

TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 196 · Septiembre 2017 · Año XXIII · www.tecnogarden.es

PVP: 10 €

Jardineros

● PRODUCCIÓN

● INFORME

● ENTREVISTA

● TRIBUNA DE OPINIÓN

● FERIAS

● COLABORADORES

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

● EL MUNDO DE LA JARDINERÍA

PÁGINA 39

ESPECIAL MOBILIARIO

- Escaparate de productos y opinión de los profesionales

INFORME

- Confort urbano multifuncional, tendencias en mobiliario para el exterior de la temporada 2017/2018
- Estudio sobre los hábitos de pintado en los españoles

ENTREVISTA

- Francisco Moreno, jefe de Producto de Cerámica y Jardín de BigMat

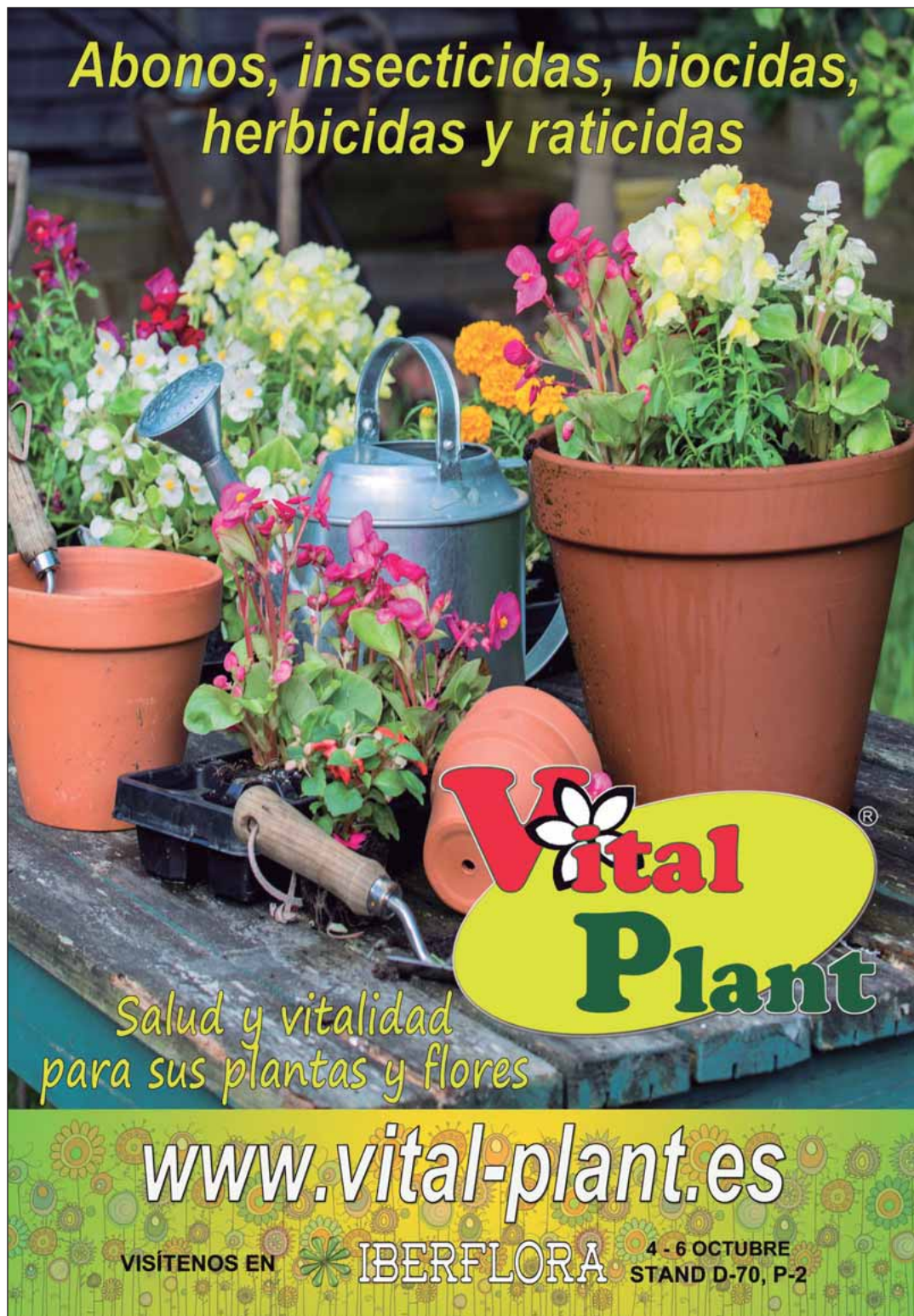
TRIBUNA DE OPINIÓN

- Álvaro Barrera, presidente de Ecovalia: *Producción Ecológica, sostenibilidad desde la base*

