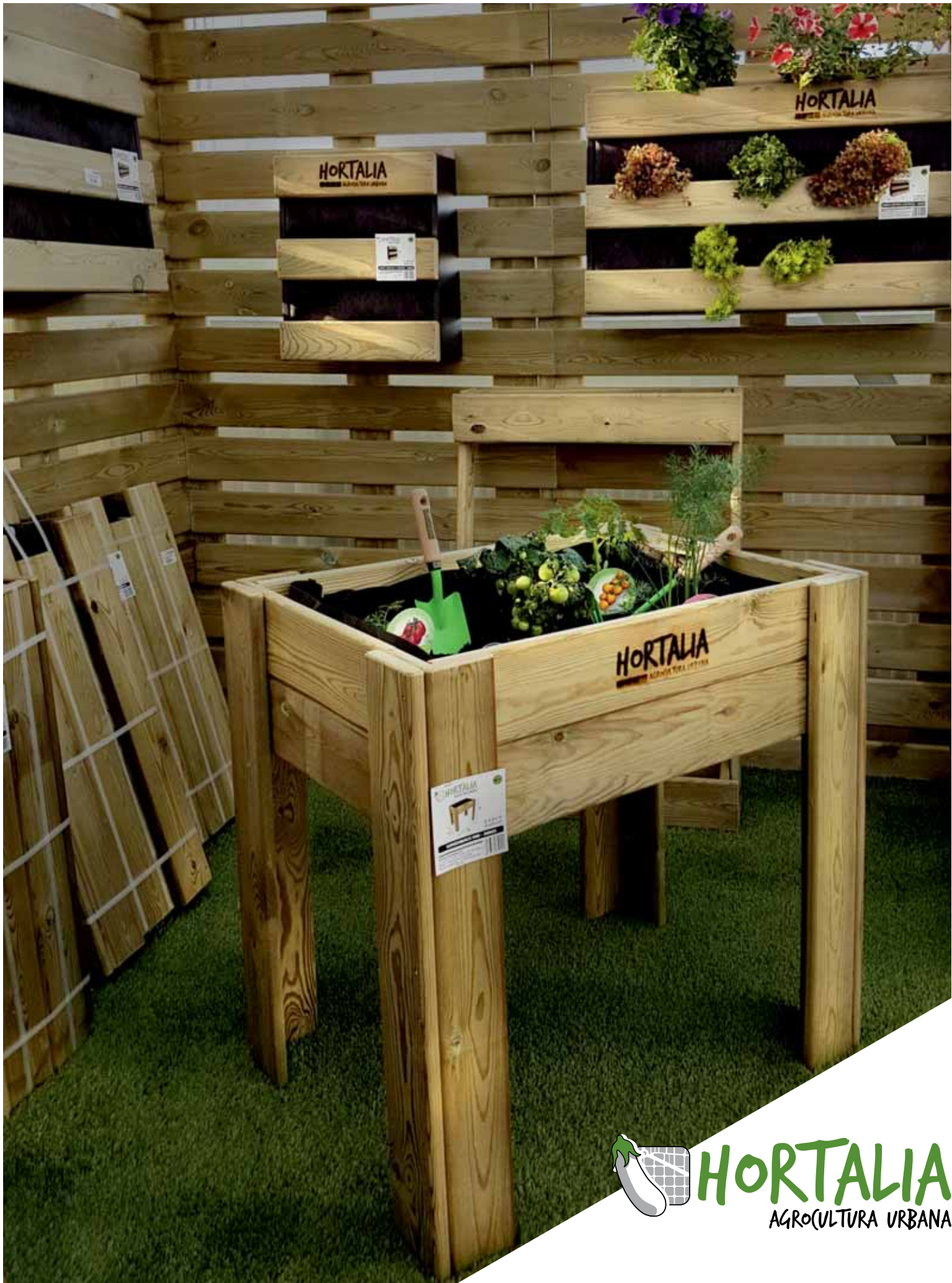
- Controlador de mercado: crecimiento de la mejora y renovación del hogar y la confianza en la industria de la renovación del hogar.
- Desafío del mercado: una fuerte competencia en el mercado en términos de precios y diferenciación de productos.
- Tendencia del mercado: foco en la personalización y el diseño ergonómico que conduce a una mejor funcionalidad.

Algunos aspectos clave a los que el informe da respuesta son:

- ¿Cuál será el tamaño del mercado en 2021 y cuál será la tasa de crecimiento?
- ¿Cuáles son las principales tendencias del mercado?
- ¿Qué es lo que impulsa este mercado?
- ¿Cuáles son los retos para el crecimiento del mercado?
- ¿Quiénes son los proveedores clave en este mercado?
- ¿Cuáles son las oportunidades de mercado y las amenazas que enfrentan los proveedores clave?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de los proveedores clave?

Metodología

La metodología de investigación se basa en extensas investigaciones primarias y secundarias. La investigación primaria incluye entrevistas en profundidad con expertos de la industria, vendedores, revendedores y clientes. La investigación secundaria incluye la plataforma Technavio, publicaciones de la industria, informes de empresas, artículos de noticias, informes de analistas, asociaciones comerciales y los datos publicados por las agencias gubernamentales.



HORTALIA
AGRO CULTURA URBANA

¿HASTA DONDE nos llevará el taladro?

MARC DARO,
ESPECIALISTA EN BRICOLAJE



Esta es una buena pregunta. Y algunas de las respuestas se ofrecen en el *Informe Global DIY Tools Market 2017-2021*, elaborado por Technavio, con radiografía del mercado global actual de herramientas y bricolaje que invita al optimismo.

Si tenemos en cuenta que hay más de un 20 % de hogares que hace más de cinco o siete años que no han pintado sus paredes, podríamos considerar que hay una rueda que gira y empieza a mover en sentido ascendente al mercado de bricolaje en general y, con ello, a la economía de este país. Este incremento en el número de reformas o remodelación de nuestros hogares, ya sea una vivienda de segunda mano para ocupar como nueva, o bien la adaptación de las ya existentes para darles unas mejores condiciones de habitabilidad, conlleva un indicio de mejora económica, de crecimiento del sector del hogar; y dentro del bricolaje es un pilar básico. Si pinto, cambio puertas, cuadros, estanterías, todo ello gira en torno a un taladro. Pese a que nuestro país no está entre los actores principales en el uso del bricolaje a nivel particular, estamos en una clara tendencia de crecimiento.

futuro con muchas ganas y disfrutar así de nuestro hogar y jardín de otra forma.

Llega el buen tiempo, llega la hora de traspasar la frontera del frío, ya no queda más que tomar esos proyectos aplazados y hacerlos realidad.

Según los analistas de Technavio, "el mercado global de herramientas de bricolaje crecerá a una tasa compuesta anual del 4 % durante el período 2017-2021". Yo incluso diría que este porcentaje podría ser mayor. Más puntos de venta, más ventas por internet, más blogueros, más información... nos podrían llevar a alcanzar el porcentaje del 5 %, por lo menos.

Además, la industria se está recuperando, lo que ayuda a muchos puntos de venta del sector de ferretería industrial, e incluso de pequeños "chapuzas" que comienzan a aflorar. Ya vuelve a oírse esa frase de "parece que la cosa mejora". ¡Por fin! Hemos de tomar la delantera, proyectar la mejor imagen de nuestro negocio, sacar el polvo de las estanterías, tomar reformas y proyectos en los puntos de venta... para así demostrar que el cambio comienza por el mismo punto de venta.

Confiemos en la mejora de la industria, en el buen momento para la reforma del hogar. Se

vislumbra una mejora en los indicadores del sector de la ferretería y del bricolaje. La mayor competencia debería dejar una impronta en el profesional que lleve una mayor motivación. Adiós a las tiendas sin luz, sin reformas, sin precios, con estanterías con dos centímetros de polvo...

Es tiempo de mejorar, de especializarnos, de dar una imagen nueva. El consumidor quiere una atención mejorada, mayor cercanía. Debemos estar a la altura de lo que este espera; superar el precio y oferta de internet; dar respuesta a la demanda en un plazo corto, con un buen asesoramiento y una atención personalizada, a diferencia de la gran superficie; facilitar que el pequeño o gran proyecto esté listo en el menor tiempo posible... Este es el reto, este es el camino.

Si estamos listos para ello, podremos dar un salto. El proveedor indicado es aquel que adecúa su oferta a la necesidad del consumidor, pero dando los medios al punto de venta para seducirlo y que el cliente tienda a comprar más allá de lo que constituye un producto de simple necesidad.

La venta cruzada, la oportunidad no buscada, son otras de las claves de superación. Nadie debe caer como preso de internet, ni el proveedor, ni el consumidor, ni el punto de venta. Hablamos de mejorar hogares, de hacerlos más acogedores y, con ello, de ayudar al cliente a conseguir una mayor satisfacción y, por qué no... una mayor felicidad. Una simple foto con precio en internet no trasmite nada de eso.

Por ello, el campo de mejora del punto de venta ha de dar ese plus, ese algo que no puede dar a través de una pantalla. Seamos amos del futuro y de las oportunidades que nos brinda.

Tomemos el taladro y seamos nosotros los que marquemos la forma de uso y su crecimiento.

Lechuza®



¡NUEVO!
Superficies con acabado
de piedra natural



CANTO cubo (30 × 30 × 30 cm)
CANTO columna (30 × 30 × 56 cm)



CUBETO 30 (30 × 13 cm)



CUBETO 40 (40 × 18 cm)

03-17/LECHUZA

La elegancia y el diseño al servicio de sus plantas

Déjese seducir por la elegancia y el diseño de las macetas LECHUZA. Todas nuestras macetas incluyen sistema de riego y depósito de agua. Consulte nuestra amplia gama de colores.

El sistema de riego de LECHUZA, en función del tamaño de la maceta, suministrará a sus plantas la cantidad de agua y nutrientes que necesitan para un crecimiento óptimo durante 12 semanas.

Nuevas macetas CANTO y CUBETO con aspecto de piedra natural. Para plantar en el interior y en el exterior, con tornillo en la base.

José María Pareja, responsable de compras de la empresa Antonio Tarazona



José María Pareja, licenciado en ciencias biológicas en la especialidad de bioquímica, es miembro del Comité de Dirección de la empresa Antonio Tarazona, donde desempeña los cargos de responsable de compras y de la división industrial.

Empresa familiar de segunda generación fundada en los años 50 por Antonio Tarazona Valero. Especializada en el sector de los fertilizantes a nivel nacional, opera además en otros sectores, como son la alimentación animal, aditivos industriales, exportación y servicios logísticos a terceros. Tarazona es miembro de AEFA desde 2012.

Tanto las materias primas como la calidad de las mismas son fundamentales para el desarrollo y fabricación de fertilizantes. José María Pareja nos aporta en esta entrevista, en calidad de especialista en esta materia, información de interés sobre las compras de materias primas utilizadas en el sector Agrícola, así como en el sector industrial.

¿Qué papel juegan las materias primas en la elaboración de agronutrientes?

La elección de unas buenas materias primas es fundamental para obtener unos productos finales de alta calidad. Para ello, es crítico contar con una cartera de proveedores que traba-

jen en colaboración contigo como partners estratégicos de la cadena de suministro. De esta manera y tras una previa auditoría de los productos e instalaciones, consigues asegurar un suministro adecuado y repetitivo acorde a los estándares de calidad establecidos.