FERIAS

- Más empresas y espacio en Piscina & Wellness Barcelona
- FSB continúa con éxito su desarrollo

Abonos, insecticidas, biocidas, herbicidas y raticidas



Vital Plant®

Salud y vitalidad para sus plantas y flores

www.vital-plant.es

VISÍTENOS EN **IBERFLORA** 4 - 6 OCTUBRE STAND D-70, P-2



Crecimiento seguro y natural de plantas y árboles de jardín

Subtrato para plantación Florahum® Floragard

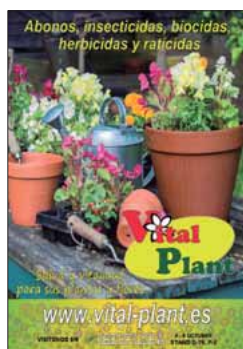
- Turbas de excelente calidad facilitan el aporte de agua
- Textura estable a largo plazo y óptimo aporte de aire y agua con arcilla granulada
- Aporte seguro de nutrientes gracias al porcentaje óptimo de abono Premium y guano



Flora-gard
Floragard Product

... ¡y todo florece!

www.floragard.de · Tel. +49 (0) 441-2092-0



NUTRIPLANT

Calle Ter nº 50
Pol. Industrial el Viso
29006 Málaga
Tel.: 34 952 348 479
www.nutriplant.es
pedidos@nutriplant.es



Ferias

14

- Más empresas y espacio en Piscina & Wellness Barcelona 2017
- FeriaFSB continúa con éxito su desarrollo hasta su celebración en Colonia del 7 al 10 de noviembre de 2017



Informe mobiliario

26

Confort urbano multifuncional, tendencias para el exterior de la temporada 2017/2018



Entrevista

30

Francisco Moreno, jefe de Producto de Cerámica y Jardín de BigMat



Tribuna de opinión

38

Álvaro Barrera, presidente de Ecovalia: *Producción Ecológica, sostenibilidad desde la base*

Sumario

- 08 ACTUALIDAD DEL SECTOR
- 12 FIESTA DE LEROY MERLIN POR SU ANIVERSARIO
- 18 ALEIA ROSES, UN INVERNA- DERO DE ROSAS RED NAOMI
- 20 ABONOS ALTOS EN POTASA PARA LA POINSETTIA
- 22 VIVERO Y REDES SOCIALES, POR FLORAMEDIA
- 25 ESTUDIO HáBITOS DE PIN- TADO EN LOS ESPAÑOLES
- 34 PRODUCTOS MOBILIARIO
- 36 OPINIÓN PROFESIONALES

Jardineros

- 40. Nuevas instalaciones de Pedro Azpeitia en Logroño
- 41. Maser inaugura sus instalaciones en Amorebieta
- 42. John Deere entrega los primeros tractores 5R y 9R llegados a España en Fercam
- 43. Agragex constata las buenas expectativas para la exportación en su Road Show 2018
- 44. Topcon: innovación en una empresa vinícola tradi- cional catalana
- 46. Superficie de cultivo ecológico aumenta un 2,5 %
- 52. Madrid abre el centro de cactus más importante de Europa
- 54. Diez beneficios que demuestran la importancia del jardín. Por Fernando Pozuelo
- 56. Decoración general en exteriores. Por Daniel Valera

CONSEJERO DELEGADO JOSÉ MANUEL GALDÓN

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL

David Rodríguez
drodriguez@grupotpi.es



DIRECTORA

Marisa Sardina - marisa.sardina@grupotpi.es
Av. de la Industria, 6 - 1ª planta
28108 Alcobendas - Madrid
Tel.: 91 339 86 26
Fax: 91 339 60 96

PUBLICIDAD

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

SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN

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

IMPRESIÓN Impresos y Revistas, SA

DISTRIBUCIÓN POSTAL

Servicios Postales
TGIES

DEPÓSITO LEGAL M-27952-1993

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

Premio Editor de Publicaciones
Profesionales 2012





NEXA[®] HORMIGAS y KB ANTI-CUCARACHAS

ACCIÓN DE CHOQUE:

- Contiene FIPRONIL*, insecticida de última generación, totalmente eficaz a dosis muy bajas y sin problemas de resistencia.
- Provoca una reacción en cadena por contacto que elimina las colonias tanto en la casa como en el jardín.

EFICACIA:

- Eficaz contra todo tipo de hormigas/cucarachas.
- Efecto inmediato y de larga duración.

* Fipronil es una materia activa KB/Scotts para uso doméstico



Novedad – Insecticida Rastros y Voladores, a base de Acetamiprid, de alta eficacia y buen efecto residual. Contra hormigas, cucarachas, ácaros, moscas, mosquitos...