¿Qué se entiende por calidad?

El concepto de "calidad" de las materias primas es cada vez más amplio, ya que no sólo se entiende con el hecho de cumplir con las características físico-químicas requeridas (riquezas, granulometría, humedad, solubilidad, etc.), sino que además se debe controlar que dichas mercancías cumplan con las normativas euro-

peas necesarias para su uso/comercialización en la Unión Europea, así como las vigentes en aquellos países de destino ya que actualmente muchas de las empresas asociadas a AEFA tenemos presencia internacional.

Así por ejemplo, en el caso de ser considerada como sustancia química, debe poseer el correspondiente registro REACH y la Ficha de seguridad conforme al Reglamento 453/2010. En caso de que el producto sea considerado como fertilizante, en función de su clasificación, debe cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento 2003/2003 y posteriores modificaciones.

¿Una materia prima es un producto puro o limpio'?

En ocasiones no. Un aspecto a tener en cuenta en la elección de las materias primas es la existencia de sustancias indeseables y perjudiciales para la salud como pueden ser los percloratos o niveles altos de metales pesados. Para ello se debe de tener un control exhaustivo de los niveles de estas sustancias mediante el uso de técnicas analíticas previas a cualquier compra, así como unos controles periódicos de las mismas.

¿Qué factores son críticos a la hora de la compra de una materia prima?

Son varios y en ocasiones se encuentran muy interrelacionados entre sí. Los más relevantes, además de la calidad, son el precio y el servicio.

¿El precio es un factor que se pueda controlar en el tiempo?

No y es uno de los factores más importantes en la compra de materias primas, siendo una





“En China, el modelo económico ha pasado de enfocarse a las exportaciones a otro basado en el consumo interno. Esto hace que no haya tanta disponibilidad de materias primas y, por tanto, el precio suba”

durante el período de tiempo que dura la reposición para así evitar las posibles roturas de stock de tu almacén.

¿Dónde está el éxito en una compra de materias primas?

El éxito de una compra de materias primas depende en gran medida de que se pueda lograr una combinación razonable de la cantidad, la calidad, el coste y la disponibilidad del producto en el tiempo necesario.

¿Todas las empresas de AEFA compran sus materias primas en los mismos proveedores?

En este aspecto hay un amplio abanico de posibilidades, dado que la globalización permite tener una mayor accesibilidad a las materias primas a lo cual hay que unir el incremento actual de más fabricantes a nivel mundial.

Lo realmente importante es contar con una cartera de proveedores homologados que cumplan todos los requisitos exigidos de calidad, precio y plazos de entrega acordados.

Por una parte indicar que algunas empresas asociadas en AEFA son fabricantes de materias primas. Por otra parte, cada empresa cuenta con su propio departamento de compras que dada sus relaciones particulares con sus proveedores y catálogo de productos, se aprovisiona de unas u otras materias primas en concreto y no de todas las posibles.

Por último, hay empresas en AEFA que por nuestra capacidad de compra podemos ser a su vez suministradores de materias primas a terceros ya que cubrimos las necesidades de materias primas que necesitan en todo momento, garantizando siempre el mejor servicio, calidad y asesoramiento técnico de las mismas.

variable influenciada a su vez por otros muchos factores, algunos de ellos muy complicados de controlar o prever.

¿Nos puede decir algunos ejemplos al respecto?

Por una parte está el tipo de cambio euro/dólar. Las operaciones de compra de las principales materias primas se realizan en dólares y, por tanto, se ven muy influenciadas por la cotización del mismo. Así pues cuando el dólar está fuerte, los precios en euros son más beneficiosos, pero cuando la cotización es en sentido contrario, los precios se ven perjudicados. Los precios pueden sufrir oscilaciones en un sentido y en el otro.

Otro factor es el socio económico. Si tenemos en cuenta que un porcentaje muy alto de materias primas proviene de países poco estables políticamente, hace que la situación del país y el clima político puedan afectar a la disponibilidad de materias primas en momentos de crisis y por tanto afectará al precio de las mismas. Un ejemplo más concreto lo tenemos en China, donde el modelo económico ha pasado de enfocarse a las exportaciones a otro modelo basado en el consumo interno, lo cual hace que no haya tanta disponibilidad de materias primas y por tanto el precio suba. Ahora además se ha unido el hecho de la ralentización de su economía, lo cual hace que actualmente haya más disponibilidad de materias primas para la exportación y por tanto el precio de las materias primas haya descendido.

También está el factor de la oferta y la demanda. El punto de equilibrio es fundamental, pues si hay un exceso de demanda, el precio tiende a subir, pero ante un exceso de oferta, los precios se devalúan. Ante esta situación lo que interesa es desestacionalizar las compras. En determinadas materias primas como la Urea, se están construyendo numerosas fábricas a nivel mundial, lo cual puede afectar a la disponibilidad quizás excesiva de este producto, lo que pudiera afectar a los precios de la misma en el futuro.

Otro factor son las condiciones meteorológicas. Este es sin duda el factor más complicado de prever. Así pues, ante una catástrofe natural puede producirse la escasez de una determinada materia prima, lo cual llevará a un incremento en el precio.

¿Y en el caso de servicio de materias primas?

En toda compra de materias primas debemos tener controlada la variable 'servicio', pues es fundamental tener cubiertas todas las necesidades de materias primas a lo largo del tiempo. Para ello, se debe trabajar junto con tu proveedor aportándole tus previsiones semestrales, trimestrales o anuales de entregas de la materia prima. Una vez definidos tus stocks mínimos, debemos tener acordado con nuestro proveedor, cuál es su tiempo de aprovisionamiento, donde se incluya tanto el tiempo que transcurre desde que lanzas tu pedido, hasta el plazo de respuesta de tu proveedor; todo ello teniendo por presente los consumos que tendrías

Ricardo Villuendas Seguí y Luís Victorino Martínez

Un 20 aniversario siempre es motivo de celebración, pero también para recordar el pasado, reflexionar y tomar decisiones de calado acordes tanto con los nuevos tiempos como con la realidad y retos que se le plantean al sector de los Agronutrientes y Bioestimulantes agrícolas en un futuro inmediato.



Para reflexionar desde el pasado e ir proyectando el futuro, entrevistamos al actual presidente de AEFA, Ricardo Villuendas Seguí, persona de notable vinculación a lo largo de estos veinte años de existencia de la Asociación; y a Luis Victorino Martínez, actual director general de AEFA, profesional de reconocido prestigio tanto nacional como internacional, con toda su vida vinculada al sector agrario.

Ricardo Villuendas Seguí (R.V.) ¿Cuál ha sido su vinculación con la Asociación desde que se fundó?

Tengo el placer de ser cofundador de AEFA junto con ocho empresas más del entonces sector de los Fertilizantes y Afines. En la primera junta directiva fui nombrado Tesorero y desempeñé este cargo durante casi doce años. Posteriormente, a partir del año 2013 en el que fue elegida nuestra candidatura, he

venido ejerciendo en calidad de Presidente de AEFA.

Tengo que decir que mi vinculación con la Asociación ha sido siempre por convicción y por entender que debe ser el medio corporativo desde el cual todas las empresas del sector, deben prestar su colaboración y apoyo aunando esfuerzos para la defensa de los intereses comunes.

(R.V.) ¿En estos 20 años de existencia cuáles han sido las mayores dificultades a las que ha tenido que enfrentarse AEFA?

A la normalización y a la regulación del sector. A convencer a las administraciones públicas del espacio que entendemos nos corresponde ocupar, entre los fitosanitarios y los abonos convencionales. El definir con claridad lo que entendemos por Agronutrientes y el dotarnos de una

regulación apropiada a las características y tipología de gran parte de nuestros productos.

(R.V.) ¿Cómo fueron los primeros contactos con el Ministerio de Agricultura?

El primer contacto formal fue en el año 2005 tratando de convencer la necesidad de regular mediante una norma específica, los productos que habían quedado fuera de regulación en la transposición de la normativa de abonos CE a la legislación española, por motivo de la incorporación de España a la Comunidad Económica Europea.

Al principio entendían que se trataba de productos algo así como los que se anunciaban en TV de yogures con bifidus activos, después fueron entendiendo que se trataba de los mismos productos que algunos países europeos como Austria o Alemania lo tenían regulado (Strengtheners), y parecía algo serio, pero se incluían algunos productos que en España eran considerados plaguicidas, por lo que desde AEFA presentamos varias listas excluyendo las sustancias activas con acción directa pesticida y tomando como referencia por su acción, los productos a base de extractos de Algas Marinas.

(R.V.) ¿Cuál fue el primer hito histórico en el que AEFA se considera que tuvo una participación destacada en cuanto a la regulación o normativa?

La publicación de la O.M. 1470/2007 (Orden APA), que más que una verdadera regulación como pretendíamos, fue una solución a medias con bastantes indefiniciones y que no se ajustaba a la verdadera necesidad y que no se ajustaba a la verdadera necesidad que tenían las empresas fabricantes, aunque hay que reconocer que era mejor tener algo a no tener nada, lo cual también favorecía ciertos abusos que se hubieran podido atajar en gran parte con una mayor determinación y control por parte de las Administraciones.



(R.V.) ¿Cómo se plantea la proyección y objetivos de AEFA en un futuro próximo?

Como siempre se ha hecho por todas las juntas directivas que han ido pasando por la Asociación, es objetivo prioritario el seguir impulsando un mayor grado de profesionalización que se inició hace unos años. Primero creando el departamento técnico al frente del cual está D^a Victoria Cadahía en calidad de directora Técnica y que se ocupa del asesoramiento a las empresas en todo lo relacionado con los asuntos técnicos y regulatorios, informando puntualmente de los cambios y novedades que se producen en esta área. Y ahora incorporando al equipo la figura de Director general que ocupa Luis Victorino Martínez, quien asume el reto de liderar los proyectos para hacernos más fuertes, estar bien organizados y asumir el liderazgo que nos permita marcar las directrices en el mercado, generando confianza y prestigio a todos aquellos productos comercializados por las empresas asociadas a AEFA.

Luis Victorino Martínez (L.V.) ¿Cuáles son los objetivos a corto y medio plazo que se plantea en su nueva responsabilidad como Director General de AEFA?

Conseguir un Liderazgo en la agricultura Nacional e Internacional, desarrollando acciones que fortalezcan la representatividad, imagen y prestigio, no sólo de la Asociación sino también de todas las empresas adheridas, tanto individualmente como de forma colectiva.

(L.V.) ¿Cómo y qué recursos necesitarán para conseguir este objetivo?

Para ello será necesaria la divulgación y promoción en todos los foros Agrarios, a través de los medios de comunicación específicos de la agricultura y también los genéricos, asistiendo a jornadas, eventos, ferias agrarias y todas aquellas

Al intentar desde el Ministerio y desde las asociaciones del sector mejorar la situación desarrollando un nuevo RD con una base de mayor consenso, todo se esfumó al pronunciarse la Comisión Europea mediante un informe motivado en contra de su publicación en España.

(R.V.) En los últimos años ha habido muchos ¿Cómo se han afrontado todos estos cambios?

Durante este período hemos pasado por la etapa más intensa y compleja en cuanto a cambios regulatorios desde la fundación de AEFA, tanto a nivel de España como a nivel de la legislación europea.