Tendencias en muebles de jardín, continuidad y estilos contrapuestos

A un paso de entrar en el último trimestre el año, dedicamos unas páginas al mobiliario de jardín. Analizar las tendencias se ha convertido en una práctica cada vez más ineludible y en valiosa herramienta para diseñadores y responsables de compra.

Observamos el protagonismo de la continuidad y la conexión entre la decoración de interiores y la de exteriores. Atrás quedó la desconexión entre ambas zonas. En cuanto a estilos predominantes, encontramos diferentes y contrapuestas tendencias y estilos. Según el estudio de spoga+gafa, que publicamos en páginas interiores, ganan la partida los diseños "simpáticos". Destacan elementos para sofás modulares con gran abanico de colores para satisfacer el gusto de cada uno. Sillas, sillones y similares adquieren a menudo un aspecto grácil y delicado. Se utilizan cinchas, finos puntales o un *look* de malla reticular. De esta forma, surgen ópticas transparentes y filigranas.

Especial es la tendencia hacia todo lo natural con acentos en lo idílico que proporciona la vida en el campo. Ambientes cálidos en los que los fabricantes logran aunar naturaleza y arte en un todo armónico. En el punto de mira de los materiales figuran el mimbre y la teca, también combinados entre sí. Ambos materiales se han desembarazado de su aspecto pesado. Los fabricantes vuelven tanto en esta como en la próxima temporada a las reediciones de los clásicos. Surgen de nuevo las formas tradicionales de muebles de jardín, como las sillas plegables de playa, que ahora vuelven a conquistar el ambiente exterior en elegantes versiones.

Los tonos suaves y naturales predominan irradiando tranquilidad. También el color *taupe* se une a lo metálico. Este cálido color es atemporal e intenso y, por ello, hace juego con el verde de la naturaleza. También el contraste de colores salta a la palestra y, de esta forma, entra en juego la combinación de las diferentes piezas con cojines de tonos intensos. Por su parte, los cobrizos, dorados y plateados brillan, sobre todo, en muebles pequeños y accesorios.

Como nota común que engloba las diferentes corrientes destaca el objetivo de direccionar su forma de consumo de acuerdo a las problemáticas medioambientales.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ	19
Floragard	Interior portada
Floramedia	Interior contraportada
Ibercampo	4
Iberflora	23
Casa Andreea	33
Lechuza	13
Northgate	21
Nutriplant	Portada
Paysalia	7
Rainbird	11
Semillas Batlle	Contraportada
Viveralia	29

¡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

Paysalia

El salón del

Paisaje Jardín & Deporte

5-6-7 de Diciembre de 2017

EUREXPO, LYON, FRANCIA



TERRITORIO DE INNOVACIÓN

**SOLICITE SU PASE
DE ACCESO GRATUITO**

en www.paysalia.com

con el código **PPTEC**

HOTLINE : Betty MORIDO
+34 91 559 8464
ersi1@ersi.es

paysalia.com



Patrocinado por



Patrocinado por



Con el apoyo



En colaboración con



BigMat promociona sus productos en su 20 aniversario

BigMat ya anunció a primeros de año que, con motivo de su 20 aniversario, llevaría a cabo diferentes iniciativas para celebrar por todo lo alto esta efeméride. La promoción "Rumbo al verano", incluida en el folleto *Verano BigMat 2017*, es ejemplo de este tipo de actividades conmemorativas.

La promoción consta de dos fases. La primera denominada "Momentos BigMat", comprendida entre el 20 de junio y el 20 de julio, donde se sorteaban 3001 regalos. Durante la segunda se rifaron 15 cruceros por el Mediterráneo el 31 de julio. En relación a "Momentos BigMat", se sor-

tearon 650 camisetas, 500 set de palas de playa, 700 abanicos, 600 estuches/carteras de playa, 551 bolígrafos, un Dron Airis DR-004, una torre de sonido Elbe BlueTooth TV402TT, una hidrolimpiadora Karcher K5 Full control y un taladro atornillador Dewalt XR.

En la segunda fase de esta promoción tuvo lugar el gran Sorteo Final, en el que BigMat ha regalado a sus clientes 15 cruceros por el Mediterráneo en régimen de todo incluido para dos personas. Responsables de la firma han asegurado que "BigMat celebra este 20 aniversario con unos resultados excelentes y se espera in-

crementar durante este año un 23 % su cifra de negocio".

Durante este año de celebraciones continuarán las aperturas de Cocoon y BigMat-City que a finales de año estarán presente en varias provincias españolas y se afianzará la posición de la enseña en Portugal.

La actividad empresarial de BigMat en la península comienza en 1997. Se compone de 214 socios y 330 puntos de venta. Está presente en todas las CC.AA. y en Europa con centros en Francia, Chequia, Eslovaquia, Bélgica, Chipre, Italia y Portugal, con un total de más de ochocientos puntos de venta en estos ocho países.