Por todo ello, las empresas hemos tenido que afrontar durante este tiempo profundos cambios internos y fuertes inversiones para adaptarnos a las nuevas reglamentaciones y al mismo tiempo, dotarnos del personal adecuado en regulatory affairs para gestionar todo lo que esto conlleva.

(R.V.) ¿Cuál ha sido el impacto de toda esta maraña normativa sobre las empresas de AEFA?

Nuestras empresas poseen un dinamismo especial. Hemos demostrado una gran capacidad de adaptación y búsqueda de nuevos mercados, así como un notable impulso de la oferta con nuevos productos en el segmento de los Bioestimulantes agrícolas de efecto abiótico además de nuevas alternativas a base de microorganismos, abonos especiales, etc. Nuestro sector está impregnado de un gran espíritu de supervivencia y de superación de las dificultades, por ello y a pesar de todo, hemos sido capaces de seguir creciendo, creando empleo y riqueza. ¡Sencillamente admirable! Por eso queremos seguir demostrando a toda la sociedad y especialmente a la Administración

Española y a Bruselas, de lo que es capaz nuestro sector, reivindicando el respeto y el reconocimiento que nos merecemos.

(R.V.) En estos próximos meses finaliza el plazo dado por el MAPAMA para proceder a la retirada definitiva de los OMDFs a los que se les amplió el plazo de comercialización. ¿Qué se puede decir al respecto?

Después de varias conversaciones con el Mapama, solicitando una prórroga para los 244 productos OMDF que siguen en el mercado con plazos transitorios y cuyo plazo para su comercialización finaliza dentro de unos meses, hemos recibido notificación de la SG de Sanidad Vegetal, del texto proyecto de RD, por el que se modifica la disposición transitoria única del RD 951/2014, por el que se regula la comercialización de Determinados Medios de Defensa Fitosanitaria, con la finalidad de ampliar los plazos de comercialización adicional a 18 meses. Una vez cumplidos todos los trámites preceptivos y si todo va bien, aunque la publicación del RD se produzca una vez vencido el plazo de la autorización transitoria de algún producto, hay que destacar que el RD contempla el carácter retroactivo de la autorización.



Cambios destacados en normativas europeas y nacionales para fertilizantes

Legislación europea sobre fertilizantes:

- Reglamento (CE) 2003/2003 relativo a los abonos CE (Inorgánicos) + sus 9 modificaciones, ATP hasta el 2016.
- Proyecto de Reglamento UE de Fertilizantes y Bioestimulantes.

Producción ecológica:

- Reglamento (CE) 834/2007 sobre producción y etiquetado.
- Reglamento (CE) 889/2008 y sus disposiciones sobre Reglamento 834/2007.

Legislación nacional sobre fertilizantes:

- RD 824/2005 de fertilizantes (derogado).
- RD 865/2010 sobre sustratos de cultivo.
- RD 506/2013 de fertilizantes actualmente en vigor.
- O. AAA/2564/2015 de modificación de anexos del RD 506/2013.
- Nuevo Proyecto de modificación del RD 506/2013 (En trámite).

Normativa OMDF:

- Derogación ORDEN APA/1470/2007.
- RD 951/2014 de MDF.

actividades donde se concentren los distribuidores, cooperativas, organizaciones profesionales agrarias y, sobre todo nuestro cliente clave, que es el Agricultor.

(L.V) ¿Qué amenazas considera que tiene la Asociación actualmente?

La propia competencia y la legislación que emana de Europa que debe ayudar a la regulación definitiva de este sector, que es necesaria para proveer de inputs plenamente normalizados a los agricultores. Y por último debemos estar muy atentos a los cambios de hábitos de los consumidores y sobre todo a las exigencias de las cadenas alimentarias.

(L.V) ¿Y qué oportunidades ve en esta nueva etapa para AEFA?

Veo una tendencia favorable del mercado a este tipo de insumos sin residuos, baja o nula toxicidad, cumpliendo los parámetros de excelencia para un perfil medioambiental. Por otra parte, la aparición de nuevos segmentos de cultivos y mercados, cuyos productos elaborados por las empresas de la Asociación se adaptan perfectamente. Y por último la rápida evolución Tecnológica que desarrollan las empresas del grupo en su I+D+i, que les permite ser líderes en el sector de la Nutrición vegetal.

(L.V) ¿Desde el punto de vista de la comunicación, qué acciones contempla realizar?

Debemos ser muy activos en las relaciones con el Ministerio, OPA's, Cooperativas, Asociaciones de distribuidores (Fedisprove, Aprove, y las locales/provinciales), tratando de dar siempre argumentos sustentados en la investigación, la prueba y los resultados contrastados de todos los productos que estarán regulados por el nuevo Reglamento que se publicará en 2018 desde Europa y que cada País soberano de la Unión Europea deberá aplicar y cumplir.

Asimismo, el contacto y la relación permanente con los servicios de agricultura y medioambiente de las 17 CCAA, puesto que son el eslabón entre lo reglamentado y los propios usuarios o agricultores.

(L.V) ¿Por alusiones a la reglamentación en Bruselas, cómo estará presente AEFA en este foro?

Debemos realizar un Lobby inteligente con todos los que tienen el poder de legislación tanto en el Consejo Europeo como en el Parlamento y estar muy cerca del COPA COGECA en Bruselas, ya que son los auténticos representantes de los agricultores y a ellos debemos acercarnos mediante propuestas muy bien argumentadas desde el punto de vista científico

y técnico, para que la elaboración de dichos reglamentos permitan una comercialización responsable a las empresas y una utilización legal y segura para el agricultor.

(L.V) Estamos comentando muchas veces la relación con el agricultor, pero ¿con qué otro sector intermedio debe estar AEFA presente?

Debemos mantener una relación directa no sólo en despacho sino en campo con FEPEX, (Federación de Empresas Exportadoras), no debemos olvidar que España es el primer País exportador de Frutas y Verduras y junto con este tipo de asociaciones y las certificadoras, debemos demostrar los beneficios de la aplicación de cada producto y las consecuencias favorables a la hora de cumplir con los protocolos establecidos para la exportación de nuestras cosechas.

(L.V) ¿Cómo serán las relaciones con otros entes del sector agrario?

Mantendremos contactos periódicos con AEPLA, tanto su Director General como sus Técnicos, para acercar puntos comunes. Debemos estar presentes y ser miembros activos de la Fundación de Economía Circular, donde tenemos mucho que aportar y desde Europa se está apostando por esta vía con una fuerte inversión en recursos y divulgación. La relación con organismos europeos que luchan por los mismos intereses de AEFA, tratando de hacer alianzas para conseguir un intercambio de información, propuestas de mejoras, ideas, argumentos, etc. Así mismo no quiero dejar de mencionar nuestra relación con el Seprona, a nivel Nacional y local.

(L.V) Finalmente, para llevar a cabo todas estas múltiples acciones, claramente serán necesarios muchos recursos, ¿cómo AEFA se nutrirá de ellos?

En cualquier tipo de actividad, son necesarios los recursos tanto humanos como económicos, incluso en este tipo de Asociaciones que son sin ánimo de lucro. Tenemos decidido ampliar a un mayor número de empresas tanto nacionales como europeas que operan en nuestro país, invitándoles a ser miembros de AEFA, y con la aportación de nuevas cuotas nos facilite conseguir todos los objetivos que nos hemos planteado y toda esta actividad la desarrollaremos con la intención de alimentar a la Humanidad, cumpliendo con el principio de producir: Alimentos suficientes, seguros y saludables.



Huerto Urbano

AMOR POR LO NATURAL,
PASIÓN POR LO
AUTÉNTICO.

- Ideal para frutas, verduras y plantas aromáticas
- Apto para la Agricultura Ecológica
- 100% Materias primas naturales



SÍGUENOS EN NUESTRO CANAL YOUTUBE
www.compo.es

Paloma Pérez, secretaria general de la ANFFE

ANFFE, Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes, es una organización profesional sin ánimo de lucro, constituida en 1977, que agrupa a las principales empresas españolas fabricantes de fertilizantes así como a empresas productoras extranjeras con representación en el territorio español. Su misión es, entre otras, el fomento de un abonado de calidad y de una agricultura productiva sostenible. La asociación promueve y colabora en el desarrollo de la industria de los fertilizantes y la viabilidad de las empresas del sector. Paloma Pérez, secretaria general de la ANFFE nos habla en esta entrevista sobre los objetivos de la asociación y sus acciones más destacadas, del trabajo coordinado con las empresas asociadas, así como de los retos del sector o los avances en normativa, entre otros aspectos.



¿Qué objetivos se fija la Asociación a corto o medio plazo?

Los objetivos prioritarios de la Asociación son el aseguramiento de la calidad de los productos, la

adecuada aplicación de los fertilizantes al campo y en especial preservar la supervivencia de las empresas y la viabilidad del sector. La Asociación vela en todo momento para que las

nuevas disposiciones, tanto técnicas como legales, permitan que se cumplan estos objetivos. En este sentido, actualmente se está debatiendo en el Consejo y el Parlamento Europeo una propuesta de la Comisión sobre un nuevo Reglamento relativo a productos fertilizantes. El objetivo de la misma es armonizar a nivel europeo las disposiciones relativas a varios tipos de productos relacionados con la nutrición de las plantas: fertilizantes, tanto inorgánicos como orgánicos y organominerales, enmiendas, medios de cultivo, aditivos agronómicos y bioestimulantes. ANFFE está manteniendo una serie de reuniones y contactos con los representantes de ambas instituciones, con la finalidad de que se apruebe finalmente un texto que permita la puesta en el mercado de productos seguros, de calidad y eficaces agronómicamente, con los que se pueda continuar realizando una fertilización racional de los cultivos y que se asegure el adecuado abastecimiento de fertilizantes en el mercado de la UE.

¿Cómo valoraría el apoyo que reciben por parte de la Administración?

Las relaciones con la Administración son en general excelentes, existiendo una plena colaboración y un mutuo entendimiento, así como un continuo intercambio de información y de puntos de vista con todos aquellos departamentos ministeriales con los que se tiene contacto, principalmente del MAPAMA, en relación con asuntos tales como nuevos proyectos legislativos o modificaciones de la legislación sobre fertilizantes, fomento de buenas prácticas agrícolas, imagen de los fertilizantes, calidad y seguridad, etc.

Por su parte, la Asociación informa puntualmente a la Administración Española sobre los temas sectoriales de interés y solicita su colaboración para resolver diferentes problemas relacionados, entre otros, con la política comercial de la Unión Europea (derechos arancelarios, medidas antidumping, etc.).

En base a su experiencia, ¿cómo coordina ANFFE en el trabajo con las empresas asociadas?

ANFFE, que integra tanto a fabricantes nacionales de fertilizantes químicos inorgánicos como a extranjeros con representación en el territorio español, así como a empresas que ejercen actividades afines a la fabricación de fertilizantes, está constituida actualmente por 13 empresas: Fertiberia, Fertinagro Nutrientes, ICL Fertilizers, Eurochem Agro Iberia, Repsol, Timac Agro España, UBE Corporation Europe, Yara Iberian, Asturiana de Fertilizantes, Fertisac, Incro, Mirat Fertilizantes y Profersa. Este sector proporciona más de 1.600 empleos directos y en el entorno de 15.000 indirectos, en comercialización, transporte, envasado, minería, etc.

La Asociación mantiene una excelente coordinación con las empresas, proporcionándoles constantemente información precisa, tanto del mercado o de aspectos técnicos de los fertilizantes como de legislación (disposiciones oficiales de interés, estadísticas sobre el mercado de fertilizantes, información sobre conferencias y reuniones internacionales, nuevos proyectos, etc.). Es de destacar el firme apoyo y soporte técnico prestado por todos los fabricantes a las actuaciones de la Asociación, lo que permite tratar y resolver diferentes asuntos y cuestiones que se plantean en los distintos campos de actuación.

¿Cuáles son los retos fundamentales a los que se enfrenta el sector de abonos y fertilizantes?

En la actualidad hay una serie de retos a los que la industria española de fertilizantes debe enfrentarse para poder desarrollar adecuadamente su actividad y para que pueda ser competitiva. En la propuesta de la Comisión sobre productos fertilizantes hay una serie de aspectos que deben ser mejorados, ya que si se aprobara en los términos actuales, se permitiría la puesta en el mercado de algunos productos de peor calidad, que podrían incluso tener graves repercusiones para los suelos a largo plazo y que ade-

Anffe lleva a cabo actuaciones centradas en la información relacionada directa o indirectamente con los fertilizantes, en la legislación, etc. Ejemplo de ello:

- **Elaboración de las estadísticas sobre el mercado nacional de fertilizantes, con información sobre producción, ventas agrícolas y comercio exterior. Para su preparación ANFFE recibe periódicamente de sus miembros los datos de los productos que comercializan, mientras que parte de la información sobre comercio exterior de fertilizantes la obtiene de la Dirección General de Aduanas. Estas estadísticas son facilitadas periódicamente al Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), para su publicación oficial.**
- **Realización de diversos informes y estudios, así como folletos y posters divulgativos de los fertilizantes, cuya finalidad es dar a conocer el mercado nacional de los fertilizantes y divulgar el importante papel que dichos productos tienen en la nutrición de las plantas y en la seguridad alimentaria mundial.**
- **Actividades de representación de las empresas ante diversos organismos, tales como Ministerios, Consejerías, Organizaciones agrarias, Organismos de normalización, Centros de investigación, etc. y coordinación con otras entidades (públicas y privadas, nacionales e internacionales) en actuaciones de interés sectorial, colaborando estrechamente con ellas para la consecución de sus objetivos.**
- **Secretaría del Comité Técnico de Normalización sobre Fertilizantes, Enmiendas y Medios de Cultivo UNE/CTN-142, en el cual se elaboran normas nacionales sobre dichos productos y se participa en la tramitación de normas europeas e internacionales. En este Comité participan representantes de la Administración, así como de diversas entidades, asociaciones sectoriales y empresas.**

En todas las actividades de la Asociación, se mantiene una buena coordinación con las empresas, proporcionándoles información sectorial, tanto nacional como internacional.

más serían más caros por unidad de nutriente. La industria de fertilizantes minerales se encontraría en clara desventaja frente a los fabricantes de otros productos menos eficaces y menos seguros.

Un factor fundamental es el precio del gas natural, materia prima necesaria para la producción de fertilizantes nitrogenados. Al ser en la actualidad el gas natural más caro en España que en el resto de Europa y dado que los costes regulados (transporte, distribución de gas, etc.) cuestan el doble en nuestro país, la industria española no puede competir en igualdad de condiciones que sus vecinos europeos.

La industria está además en clara desventaja competitiva frente a países terceros en los cuales se encuentran importantes reservas de materias primas y cuyos costes de producción son inferiores. La consecuencia de esta situación es que las importaciones procedentes de estos países están aumentando, desplazando el consumo de los productos fabricados en nuestro país. Asimismo, las legislaciones medioambientales europeas, que son las más estrictas a nivel mundial, fijan unas limitaciones muy severas y penalizan a las industrias con unos costes añadidos que no tienen paralelismo en los países terceros. En este sentido, se debe evitar que se impongan unos límites de emisión de CO₂ tan restrictivos que puedan hacer inviable la fabricación de amoníaco en la Unión Europea, pudiendo impli-

car la dependencia del exterior de un producto que es fundamental para la fabricación de los fertilizantes.

La industria de fertilizantes europea, que es la más eficiente del mundo en términos de producción, consumos energéticos, etc. y que se ha adaptado a las regulaciones ambientales más exigentes a nivel global, podría verse en una situación de muy difícil supervivencia. Su desaparición afectaría de manera muy significativa a la agricultura europea e incrementaría además las emisiones a nivel global, ya que lo que no se produzca en Europa se tendrá que producir fuera, y al ser la industria Europea la menos contaminante del mundo, el balance global de emisiones aumentaría.

¿Cómo imagina la evolución del sector en los próximos años?

El sector de los fertilizantes minerales seguirá proporcionando productos seguros y de calidad a la agricultura. Además, continuará apostando por la investigación y el desarrollo de nuevos productos, encaminados a una mejora de la eficiencia de la fertilización y a un mayor respeto al medio ambiente, explorando nuevas materias primas procedentes de la valorización de algunos subproductos, en línea con el futuro Reglamento europeo de fertilizantes. Estos nuevos productos coexistirán con los fertilizantes minerales tradicionales, que ya han demostrado a lo largo de

Acciones más destacadas de ANFFE en 2016

- La Asociación ha sido muy activa en el pasado año y ha estado presente en diversos actos y reuniones que se han celebrado en relación con los fertilizantes. Ha prestado una especial atención al seguimiento de la futura legislación europea de fertilizantes, participando muy activamente en los debates sobre la propuesta de Reglamento, y ha mantenido diversas reuniones, tanto con representantes del Consejo como con parlamentarios europeos. Además, entre otras acciones:
- Ha elaborado un video institucional, que muestra información sobre la importancia de los fertilizantes y sobre las empresas de la Asociación, que está disponible en la página web de ANFFE.
- Ha participado en la elaboración de dos pósteres digitales sobre el almacenamiento y el transporte de los fertilizantes, en los que se recoge información práctica para realizarlos correctamente. Los pósteres, que están disponibles también en la página web de ANFFE. También incluyen buenas prácticas de manejo para los fertilizantes a base de nitrato amónico, los cuales requieren además otras especificaciones por las características del producto.
- Ha colaborado en la celebración del Día Mundial de los Fertilizantes, fijado en el 13 de octubre, fecha que coincide con el aniversario de la patente de Haber-Bosch sobre la síntesis del amoníaco, tecnología que permite producir fertilizantes a partir del nitrógeno atmosférico. Esta invención está considerada como una de las más importantes en la historia, debido a que los fertilizantes son una solución global al problema de la escasez de alimentos en el mundo y uno de los factores clave que contribuyen a la mejora de la agricultura del futuro.

muchos años su eficacia y su contribución a la mejora de la producción de los cultivos.

En el futuro se seguirá empleando el criterio de aplicación racional de los fertilizantes y se incorporarán nuevas tecnologías, enfocadas a un mejor manejo del agua y de los nutrientes. Para que el agricultor pueda seguir obteniendo productos de calidad y unos buenos rendimientos de sus cosechas y para que pueda mantener en sus explotaciones unos suelos fértiles, deberá reponer continuamente los nutrientes que han sido extraídos en las cosechas anteriores mediante una adecuada fertilización.

Además, no debemos olvidar que, para poder alimentar de manera adecuada a la población mundial, que está en constante crecimiento, hay que conseguir un aumento de la productividad agrícola. Esto se puede lograr gracias a una intensificación sostenible, para lo cual juega un papel fundamental el uso adecuado de los fertilizantes.

¿Cuál es su opinión sobre los avances que se están llevando a cabo en materia de normativa?

En ANFFE consideramos que hay una serie de aspectos de la propuesta que se deben mejorar, como por ejemplo: A) validez agronómica: se ha priorizado la economía circular y la utilización de algunos residuos sobre aspectos tan importantes como la salud y la seguridad de los consumidores y del medio ambiente o sobre la validez agronómica de los productos. Aunque la idea

de reciclar nos parece correcta, debe de hacerse con los debidos controles, de forma que se evite que determinados residuos que no sean seguros ni válidos para la nutrición de las plantas se puedan emplear en la agricultura sin ningún control. B) reconocimiento mutuo: la Comisión ha querido eliminar los problemas con el reconocimiento mutuo de los productos que no están actualmente armonizados y que están regulados por las legislaciones nacionales, pero ha previsto un sistema en el que en el futuro coexistirá el Reglamento europeo con las legislaciones europeas, por lo que podrán seguir apareciendo problemas con el reconocimiento mutuo. C) definición de fertilizante: no está muy clara la distinción entre los fertilizantes (que aportan nutrientes) y otros tipos de productos que mejoran la eficiencia de la nutrición (enmiendas, medios de cultivo, aditivos agronómicos o bioestimulantes), ya que la actual definición sobre productos fertilizantes incluida en la propuesta, al englobar a diversos tipos de productos, con diferentes funciones, puede producir confusión en el agricultor. D) trato discriminatorio: en cuanto a los contenidos en nutrientes, la declaración, el etiquetado o las desviaciones que se admiten en el contenido de los mismos, así como los límites para los metales pesados, etc. son claramente discriminatorios para los fertilizantes minerales, en favor de los productos orgánicos y los obtenidos a partir de residuos, habiéndose fijado sin tener en cuenta ni criterios científicos ni el objetivo de lograr una productividad y una rentabilidad de

la agricultura europea. E) contenido de nutrientes: para que los fertilizantes sean eficaces, deben tener unos contenidos de nutrientes adecuados y no tan bajos como los que en algunos casos se han propuesto y los nutrientes deben estar en formas que sean asimilables por los cultivos. Además, es imprescindible que los productos demuestren, previamente a su comercialización, su eficacia agronómica, para evitar que los suelos agrícolas se conviertan en vertederos de residuos con escaso valor agronómico. F) etiquetado: el etiquetado debe ser claro y exhaustivo, debiéndose incluir toda la información sobre los nutrientes disponibles y sus solubilidades, para que el agricultor pueda elegir el producto más adecuado a las necesidades de los cultivos y a las condiciones y características del suelo y del clima. Con ello se logrará una mejor eficiencia en el abonado y respeto al medio ambiente. G) cadmio: se han propuesto unos límites que son excesivamente restrictivos para los abonos con fósforo, que son inasumibles por la industria y que no están justificados por razones de salud, seguridad y medio ambiente. Además, dejaría en manos de un país el principal abastecimiento de roca fosfórica al mercado de la UE. Esto afectaría negativamente al mercado de fertilizantes fosfatados y abonos complejos y podría tener como consecuencia unos mayores costes para los agricultores. En base a los últimos estudios científicos, consideramos que con un nivel de 90 mg Cd/kg P2O5 se puede garantizar la protección de la salud y el medioambiente, al tiempo que se pueda asegurar el adecuado suministro de abonos con fósforo en el mercado europeo. De acuerdo con el calendario previsto, los debates en el Consejo y el Parlamento Europeo terminarían en este presente año, con el fin de que se pudiera aprobar el texto a finales de 2017 y que entrara en vigor en enero de 2018. No obstante, dada la complejidad del tema y el elevado número de Estados miembros que intervienen en las negociaciones, el proceso se está alargando, por lo que es posible que el calendario inicialmente previsto pudiera retrasarse. Además, debido a la novedad que supone el esquema previsto en el Reglamento, basado en un sistema de verificación de la conformidad de los productos y ante la gran disparidad de nuevos productos, varios Estados miembros y diversas organizaciones han solicitado que se introduzca un periodo transitorio, por lo que la posible aplicación del Reglamento podría retrasarse aún más.