Estudiantes de la UPCT harán propuestas para mejorar el paisaje, la huerta y el patrimonio de su municipio

Más de un centenar de Estudiantes de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) analizarán temas relacionados con el paisaje, la huerta y el patrimonio de Lorquí.

UPCT y el Ayuntamiento de Lorquí Media han firmado un acuerdo para desarrollar un proyecto de innovación docente en el ámbito de la arquitectura y el urbanismo. El estudio determinará nuevos usos urbanos de este municipio, con algo más de 7.000 habitantes. Para ello analizará la periferia del núcleo urbano, conformado



por nuevos polígonos industriales, estructuras naturales para aprovechar el

territorio colindante al río y la huerta y las pequeñas periferias urbanas del siglo XX.

En el proyecto participan seis profesores del departamento de Arquitectura y Tecnología de la Edificación y otros dos de Producción Vegetal. El estudio lo realizarán alumnos de diferentes asignaturas de todos los cursos del grado en Fundamentos de Arquitectura.

Los trabajos comienzan con el nuevo curso académico y finalizarán en septiembre del próximo año.

Grupo Eulen renueva las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 en siete países



El Grupo Eulen ha renovado las certificaciones internacionales ISO 9001 e ISO 14001, logrando en siete países, la adaptación y transición de sus sistemas de gestión de la calidad y gestión ambiental, a las nuevas ediciones 2015, publicadas por el organismo ISO. Así, el pasado mes de junio la compa-

ña superó la auditoría realizada por la empresa certificadora DNV, en la que el Grupo Eulen ha renovado estos certificados, en un proceso global y único, que cubre siete de los catorce países de la compañía en los que opera: España, Portugal, México, Perú, Chile, Colombia y República Dominicana.

Neiker-Tecnalia trabaja en la obtención de variedades mejoradas de patata

El Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario, Neiker-Tecnalia, entidad pública dependiente de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria del Gobierno Vasco, ha cerrado un proyecto de investigación sobre variedades de patata que mejor se adaptan a las condiciones previstas de cambio climático, que estima un escenario con una disminución de la lluvia y temperaturas más extremas de calor y frío.

El proyecto persigue la identificación de los genes de patata que confieren tolerancias o resistencias para la obtención de nuevas variedades de patata que se adaptan de forma óptima a las futuras condiciones climáticas.

Por otro lado, la investigación pretende

también conocer cómo se comportarán las variedades de patata actuales en una situación de mayor sequía y temperaturas más altas y bajas. El objetivo de este proyecto es caracterizar el germoplasma cultivado y salvaje con respecto a resistencia y tolerancia a diferentes estreses biótico y abiótico utilizando diferentes técnicas moleculares y explotarlo a través de la mejora genética para la obtención de nuevas variedades de papa adaptadas al cambio climático.

La investigación forma parte del proyecto Papaclima, y se desarrolla en colaboración entre Neiker-Tecnalia, La Universidad Agraria de La Molina (Perú), el INIAP (Ecuador) y la Universidad de San Francisco (Ecuador) y ha sido financiada por la FAO.



Xavier Giménez, nuevo director de Burés S.A.U.



El pasado mes de julio, Xavier Giménez se ha incorporado como director de Burés en Sant Boi de Llobregat. Con una amplia experiencia en el sector de la jardinería, el bricolaje y en la gestión de grandes superficies, Giménez asumirá, además, la dirección comercial de la empresa.

El nuevo director tendrá como objetivo principal el crecimiento de la firma en el sector de la jardinería. Esta incorporación permitirá potenciar la gestión comercial

de Burés que se presenta para la nueva campaña con una gama de productos renovada, más atractiva y ecológica, un nuevo diseño innovador para el producto estrella: Sustrato Universal J-2, nuevos catálogos y productos de apoyo al lineal de ventas.

El nuevo Sustrato J-2, ahora con Certificación Ecológica, mantiene las características físico-químicas del producto de siempre: ligero, con una elevada capaci-

dad de retención de agua y aire, excelente drenaje, porosidad... y mejora su riqueza nutricional incorporando fertilizante organo-mineral ecológico que garantiza una buena respuesta del cultivo a corto y también largo plazo.

El nuevo diseño del saco más atractivo de color plateado pretende reflejar la máxima calidad del producto que se obtiene a partir de un cuidadoso proceso de selección de las materias utilizadas en su preparación: turbas de Sphagnum, fibras y cortezas compostadas, proceso de mezclado y ensacado. La nueva imagen del Sustrato J-2 convive bien con la renovada gama de sustratos de especialidad de Burés, presentada recientemente.

Para mayor comodidad en su uso, Burés lanza el Sustrato J-2 con en un nuevo formato de 15 litros y con asa, que mejora el traslado del saco, más ligero y más fácil de agarrar. El nuevo sustrato Universal J-2 ya está disponible en el mercado y se presenta también en los formatos de venta de 80, 50 y 5 litros de capacidad.

Catral Garden patrocina el **Campus de futbol base Villa de Catral**



Aprovechando la ocasión, y sin olvidar la gran implicación que viene arrastrando Catral Garden en su plan de Responsabilidad Social Corporativa, este año vuelve a colaborar con esta gran iniciativa ofreciendo su patrocinio y demostrando su apoyo incondicional a este tipo de actividades desarrolladas dentro del mismo municipio del que

forma parte la propia empresa. Durante la época estival es frecuente que los niños se reúnan para celebrar diversas actividades deportivas. Aprovechando la finalización de las clases y el buen tiempo, se organizan entrenamientos intensivos para que los niños se diviertan de una manera sana y practicando el deporte que más les

gusta, como es el caso del Campus de Futbol Base Villa de Catral.

El Plan de Responsabilidad Social Corporativa de Catral Garden cuenta con el apoyo en actividades deportivas, como el patrocinio a las escuelas de fútbol y atletismo de Catral desde hace más de cinco años, formados por niños y adultos de diferentes edades.

Nuevos servicios rápidos de comprobación de aflatoxinas para la industria agrícola

Bureau Veritas y Schutter Group, empresas especializadas en inspección y comprobación de productos agropecuarios, han introducido un proceso rápido de inspección de aflatoxinas y control de calidad antes de la expedición, diseñado para proteger a los productores, transportistas, compradores globales y procesadores de alimentos al mitigar el riesgo de exposición a toxinas, mediante pruebas *in situ*.

La aflatoxina es una micotoxina natural producida por dos tipos de hongos: el *aspergillus flavus* y el *aspergillus parasiticus*. El as-

pergillus flavus es común y muy extendido en la naturaleza y se encuentra con mayor frecuencia cuando ciertos granos se cultivan en condiciones de estrés tales como la sequía o los niveles de precipitación excesiva. La exposición a las aflatoxinas puede causar daños en el hígado y cáncer, si no se identifica y trata inmediatamente.

Schutter Group, empresa de Bureau Veritas, ofrece servicios de control de aflatoxinas durante el proceso de precarga del buque mediante la implementación de un proceso de prueba rápido y poco perturba-

dor. "Bureau Veritas y Schutter Group están bien equipados para realizar el control de calidad y la detección de aflatoxina en la próxima temporada de exportación agrícola", dijo Alan Shirley, vicepresidente de comercialización y ventas de Bureau Veritas Agri-Commodities. "Hemos invertido en equipos y kits de prueba para hacer frente a las necesidades de comprobaciones *in situ* de aflatoxinas en los puertos de alta demanda y contamos con cinco laboratorios propios, aprobados por FOSFA y GAFTA, para realizar análisis", agregó.

www.rainbird.com/iq



Tome el control ahora

Una decisión inteligente.



Compruebe lo que IQ-Cloud puede hacer por usted en iqweb.rainbird.com

La gestión del agua a distancia es la herramienta más potente a día de hoy para lograr un ahorro real de agua y llevar un control del mismo:

- Acceso multiusuario
- Inicie y detenga rápidamente los programas de riego desde su PC o tablet
- IQ Móvil desde su smartphone
- Sin cuotas anuales



RAIN BIRD®

www.rainbird.es

RBE16TS07

Más de 8.000 personas disfrutaron de talleres DIY simultáneos por toda España

- Con motivo de su aniversario, Leroy Merlin celebró el pasado 21 de julio una noche muy especial con talleres nocturnos gratuitos impartidos simultáneamente en las tiendas del país
- El aprendizaje y la diversión fueron los ingredientes principales de una noche de verano diferente y alternativa
- La marca consigue empoderar a las personas para que, a través de su imaginación, puedan cambiar su entorno



La Noche de los Talleres, celebrada el pasado 21 de julio, congregó a más de 8.000 personas realizando talleres simultáneos a lo largo de toda España. Un plan de ocio alternativo dirigido a los amantes del DIY que dio lugar a una noche de verano diferente donde el aprendizaje, la diversión y los mejores trucos para personalizar la casa fueron los auténticos protagonistas.

Todos los asistentes se divertieron de la mano de los profesionales de la marca a crear un mini jardín personalizado, aprender bricolaje de supervivencia o a montar una lámpara a partir de tubos, entre otras actividades. Una noche llena de talleres que permitieron a miles de españoles dar vida a sus ideas a través del trabajo realizado con sus propias manos.