ESPECIALISTAS EN SUSTRATOS PARA PLANTAS



Nuestra amplia experiencia como fabricantes de productos orgánicos y sustratos nos permite disponer de una extensa gama con garantías. Más de 50 años en el mercado (desde 1965) avalan la actividad de BURÉS.

Burés, la buena tierra.

Burés S.A.U.

Camí de les Ràfoles, s/n · Apartado de Correos, 174
08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) Spain
Tel. +34 93 640 16 08 · Fax. + 34 93 640 17 02
bures@buressa.com · www.bures.es



Insecticida orugas y procesionaria del pino



Insecticida ecológico para el control de las orugas y larvas en los primeros estadios de desarrollo. Beneficios: acción por ingestión, no deja residuos y es inocuo para los organismos beneficiosos. Producto respetuoso con el medio ambiente y aplicable en agricultura ecológica según el reglamento CE 834/2007.

www.fertiberia.es

Fungicida Polivalente

Fungicida Polivalente sistémico listo al uso, para aplicar directamente pulverizando sobre las plantas.

Es muy eficaz contra oídio, royas, manchas negras y antracnosis. También se puede usar como preventivo. Además está disponible como Fungicida polivalente concentrado que se aplica por pulverización, previa disolución en agua.

Actúa sobre las mismas enfermedades que el anterior, presentes en cultivos de flores y arbustos ornamentales.

www.ibercampo.es



Fungibac, nuevo fungicida de la gama Bioflower



Fungicida apto para la agricultura ecológica, con poder fúngico y bactericida. Eficaz contra las enfermedades de cuello. Procede de extractos naturales de quitosano, de origen orgánico y totalmente biodegradable. Se puede usar en plantas ornamentales o cultivos hortícolas. Con su uso se consigue aumentar la masa radicular y, por tanto, conseguir mayor crecimiento y más vigor; mayor protección frente a las enfermedades del cuello; limita la difusión de las toxinas fúngicas en la planta; regenera más rápidamente las zonas afectadas. Dentro de la gama Bioflower, cabe destacar también el Insecticida Ecológico, que controla cochinillas, pulgones y mosca blanca.

Gracias al contenido de aceite mineral, deja sobre los árboles y cultivos una fina película protectora, que asegura la efectividad en el tiempo del producto.

www.productosflower.com

Herbicida listo uso

Roundup es un herbicida para eliminar todo tipo de malas hierbas. Contiene glifosato y ácido pelárgico que permitirá ver los efectos del herbicida después de seis horas desde la aplicación.

www.massogarden.com



Crece la nueva gama de biocidas Prevalien Pro

Goizper Biotechnology presenta nuevas referencias de su gama de biocidas, Prevalien Pro. Dichos productos constituyen una protección inteligente y fácil de usar para eliminar y prevenir la aparición de intrusos en el hogar y jardín.

- Aerosol Insecticida Rastreros (cucarachas, hormigas, chinches, pulgas...) con efecto barrera y de rápida actuación. Incluye cánula de aplicación para lugares de acceso difícil.
- Aerosol Insecticida Voladores (moscas, mosquitos, polillas...) con eficacia duradera y fórmula profesional.
- Insecticida "Descarga Total" con válvula reguladora para activar y detener su aplicación en el momento deseado. Es polivalente para insectos rastreros y voladores. Hasta 100 m³ de cobertura de superficie.
- Portacebos Precargado listo para su uso sin manipulación y reutilizable.
- Trampa Adhesiva para ratones y cucarachas en la que el insecto/roedor queda pegado de forma segura y limpia. Listo para usar. Libre de biocidas.

www.goizper.com



Compo Triple Acción Protección 3 en 1

Insecticida, fungicida y acaricida. Elimina los insectos, hongos y ácaros en un solo producto.

Actúa como tratamiento preventivo y curativo.

Indicado para todo tipo de plantas

Resultados garantizados en 24 horas.

Pistola de 750 ml.

www.compojardineria.es

Insecticida Universal Rastreros y Voladores Vital Plant



Actúa de forma eficiente contra mosquito tigre (mosquito que transmite el virus zika) mosca, avispa, polilla de la ropa, hormiga, cucaracha, pececillo de plata, araña y pulgas. Efectividad inmediata. Efecto laca insecticida. Aplicación en zócalos y marcos de ventanas, en ambiente o directamente sobre el insecto. Composición: cifenotrin 0.15 %, praetrina 0.75 %.

www.vital-plant.es

No emite ningún gas contaminante a la atmósfera

Flairosol de Semillas Batlle cuenta con una cuidada línea, ergonómica, cómoda y de fácil utilización. Su pulverización, con un tamaño de gota diminuto, permite maximizar la penetración del producto a todos los puntos y llegar fácilmente al reverso de la planta. Versátil envase que funciona perfectamente en cualquier ángulo de aplicación, incluido cuando se invierte totalmente. Producto respetuoso con el medio ambiente (*eco friendly*). No emite ningún gas contaminante en la atmósfera.

www.semillasbatlle.com



Eficacia durante más tiempo

Rapid Anti-avispas es una microemulsión insecticida concentrada especialmente indicada por su composición en materias activas y disolventes para el control de avispas pudiendo actuar eficazmente contra otros insectos voladores. Rapid anti-avispas se formula como aerosol en seco, lo que permite mantener su eficacia durante más tiempo así como una mayor capacidad de penetración en los sitios típicos de anidamiento de las avispas.

www.vitaterra.es

PULVERIZAN TODO LO CONOCIDO Y REANIMAN LAS VENTAS

La nueva gama de pulverizadores Flairosol ya está aquí para triunfar con una línea de 4 REVITALIZANTES, 2 ANTIPLAGAS, 1 INSECTICIDA y 1 TRIPLE ACCIÓN ECO.

Y además, con el atractivo del impactante envase Flairosol de diseño revolucionario y unas formulaciones creadas y pensadas para romper con todo lo conocido y conquistar el mercado.

¡ Que no te falte la gama completa Flairosol !



Opinan los profesionales del sector

“La normativa sobre productos fitosanitarios está avanzando con la finalidad de poner en el mercado productos más respetuosos para el medio ambiente. Debemos realizar una labor muy importante en investigación, con la finalidad de mejorar la eficacia de los fitosanitarios y para poder cubrir las necesidades del aficionado a la jardinería. Por otra parte, siguen teniendo un gran peso los productos ‘listo uso’, así como los productos antiplagas para combatir los daños que afectan al hogar”.

Alvaro Gallardo Abad, jefe de Jardín y Áreas Verdes de Fertiberia

“Debemos partir del principio de que el empleo de productos fitosanitarios resulta imprescindible por razones técnicas, económicas y sociales. Estos hacen posible el que se pueda contar con alimentos de calidad, en la cantidad que marca la demanda, y exentos de microorganismos peligrosos para la salud. Más allá de esta realidad, el manejo adecuado de los productos fitosanitarios es una exigencia en el contexto de sostenibilidad en el que se sitúa la jardinería en los países desarrollados. Debemos avanzar hacia una agricultura respetuosa con el entorno y una mayor implantación de la gestión integrada de plagas.

La normativa de seguridad actual y la calidad con que trabajan los laboratorios I+D+i de las empresas garantizan la seguridad de los productos, el avance hacia nuevos plaguicidas cada vez más eficientes, sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Cada nuevo producto es el resultado de un profuso trabajo, tanto en el laboratorio como en el campo, en el que participan científicos de distintas áreas, como son agrícola, ambiental o salud. Ibercampo cada día apuesta más por la ampliación de su Gama Naturen (productos para cultivos biológicos) y centra su trabajo en el objetivo de ofrecer una completa gama de productos eficientes y respetuosos con el medio ambiente.

Otra de tendencias del mercado es la búsqueda hacia la comodidad de uso, lo que repercute en el ámbito del marketing. En este sentido, adquieren gran protagonismo los formatos que facilitan el trabajo, como es el caso de los productos ‘listo al uso’.

Ana Gómez, de Ibercampo

“La demanda en el *garden* tiende hacia productos específicos y eficaces para combatir la mayor parte de insectos y enfermedades. Por lo que respecta a los abonos, tienden a venderse aquellos que presentan una buena relación calidad/precio.

Existe un aumento considerable de los abonos autorizados en agricultura ecológica. Avanza y crece de manera considerable el desarrollo de nuevos productos. Notamos un optimismo por lo que respecta al sector, el mercado no decrece como en los últimos siete años, sino que desde 2014 vemos una mejora en las ventas y en consecuencia la creación de nuevos productos”.

Jaume Racó, de Massó Garden

“Cada vez son demandados en mayor medida los productos de origen natural con una muy baja formulación química, estaríamos hablando de productos elaborados a partir de productos naturales, abonos orgánicos fabricados con estiércoles y algunos subproductos de la industria alimentaria ecológica. Para fitosanitarios la demanda del cliente va en la misma línea, quieren productos de bajo impacto ambiental sin plazos de seguridad válidos para producción ecológica. Hasta junio del año 2015 existía un reglamento que permitía y amparaba la investigación y comercialización de productos de esta índole, los fitofortificantes. Estos tuvieron una enorme aceptación entre los clientes ya que garantizaban productos para la alimentación exentos de tóxicos químicos, pero actualmente dicho reglamento está derogado. Supongo que esta enorme aceptación generó miedo en las multinacionales que controlan el sector y presionaron sobre la Administración para acabar con los fitofortificantes. Por otro lado, en cuanto a los tipos de abono más demandados, hace años tenían mucho éxito las especialidades. Actualmente, y supongo que por efecto de la crisis, tan solo la demanda enfocada al huerto urbano tiene cierto tirón, y sobre todo se centra en los productos genéricos tipo multiuso. Desde Vitaterra hemos apostado por estas dos vías, aumentando la oferta tanto en la gama de productos para la huerta como en el tipo de presentaciones. Además, actualmente elaboramos una gama de fertilizantes enfocados directamente a promover la recuperación de las plantas tras un ataque de una plaga o una enfermedad, y son productos que disponen del sello ecológico”.

Isidoro Álvarez, responsable de Producto División de Jardinería y Hortofrutícola de Mirat Fertilizantes

Jardineros

www.jardineroshoy.es

● PAISAJISMO

Jardines del Príncipe de Gerona



● PROYECTOS

-Superficie verde de 6.400 metros cuadrados en plena autovía de Gerediaga-Elorrio
-Ignacio Solano diseña y coordina el jardín vertical más grande del mundo

● CITAS DEL SECTOR



La *Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales* celebra su 10ª Jornada sobre Fertilización para una Agricultura Sostenible

● EL RINCÓN DE FERNANDO POZUELO

La mujer, protagonista en la nueva colección de jardines de Fernando Pozuelo

● AGENDA



DOS MÁQUINAS DE JCB HAN SIDO NOMBRADAS COMO 'PRODUCTO DEL AÑO' EN SIMA 2017



Dos de los productos más innovadores de JCB han sido nombrados “Máquinas del Año 2017” en SIMA, una de las principales ferias agrícolas del mundo.

nuevos productos llevaron a cabo su debut internacional. Un portavoz de JCB comentó: “Estamos encantados de haber ganado ambos

La serie 8000 JCB Fastrac recibió el premio en la categoría de Tractores de 280-400 CV y la manipuladora telescópica JCB Agripro Loadall consiguió el premio en la sección de Manipulación. Los premios fueron entregados en la feria de SIMA en París, donde los

premios, que son un tributo a todo el equipo de JCB que participa en el diseño, la ingeniería y la fabricación de estos dos productos innovadores”. El Fastrac Serie 8000 ganó el premio gracias a su velocidad, confort e innovación. Las JCB Agripro Loadalls cuentan con una exclusiva transmisión DualTech VT, que ofrece a los clientes lo mejor de ambos mundos, al combinar la flexibilidad de precisión de la hidrostática con la velocidad y la aceleración del powershift en una sola transmisión. La “Máquina del Año” hace honor a los productos agrícolas más innovadores y los ganadores son elegidos por un jurado de periodistas europeos especializados en maquinaria agrícola. Para poder competir, las máquinas deben comercializarse en al menos cinco países europeos.

FINALIZA EL CURSO DE JARDINES VERTICALES IMPARTIDO POR IGNACIO SOLANO

Un total de 30 alumnos han participado en el Curso Profesional de Diseño y Construcción de Jardines Verticales, impartido por el biólogo Ignacio Solano, en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas de la Universidad Politécnica de Madrid

(UPM). En este seminario, los asistentes han aprendido a afrontar cualquier proyecto de jardinería vertical. En palabras de Solano, “este curso ha sido muy enriquecedor y los alumnos se han mostrado muy receptivos e interesados. Espero y deseo que todos ellos se sumen a

la red mundial de constructores de ecosistemas verticales para conseguir que nuestras ciudades sean un poco más habitables y ecológicas”. Durante estos cinco días que ha durado el curso, además de las clases impartidas en el aula, se han realizado varias visitas: una a la azotea verde situada en el campus, y que ha contado con la presencia del reconocido catedrático Julián Briz; otra al Banco de Semillas de la universidad, con la representación del subdirector Santiago Moreno y finalmente al Laboratorio Edáfico, que dirige el reconocido investigador Alberto Masaguer. Asimismo se ha donado un jardín vertical a la Universidad, en cuya construcción han participado más de una veintena de alumnos de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas. Durante el curso se ha mostrado cómo hacer uso del sistema de construcción de ecosistemas verticales, desarrollado y patentado por Paisajismo Urbano.



AEFA Y COIAL FORMARÁN A INGENIEROS AGRÓNOMOS ANTE LA FALTA DE ESPECIALISTAS EN AGRONUTRIENTES Y BIOESTIMULANTES AGRÍCOLAS

Conscientes de la necesidad de encontrar ingenieros agrónomos especialistas en agronutrientes y bioestimulantes agrícolas (hasta la fecha siempre han sido formados por las propias empresas), AEFA (Asociación Española de Fabricantes de Agronutrientes) y Coial (Colegio de Ingenieros Agrónomos de Levante) se propusieron formar a profesionales en la gestión de la innovación y transferencia tecnológica en agronomía vegetal. Poco tiempo después, exactamente el 3 de marzo de este año en las instalaciones del Salón de Actos de Cajamar en Valencia (España), se ha inaugurado oficialmente el curso *Programa de experto profesional en agronutrientes y bioestimulantes agrícolas*.

Las temáticas del programa contemplan áreas como la nutrición de plantas (análisis y diagnóstico, fertirrigación, fertilización foliar, biocontrol, TIC's aplicadas a la nutrición vegetal, bioestimulación...), la regulación del mercado en el ámbito de la Unión Europea y la dirección de ventas, un perfil cada vez más demandado (análisis de mercados, redes de ventas, dirección de equipos, previsión y organización de ventas), etc.

El acto inaugural del programa ha estado presidido por Roger Llanes,



director general de Agricultura, ganadería y Pesca de la Comunidad Valenciana; Eduardo Holgado, director territorial de Cajamar Caja Rural SCC; D. Ricardo Villuendas, presidente de AEFA; Baldomero Segura, decano de Coial; Estefanía Hinarejos, coordinadora del módulo Regulación; Salvador López, coordinador del módulo Nutrición de Plantas y Jaime Picher coordinador del módulo de ventas. El mismo ha estado arropado por representantes de numerosas empresas asociadas a AEFA y su director general Victorino Martínez. En el *Programa de experto profesional en agronutrientes y bioestimulantes agrícolas*, una vez finalizado —abarca el periodo de abril a diciembre—, se creará una bolsa de trabajo a disposición de las empresas de AEFA,

promotoras de esta iniciativa. Se calcula que en los próximos años se generarán alrededor de 200 puestos para ingenieros agrónomos en las empresas del sector. Durante el acto, en opinión de Baldomero Segura, “la alta demanda de ingenieros agrónomos especializados en este sector habla de potenciar las empresas del sector, que han sabido conquistar y aportar valor a los mercados. El Coial quiere ser el ‘proveedor’ de mano de obra especializada y evitar que queden puestos de trabajo sin cubrir, algo que ya está empezando a suceder. Los colegios profesionales tenemos que ser intermediarios entre los profesionales y las empresas y conocer las tendencias del mercado para cubrir la demanda que se genera”.

CONCURSO DE PRODUCTO INNOVADOR PARA LA JARDINERÍA

Burés mantiene abierta la segunda convocatoria del *Concurso Innovador para la Jardinería*. El objetivo es promover la actividad jardinera y premiar las mejores ideas y proyectos propuestos por los concursantes, relacionados con el suelo o la tierra de jardín. Pueden participar personas, grupos de personas, colectivos,

empresas, estudiantes, de todo el mundo, mayores de 16 años. La fase de inscripción ya está abierta y se puede formalizar desde la web de Burés, S.A.U. El ganador tendrá la posibilidad de presentar su proyecto en las jornadas técnicas de Burés, que tendrán lugar a finales de noviembre, y recibirá un premio de 3.000 euros.



SUPERFICIE VERDE

de 6.400 metros cuadrados en plena autovía de Gerediaga-Elorrio

Grupo Projar ha creado una superficie vertical verde de más de 6.400 metros cuadrados, ubicada en plena autovía de Gerediaga-Elorrio en la provincia de Bizkaia, para integrar una carretera por la que pasan 12.000 vehículos diarios.



Pese a ser un año seco, la compañía ha conseguido crear un suelo fértil de manera totalmente vertical en un terreno de hormigón no apto para el desarrollo vegetal. El talud, con una dimensión de 6.400 metros cuadrados, ha sido recubierto vegetalmente mediante un sistema por el que se han instalado 12.800 metros cuadrados de malla volumétrica que ha conseguido un espesor de aproximadamente 50 milímetros. Este espesor es la cuna para introducir un total de 512 metros cúbicos de sustrato y 100 kilos de semillas.

Este sistema de recubrimiento vegetal de muros y mallas volumétricas aúna la integración paisajística y la sostenibilidad. Para la creación de este suelo fértil en un

punto en que, por sus características físico-químicas y estructurales, o por su pendiente, se imposibilita el extendido de tierra vegetal, se ha contado con un sustrato de tres componentes.

Sustratos

Entre los sustratos, destaca la fibra de madera, exenta de contaminantes y con PH neutro, que debido al entrelazamiento de sus fibras, forma una matriz resistente y porosa que estructura el sustrato y lo protege de la erosión hídrica.

Aparte de este compuesto, la cama para crear suelo fértil cuenta con sustrato de granulometría media, libre de patógenos y de semillas de malas hierbas que contiene agentes biológicos activos. Estos se en-

cuentran de forma natural y ayudan a evitar enfermedades en la planta y lograr un crecimiento sano.

La mezcla cuenta además con un compuesto a base de hidrocoloides vegetales que tiene como objetivo estabilizar todos los componentes de la proyección de sustratos. Así, los fija en el interior de la estructura que los alberga y mantiene unas condiciones ideales para la germinación de la semilla ya que mantiene la humedad y favorece la porosidad.

Mallas volumétricas

Para revestir el talud y lograr crear esta cuna perfecta donde descansa el suelo fértil, Grupo Projar ha diseñado un sistema de mallas volumétricas anclado a la superficie de hormigón mediante bulones y anclajes de acero. Este sistema es necesario ya que la morfología de estos taludes es irregular y se necesita adaptar el sistema a los relieves que contiene el talud.

El responsable de la Oficina Técnica de Grupo Projar, Pablo Navarro, explica que "en este tipo de obras nuestro objetivo fundamental es la integración paisajística de la obra en el territorio. Para ello, creamos un estrato fértil y estable sobre superficies compactas y/o impermeables y posteriormente aplicamos semillas de vegetación resistente y adaptada a estas especiales condiciones".

En este mismo sentido, destaca: "se trata de soportes muy duros y en ocasiones totalmente verticales donde conseguimos establecer cubiertas vegetales que de otro modo serían imposibles".



Sea cual sea la necesidad de su negocio,
 con el **Renting Flexible** de **Northgate**
 tendrá los vehículos que le hacen falta
 en cada momento.



Furgonetas • Furgonetas Isotérmicas • Furgones • Furgones Isotérmicos
Vehículos eléctricos* • Camiones hasta 3,5 Tn



SIN PERMANENCIA

Podrá devolver su vehículo cuando quiera, a partir de un mes, sin penalizaciones.



RÁPIDO

Su vehículo, operativo en un plazo de 48 horas.



CERCA

Siempre cerca de su negocio, con la mayor red de delegaciones del renting nacional para ayudarle.



VEHÍCULO DE SUSTITUCIÓN

Tantos vehículo de sustitución como necesite. Siempre de la misma categoría.

* Consultenos las condiciones de contratación para los vehículos eléctricos

TODO INCLUIDO EN UNA SOLA CUOTA:

- Mantenimiento y revisiones • Seguro a todo riesgo sin franquicia • Asistencia 24h
- Cambio de neumáticos • Impuestos de matriculación y circulación • Tasas de ITV

900 923 900 | www.northgateplc.es

NORTHGATE
 Renting Flexible



LA "CÁTEDRA FERTIBERIA DE ESTUDIOS AGROAMBIENTALES" CELEBRÓ SU 10ª JORNADA SOBRE FERTILIZACIÓN PARA UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE

La Jornada, celebrada el pasado 16 de marzo de 2017 en la ETSIAAB de la Universidad Politécnica de Madrid, contó con la asistencia de más de doscientos participantes: representantes del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (Mapama), de las Comunidades Autónomas, de asociaciones agrarias, agricultores, investigadores, estudiantes vinculados a la agronomía y a las ciencias ambientales, profesores universitarios y demás profesionales del sector agrícola.

La inauguración de la Jornada corrió a cargo de Fernando Miranda, director general de Producciones y Mercados Agrarios del Mapama, de Luis Ricote, director de la nueva escuela Etsiaab y de Javier Goñi, presidente de Fertiberia.