Además, para aquellos que no pudieron acercarse se realizó una conexión vía stre-

aming a través de las redes sociales de la marca, conectando en directo con diferentes puntos estratégicos del país como Oviedo, Palma, Madrid, Castellón y Badajoz. Gracias a esta retransmisión se alcanzó a 1,1 millón de usuarios en el pico de máxima audiencia.

Un plan alternativo de verano gracias al cual, Leroy Merlin se consolida como marca pedagógica fomentando la capacidad del habitante para realizar por sí mismos mejoras en la casa; creando un hogar personalizado y adaptado a su estilo de vida. De este modo, la marca transmite su conocimiento experto consiguiendo empoderar a las personas; quiénes, a través de la imaginación, pueden cambiar su entorno con sus propias manos.

El evento se enmarca dentro del plan de talleres 2017 de 10.000 talleres para más de 50.000 personas, a los que los clientes

se pueden inscribir desde la sección de comunidad de su web, cada sábado a las 12.00 horas en todas sus tiendas hay una propuesta de aprendizaje y diversión diferente.

Leroy Merlin resultó un gran anfitrión reuniendo a los españoles para aprender, divertirse y romper la rutina sacando su versión más manitas.

Lechuza®



PREMIUM COLLECTION
Acabado en alta calidad



CUBE 50 // CUBE 40 // CUBE 30



CUBICO 40 // CUBICO 50
RONDO 30 // RONDO 40

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.



QUADRO LS 28 (28 x 28 x 26 cm)

Más empresas y espacio en Piscina & Wellness Barcelona 2017

Piscina & Wellness Barcelona sigue creciendo gracias a su apuesta por la innovación y la internacionalidad al tiempo que refleja la buena marcha de un sector que consolida su recuperación iniciada en 2015.



En su próxima edición –que tendrá lugar del 17 al 20 de octubre en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona– el salón prevé reunir un total de 315 expositores directos de 25 países en más de 14.000 m² netos de exposición, lo que supone un incremento del 10 % en número de stands y un 15 % en superficie ocupada respecto a la anterior convocatoria, celebrada hace dos años.

Organizado por Fira de Barcelona en colaboración con la Asociación Española de Profesionales del Sector Piscinas (Asofap), Piscina & Wellness Barcelona presentará una visión global del producto piscina para usos residencial y público, además de instalaciones, equipamiento y accesorios relacionados con el wellness y spa, una es-

pecialidad en auge. El salón pone, más que nunca, el acento en la innovación y mostrará las últimas novedades en producto, tecnologías y soluciones innovadoras y eco-eficientes que mejoran la sostenibilidad, el control y automatización del mantenimiento, y la experiencia de uso de las piscinas en la que cada vez se tiene más en cuenta la salud y el bienestar. El presidente del comité organizador del salón y presidente ejecutivo de Fluidra, Eloi Planes, define esta edición como "clave" para consolidar la línea de crecimiento iniciada en 2015. "Apostamos por promover la innovación y el acceso a mercados emergentes, pero también el negocio. Estamos trabajando para que la feria resulte una gran red de contactos y

un motor de oportunidades y conocimiento para que las empresas y visitantes aprovechen al máximo su participación en Piscina & Wellness Barcelona".

Internacionalidad

Los principales líderes del mercado español como Fluidra, BSPool, Espa, Diasa Industrial, Hayward, Kripsol, Grupo QP, Renolit, Zodiac, SCP, Blautec, Construcciones Condal, Dantherm, Inbeca o Rosa Gres ya han confirmado su participación en la feria que ocupará dos pabellones del recinto de Gran Vía. Paralelamente, el salón crece en internacionalidad, una de sus grandes señas de identidad, con un 61 % de sus expositores procedentes del exterior.

Así, después de España, el país que aporta más empresas es China, seguido de Francia, EE.UU., Países Bajos, Italia, Alemania, Bélgica, Turquía y Reino Unido. Por la dimensión del parque de piscinas –el segundo de Europa y el cuarto del mundo–, el mercado español ofrece interesantes oportunidades de negocio para la rehabilitación, mantenimiento y equipamiento de las instalaciones acuáticas residenciales. También supone un fuerte atractivo el ascenso de la demanda de productos y servicios para piscina de uso público e instalaciones acuáticas recreativas, además de para wellness y spa que está impulsando el sector turístico del país.

Paralelamente, Piscina & Wellness Barcelona aprovecha la internacionalidad de su oferta para atraer profesionales internacionales. Este poder de convocatoria en el exterior (el 4 0% de sus más de 12.000 visitantes son extranjeros) contribuye especialmente a promover las exportaciones españolas del sector tanto en Europa como en Latinoamérica y el área mediterránea, principales zonas de influencia de la feria. Está prevista la organización de encuentros empresariales entre expositores y visitantes extranjeros a través de más de 130 reuniones de negocios agendadas con "hosted buyers" –compradores invitados por el salón– de hasta 26 países. También se prevé la asistencia de 300 compradores con proyectos concretos del mercado nacional ligados principalmente al sector hotelero y turístico.

Como novedad Piscina & Wellness Barcelona celebrará el primer encuentro entre empresas y profesionales de Latinoamérica y Europa para intercambiar conocimientos, experiencias y contactos de



negocio. Se invitará a arquitectos, diseñadores, desarrolladores, inversores turísticos y operadores hoteleros principalmente de México –país invitado en esta edición–, y otros estados caribeños, que constituyen unas de las principales zonas de inversión hotelera de lujo en el mundo y de mayor crecimiento de la industria del wellness.

Conocimiento compartido

Este año se amplían los espacios de demostraciones en los que se puede ver la aplicación real de los productos y servicios expuestos por las empresas participantes. Como explica el director del salón Ángel Celorrio, "reforzamos las áreas que buscan aportar valor añadido, extender la prescripción de los productos fuera de los stands y promover especialmente el *networking* profesional".

En este sentido, destaca la Innovation Zone, un espacio donde se concentrarán y se explicarán en breves ponencias las principales novedades de este año. Habrá, además, una muestra de soluciones de Internet of Things aplicadas al control y

mantenimiento de la piscina y un área de asesoramiento en internacionalización y financiación para empresas. Asimismo, se incluirá una exposición internacional de proyectos relacionados con las instalaciones acuáticas.

También resultarán de interés dos nuevos espacios que se estrenan este año: La Demo Pool, una piscina de fibra donde se realizarán pruebas técnicas de productos y se comprobarán diferentes sistemas constructivos, y la Demo Surf, una piscina con ola artificial continua para surfear y que puede resultar de interés para parques acuáticos o establecimientos turísticos. Asimismo, tras la buena acogida en 2015, se volverá a recrear el espacio Wellness Spa Experience.

El salón será el marco, asimismo, de las Jornadas Profesionales Wellness Spa Experience, en las que participarán como ponentes más de 30 expertos.

Piscina & Wellness Barcelona acogerá, también, diferentes conferencias y jornadas entre las que destaca el III Simposio de Ocio Acuático en la que se abordarán las normativas de seguridad y la gestión eficiente y sostenible de las instalaciones recreativas en parques acuáticos, hoteles y campings, además de las nuevas tendencias en ocio acuático y la importancia de la experiencia del cliente. Por su parte, Asofap organizará sesiones de formación para instaladores de piscina residencial y profesionales del punto de venta. También habrá seminarios y conferencias centradas en piscina de uso público, un sector que, junto al wellness, son los que más crecen este año en la oferta del salón. ●



FSB 2017 presenta temas actuales y de futuro

La Feria Monográfica Internacional para Espacios al Aire, Deportes y Piscinas (FSB) continúa con éxito su desarrollo hasta su celebración en Colonia del 7 al 10 de noviembre de 2017.



Poco antes del inicio de la feria, todo apunta al crecimiento, según informó Katharina C. Hamma, Chief Operating Officer de Koelnmesse GmbH, en el marco de una conferencia de prensa europea: “El nivel actual de las inscripciones de expositores es verdaderamente excelente. Esperamos poder superar una vez más el excelente resultado de 2015, cuando se registró un total de 912 expositores entre ambas ferias. Para FSB se espera una participación de cerca de 650 empresas de 45 países. Aproximadamente la mitad de los expositores proceden de fuera de Alemania”.

Hamma añadió que en cuanto a los visitantes también se espera un incremento, ya que aquanale y FSB ofrecen conjuntamente no sólo una visión

única del mercado, sino, de hecho, también una buena introducción a los temas del futuro urbano. Nuestro objetivo en este ámbito es alcanzar alrededor de 28.000 visitantes de todo el mundo,” manifestó.

Durante el encuentro con los medios, además de facilitar informaciones sobre FSB y los eventos sociales del programa paralelo, bajo el título “Infraestructura activadora de movimiento” también se trataron temas actuales y de futuro que jugarán un papel importante en esta feria.