El director general destacó la novedad del tema elegido para la sesión y la importancia del concepto de economía circular en el texto de la nueva propuesta de Reglamento Europeo sobre fertilizantes. Recalcó asimismo la importancia y la necesidad

de utilizar todas las materias primas con valor agronómico, pero siempre con las debidas garantías.

Javier Goñi, presidente y CEO de Fertiberia, incidió en la estrecha colaboración de Fertiberia con el mundo académico,



demostrada por la continuidad de las actividades emprendidas por la compañía en este ámbito. También señaló que este año se celebra el 10º aniversario de la Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales, constituida en 2007 por el rector de la UPM y el presidente de Grupo Villar-Mir.

Se presentaron un total de seis ponencias: María Blanco, investigadora del Ceigram, introdujo el tema central de la Jornada hablando sobre “La economía circular en el sector agrario: implicaciones económicas”. Destacó la importancia del “paquete de economía circular” adoptado por la Comisión Europea en diciembre de 2015 y los retos y oportunidades que supone para el sector agrario europeo. Señaló también las oportunidades de negocio e incidió en la creación de empleo verde, dos millones de puestos de trabajo.

M^a Luisa Ballesteros, consejera técnica del Mapama, habló sobre *La nueva legislación de fertilizantes en el contexto de la economía circular*. Explicó la estructura de la nueva regulación e indicó las preocupaciones del Mapama en relación al texto, en particular al control del mercado, la eficiencia agronómica y la calidad de los productos, los límites en contaminantes, las tolerancias, el etiquetado, los procedimientos de evaluación de conformidad de los productos, etc.

Carlos García Izquierdo, profesor de Investigación del CSIC en el Cebas de Murcia, trató el tema del *Uso en agricultura de residuos orgánicos como fertilizantes*

y *enmiendas: pros y contras de una realidad*. Indicó que el suelo es el soporte de la agricultura. Subrayó la necesidad de llegar a un compromiso entre “producción” y “sostenibilidad ambiental del ecosistema agrario” y que para salvaguardar la calidad y fertilidad edáfica de los suelos es evidente la necesidad del uso de fertilizantes y enmiendas orgánicas. Enumeró los pros y contras de la aplicación de enmiendas orgánicas, generadas frecuentemente a partir de residuos de carácter orgánico y habló de los riesgos que supone la utilización de materiales que no tengan la calidad adecuada.

Antonio Morán, director del Instituto de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Biodiversidad de la Universidad de León, presentó la charla *La recuperación de nutrientes para su uso en la fabricación de fertilizantes minerales. Encuadramiento en las políticas y medidas adoptadas por la unión europea*. Mostró las líneas maestras del Programa Horizon 2020 Nutrient Recovery from Biobased Waste for Fertiliser Production (NewFert). Justificó el proyecto basándose en informes y proyectos de la UE, como la recuperación de fósforo en forma de struvita o el potencial de utilización de los subproductos de procesos térmicos. Expuso las ventajas y las dificultades que conllevan estos proyectos. Por último, mencionó que convertir a Europa en una sociedad de reciclaje solo es posible a través del “reciclaje por ley”.

Javier Brañas, director de I+D de Fertiberia y NewFert Project Coordinator. Se

refirió también al *Proyecto Newfert. Nutrient recovery from biobased waste for fertilizer production*. Durante su intervención destacó el objetivo del proyecto NewFert, que es la construcción de un concepto innovador en la industria de fertilizantes a través del desarrollo de una nueva cadena de valor basada en procesos de recuperación de nutrientes procedentes de residuos para la fabricación de abonos. Pero eso sí, de una forma que garantice la seguridad en la producción y en el manejo de las nuevas materias primas, la disponibilidad, la calidad, la estabilidad, la adecuación, la eficiencia agronómica y, por supuesto, la viabilidad económica. Destacó también que el proyecto, aprobado por la Comisión Europea (BBI JU), ha sido el primero dentro de esta iniciativa coordinado por una empresa española, Fertiberia.

Javier González Paloma, director de Innovación Agronómica de Fertiberia, habló de *Fertiberia y la innovación*. Explicó cómo trabaja Fertiberia en materia de innovación, en colaboración con las universidades o con centros tecnológicos. Dio una serie de ejemplos de los últimos éxitos conseguidos, tanto de desarrollo propio como externo: el nuevo NPK Olivo y la nueva línea de NPK SulfActive. Por último, anunció el lanzamiento al mercado de la nueva familia de productos NPK Advance.

La Jornada fue clausurada por la directora de la Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales, Carmen Cartagena.

Ignacio Solano

diseña y coordina el
jardín vertical más
grande del mundo

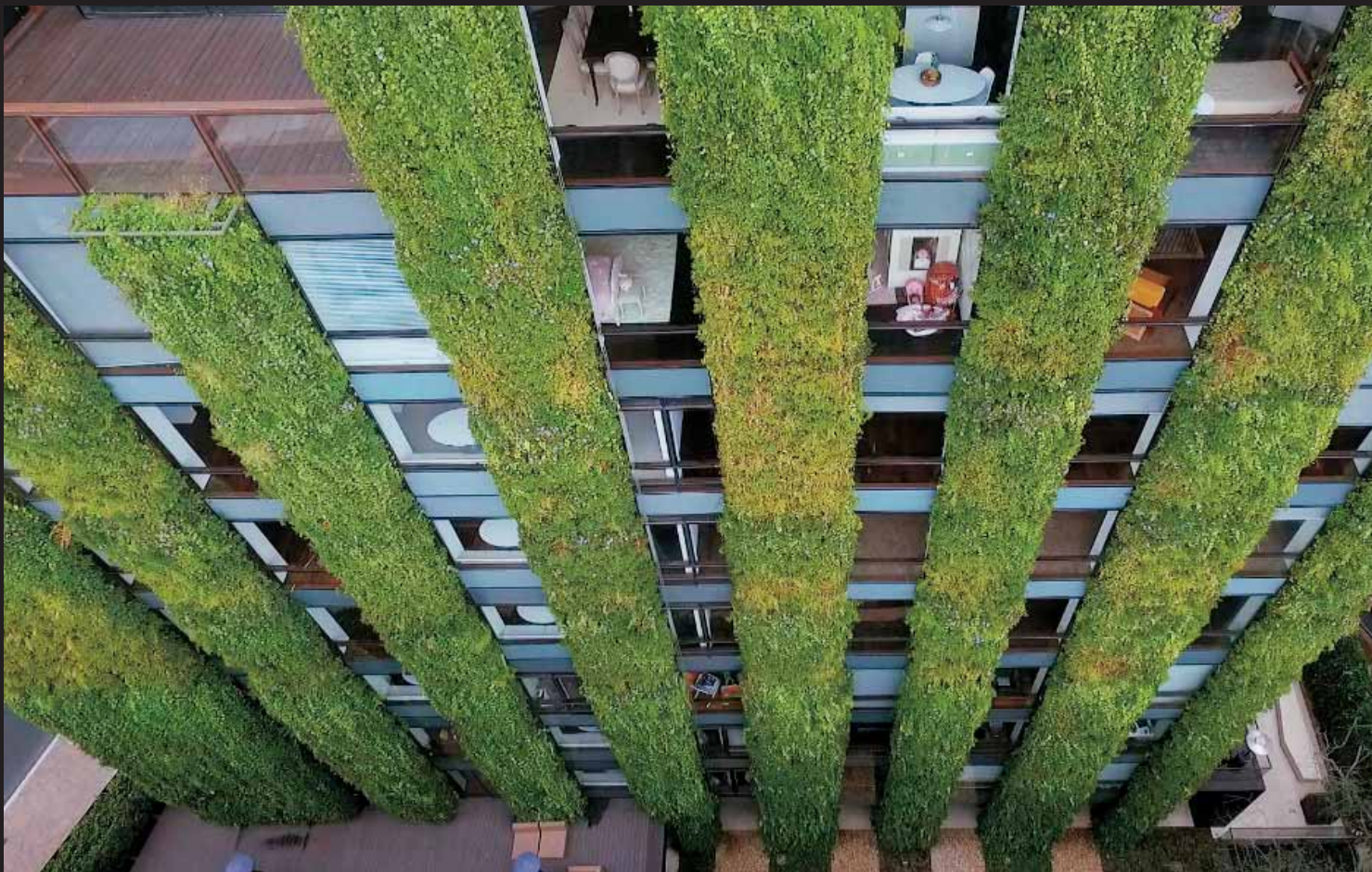
El biólogo y experto en botánica Ignacio Solano ha sido el responsable de diseñar y coordinar el que es hasta la fecha el jardín vertical más grande del mundo. Se trata de un edificio del barrio Chapinero Alto de Bogotá (Colombia), bautizado como Santalaia, un coloso de más de 3.100 metros cuadrados. Su cobertura vegetal está compuesta por cerca de 115.000 plantas de diez especies y cinco familias diferentes. El tiempo de ejecución para esta gigantesca obra han sido ocho meses para su diseño y otros ocho meses para su ejecución.



A finales del 2015, el equipo de Paisajismo Urbano, encabezado por Ignacio Solano y la empresa Groncol de Colombia, se embarcó en esta gran aventura por petición de Exacta Proyecto Total. Esta empresa colombiana les pidió un edificio vivo que tuviera capas uniformes de plantas tanto en color como en volumen.

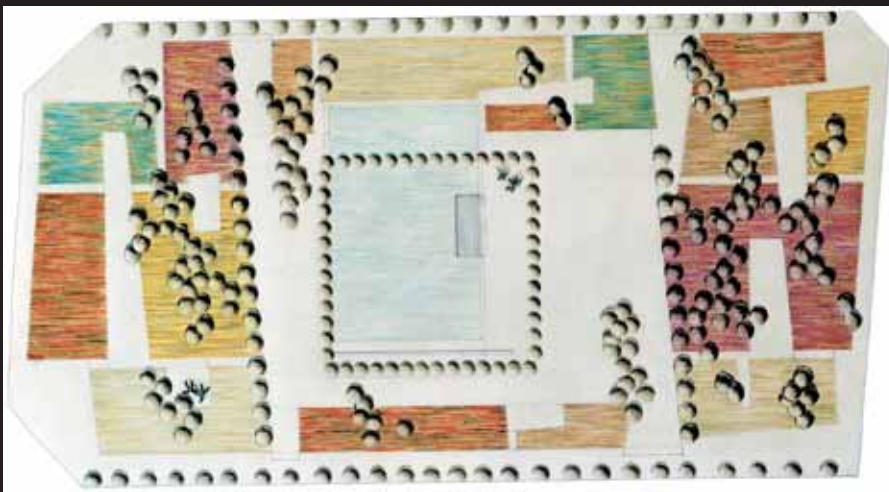
En esta ocasión Solano trató de utilizar el mayor número posible de plantas endémicas, para ello previamente realizó una expedición a las selvas del Chocó colombiano para recoger muestras, reproducirlas *in vitro* y, una vez crecidas, incorporarlas a la obra.

El reto más importante que hubo que solventar en este proyecto fue el sistema de riego. Finalmente y tras mucho trabajo se superó creando más de 40 sectores de riego que se regulan de acuerdo con la humedad y la radiación solar. Además, esta estructura cuenta como medida adicional con una planta de tratamiento que recicla el agua sobrante del muro al igual que algunas aguas grises del edificio. Este ecosistema vertical, se ha convertido en un gran corazón verde en la mitad de la densa ciudad de ladrillo de Bogotá.



Jardines del Príncipe de Gerona

Los jardines del Príncipe de Gerona se sitúan en el antiguo patio central del Cuartel de Gerona, un antiguo acuartelamiento militar de caballería cuyo edificio está ocupado hoy día por la sede del distrito de Horta-Guinardó del Ayuntamiento de Barcelona. La zona ajardinada se vertebra alrededor de un gran estanque de forma cuadrada, que supone el centro neurálgico del parque. A su alrededor se sitúa una amplia explanada de sablón, y se combinan los elementos vegetales con las zonas de ocio (área infantil, merendero, mesas de ping-pong, aparatos de gimnasia...). En un desnivel del terreno se encuentran unos bancales con especies arbustivas.





PAISAJISMO

JARDINES DEL PRÍNCIPE DE GERONA

Cada grupo de terrazas es ocupado por una misma especie vegetal con características de floración y color específicas, de manera salpicado de color a lo largo de casi todo el año, y se convierte en un paisaje vivo y cambiante



Cerdà planificó el Ensanche de Barcelona disponiendo una serie de zonas verdes que equipaban el territorio, pero la progresiva densificación de la nueva ciudad que se construía acabó con dichas previsiones iniciales. La creación reciente de parques en esta zona no es posible sin la demolición previa de grandes edificios desafectados que se transforman en espacios públicos. Este es el caso de los Jardines del Príncipe de Girona, que ocupan el solar donde antes se ubicaban unos cuarteles.

Con una superficie de algo más de 2 Ha., el proyecto del nuevo jardín se genera a partir del espacio arbolado que configu-

raba el patio central del cuartel. El recinto cuadrado original ha sido ampliado de manera notable manteniendo los plátanos y creando una gran explanada donde sean posibles las actividades de todo tipo.

En ella se sitúa una lámina de agua de 1.900 m² cuyo juego cambiante de luz y reflejos constituye el foco de atracción del jardín y del barrio. Entorno a la misma, grupos de pinos bajo los cuales se disponen una serie de bancos permiten establecer zonas de luz y de sombra que cualifican de manera distinta el espacio sin impedir su utilización para actividades colectivas.

Los desniveles entre esta explanada central y las calles del entorno se salvan a través de una serie de terrazas y macizos arbustivos que recuerdan la tradición agrícola de los bancales.

Cada grupo de terrazas es ocupado por una misma especie vegetal con características de floración y color específicas, de manera que el jardín esté salpicado de color a lo largo de casi todo el año y se convierta en un paisaje vivo y cambiante.

Pero para que el jardín se convierta en punto de encuentro para el barrio ha de disponer de una correcta vinculación con el entorno. A tal fin, cuatro rampas pavi-



REPORTAJE
JARDINES DEL PRÍNCIPE DE GERONA





mentadas con piedra natural enlazan las calles inmediatas con el centro del espacio. Otros caminos secundarios —rectilíneos y con pavimento de madera— conectan una serie de plataformas —también de madera— que, situadas entre los bancales de flor, ofrecen espacios sosegados en los cuales abstraerse de la ciudad del entorno.

Especies predominantes

Entre las especies presentes en el parque se hallan el árbol del paraíso (*Melia azedarach*), el durillo (*Viburnum tinus*), el pino piñonero (*Pinus pinea*), la palmera de Canarias (*Phoenix canariensis*), el palmito (*Chamaerops humilis*), el ficus (*Ficus elastica*), el plátano (*Platanus x hispanica*), el baladro (*Nerium oleander*), la buganvilla (*Bougainvillea sp.*) y el jazmín azul (*Plumbago auriculata*).

JARDINES PRÍNCIPE DE GERONA

Proyecto:	Jordi Farrando, arquitecto Elpidi Pedreny, aparejador
Dirección facultativa:	Jordi Farrando, arquitecto Elpidi Pecreny, aparejador
Constructor:	Fomento de Construcciones y Contratas
Promotor:	Ayuntamiento de Barcelona
Año proyecto:	1993
Año construcción:	1995
Superficie:	18.350 m ²
Presupuesto:	1.569.626,93 euros
Situación:	Calles de Marina, Taxdirt, Lepant y Travessera de Gràcia
Localidad:	Barcelona
Fotografías:	Jordi Farrando Josep Gri Jorge Mestre - Ivan Bercedo

LA MUJER, PROTAGONISTA EN LA NUEVA COLECCIÓN DE **JARDINES DE FERNANDO POZUELO**

El paisajista madrileño hace un homenaje a las mujeres en esta colección en la que destaca cualidades femeninas como la inteligencia, la elegancia o la independencia aplicadas a los jardines.



La nueva colección de jardines 2017 de la firma Fernando Pozuelo Landscaping Collection apuesta por la línea continuista del año pasado cuyos protagonistas fueron los jardines nazarís donde la mujer, oculta a los ojos del pueblo tras las celosías de los palacios, representaba un importante papel familiar. De esta forma, la presente colección respeta los parámetros de diseño hispanoárabes pero los dota del poder femenino, envuelto en cada línea del jardín por sus atributos como el equilibrio, la inteligencia, la independencia, la elegancia, el color o la sofisticación.

Para conseguir esta relación entre la mujer y el jardín, Fernando Pozuelo ha compartido este trabajo con la diseñadora Ve-

rónica Toledo Maigne. El trabajo de Fernando ha consistido en crear nuevos conceptos paisajísticos para el jardín, inspirándose en los diseños de una colección de Verónica creada con un patrón exclusivo de tela estampada. Fernando Pozuelo destaca que este trabajo “ha sido todo un reto para nuestro estudio porque queríamos conseguir que la gente se sintiese identificada con un jardín femenino sin descuidar ninguno de los detalles que caracterizan nuestro propio estilo. El resultado ha superado nuestras expectativas creativas y hemos conseguido materializar una colección de jardines que serán recordados por dedicar un merecido homenaje a las mujeres”.

Tras el proceso de investigación y estudio, las líneas sobre las que se han trabajado para la confección de la nueva colección de jardines han sido las siguientes:

- o El calor protector de la mujer unido a la ternura y maternidad: estas características propias de la mujer se trasladan a los espacios al igual que ocurría en los primeros jardines mesopotámicos protegidos tras los muros y celosías.
- o El equilibrio: se apuesta por composiciones coherentes y sensatas a partir de geometrías simétricas a la par que orgánicas.
- o Inteligencia: se podrá percibir a tra-



vés de estructuras creativas de diseño brillantes como por ejemplo, las celosías de agua. Estas simbolizan cambio al igual que ocurrió en épocas pasadas con la mujer y su papel para avanzar en la sociedad, rompiendo distintos tabús como en el plano social, cultural o laboral.

o Independencia: sinónimo de libertad de expresión y creatividad que se expresará en cada uno de los relatos literarios que se redacten para el jardín. Una historia que siempre va vinculada con los valores, actividades y gustos de los propietarios.

o Elegancia: que se transformará en los jardines mediante el empleo de flores como las calas blancas y que gracias a la combinación de colores se generará un ambiente acogedor y fresco donde disfrutar durante los próximos meses.

o Sutileza: esta se verá reflejada en la nueva colección a través de la fluidez y la gracilidad de las esculturas que estarán presentes en los espacios, que serán de madera, resina o metal, y que derrocharán sensualidad como la reflejada por una piedra preciosa al deslizarse sobre la piel desnuda.

o Color: este se dibujará sobre el jardín como si fuese una piel nívea con brocados y estampados en la que se descubrirán los tonos rosa palo peonia y los vigorosos colores carmesí.

o Sofisticación: este rasgo tan característico de las mujeres se implementará en los jardines mediante la incorporación de piezas exclusivas y creativas, en ocasiones transgresoras aportando un clima moderno a un entorno familiar.

Fernando Pozuelo
Fernando Pozuelo Landscaping
Collection
www.fernandopozuelo.com

**JOURNÉES DES COLLEC-
TIONS JARDIN**

Marsella, Francia
04.04.2016 – 06.04.2017
www.marseille-chanot.com

STONE SHOW

Londres, Reino Unido
25.04.2017 – 27.04.2017
www.stoneshow.co.uk

**FESTIVAL INTERNACIONAL
DE JARDINES DE ALLARIZ**

Allariz, Orense, España
De mayo a octubre
www.allariz.gal/festival/es

**61 CONCURSO INTERNACIO-
NAL DE ROSAS NUEVAS**

“Villa de Madrid”
Madrid, España
19.05.2017

www.concursosasmadrid.com

BIOVEG CUBA

Santiago de Cuba, Cuba
22.05.2017 - 26.05.2017
www.bioveg.bioplantas.cu

FERROFORMA 2017

Bilbao, España
06.06.2017 - 08.06.2017
www.ferroforma.eu

**INTERNATIONAL
FLORICULTURE**

Chicago, Estados Unidos – USA
14.06.2017 - 15.06.2017
www.floriexpo.com

SALON VEGETAL

Nantes, Francia
20.06.2017 – 22.06.2017
www.salonduvegetal.com

EXPO FERRETERA

Buenos Aires, Argentina
30.08.2017 – 02.09.2017
www.expoferreteria.com.ar

SPOGA+GAFA

Colonia, Alemania
03.09.2017 - 05.09.2017
www.spogagafa.com

FLOWERS EXPO

Moscú, Rusia
12.09.2017 - 14.09.2017
www.flowers-expo.ru

FLORMART

Padova, Italia
21.09.2017 - 23.09.2017
www.flormart.it

PROFLORA

Bogotá, Colombia
04.10.2017 - 07.10.2017
www.proflora.org.com

FERIA EXPOCECOFERSA

Madrid, España
04.10.2017 - 05.10.2017
www.ifema.es

IBERFLORA

Valencia, España
04.10.2017 - 06.10.2017
www.iberflora.feriavalencia.com

AGRILEVANTE

Bari, Italia
12.10.2017 - 15.10.2017
www.agrilevante.eu

**INTERNATIONAL
FLORICULTURE
TRADE FAIR**

Vijhuizen, Holanda
02.11.2017 - 04.11.2017
www.hppexhibitions.com

**WORLD ORCHID CONFE-
RENCE**

Guayaquil, Ecuador
08.11.2017 - 13.11.2017
www.woc22.com

LO CONGRESS

Toronto, Canadá
09.01.2018 - 11.01.2018
www.locongress.com

PAYSALIA

Lyon, Francia
05.12.2017 – 07.12.2017
www.paysalia.com

IPM 2018 ESSEN

Essen, Alemania
23.01.2018 - 26.01.2018
www.ipm-messe.de

FIMA

Zaragoza, España
16.02.2018 - 18.02.2018
www.feriazaragoza.com

EURO FLORA

Genova, Italia
21.04.2018 - 01.05.2018
www.euroflora2011.it





INFERTOSA

Especialistas en
productos agrícolas y de jardinería

Crece
contigo



Información, teléfono 963 348 305

<http://www.infertosa.com>



Nueva gama de abonos



Nuevo envase:

- Autocierre
- Conservación óptima.

Nuevas fórmulas
órgano-minerales adaptadas
para cada cultivo.



ibercampo

Agricultura, Jardinería
y Paisajismo,
Sociedad Limitada
www.ibercampo.es
912836644