Son muchos desafíos a los que se enfrentan las instalaciones deportivas y de tiempo libre. El cambio demográfico y también la migración tienen como consecuencia que las instalaciones deportivas tengan que ser más multifuncionales

y libres de barreras. También los aspectos relacionados con la rentabilidad, la defensa del medio ambiente y la seguridad resultan cada vez más relevantes”, indicó el Dr. Stefan Kannewischer, presidente de la Asociación internacional de establecimientos deportivos y centros de ocio (IAKS / Internationale Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen e.V.). “La individualización de nuestra sociedad y la desaparición de los límites entre trabajo y tiempo libre traen consigo una demanda cada vez mayor de deportes individuales. A menudo estos se practican al aire libre y en cualquier momento del día... IAKS y FSB mostrarán posibles soluciones para desafíos varios, a la vez que en el marco de una multitud de actividades diversas ofrecerán una plataforma de comunicación para los actores

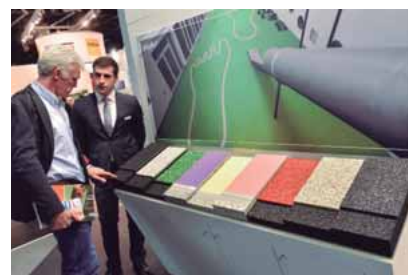
del sector”, opina Kannewischer. En concreto la disolución de los límites entre el trabajo y el ocio plantea retos en especial a los municipios, como constata Klaus Meinel, secretario general de la asociación IAKS: “La presente edición del Congreso IAKS se centrará en las tareas temáticamente complejas que deben plantearse los municipios para garantizar unos entornos de vida saludables en el futuro.

Cada vez hay un mayor número de personas que van a vivir a núcleos urbanos y que necesitan no solo un espacio habitable, sino también equipamientos para el deporte y el tiempo libre. A la vez, la estructura social se está modificando y haciéndose cada vez más internacional debido a la inmigración y a los traslados de residencia por cuestiones laborales. Cada vez es mayor el número de personas que son activas hasta edades avanzadas y buscan instalaciones y conceptos adecuados para sus capacidades e intereses personales.

Meinel considera que las instalaciones modernas para deportes y ocio deberían reflejar este desarrollo, así como tener en cuenta dentro de un concepto global los nuevos tipos de deporte y tendencias de ocio, especialmente las dirigidas a adolescentes y adultos jóvenes.

Nuevos espacios y conceptos

También Rolf von der Horst, gerente de STADT und Raum Messe- und Medien GmbH – revista especializada, base de datos del sector y organizador de ferias–, destacó esta exigencia: “En relación con el envejecimiento de la población, nuestras ciudades tienen que reaccionar de forma sostenible y revisar muchos aspectos de la planificación y configuración urbana. Esta tarea no resulta fácil puesto que junto al cambio demográfico o la Silver Society (tendencia a una sociedad de mayor edad, pero activa durante más tiempo) existen otras megatendencias que también influyen: la tendencia a la individualización, la salud, la movilidad, la urbanización... Nuevas formas –tanto para el concepto ‘diseño para todos’ como también para las ofertas especiales para grupos especiales–, la planificación



y configuración de nuevas zonas urbanas, nuevos usos de espacios y nuevos conceptos de movilidad son solo algunas de las tareas de las que deberán encargarse las ciudades y los municipios en el futuro”.

Parques infantiles e instalaciones de ocio

Naturalmente, el concepto “Infraestructura activadora del movimiento” también incluye la escuela, como manifestó Katharina C. Hamma: “El patio de la escuela como espacio de movimiento es, en nuestra opinión, un tema muy importante y de relevancia social por diversas razones; por eso queremos desarrollarlo para la edición 2017 de FSB

junto con nuestros medios colaboradores, la Asociación federal de fabricantes de equipos de parques infantiles e instalaciones de ocio (BSFH / Bundesverband für Spielplatzgeräte- und Freizeitanlagen-Hersteller e.V.), los fabricantes de aparatos de juego, así como con los desarrolladores de conceptos de movimiento. Debe planificarse y proyectarse con suficiente antelación una infraestructura educativa y deportiva que a través de una oferta de juegos y deportes garantice suficientemente la educación, la integración y el movimiento. Un aspecto importante a tratar en este contexto es cómo los estudiantes pasan sus tiempos de pausa y recreo de la escuela de una manera activa y con sentido”. ●

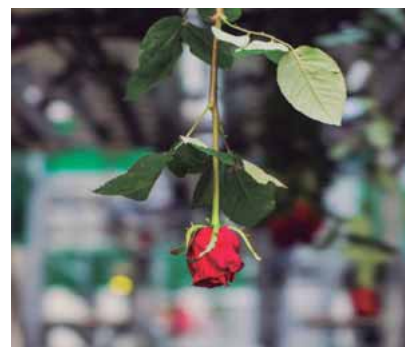
Aleia Roses cuenta con el invernadero más grande de Europa dedicado a la variedad de rosa Red Nami

Con una inversión de 50 millones de euros, el proyecto de Aleia Roses, empresa especializada en el cultivo de rosas rojas de la variedad Red Naomi cuenta con el invernadero más grande de Europa dedicado a la producción de esta variedad, con una extensión de 14 hectáreas. s.

En septiembre de 2016 se plantaron las primeras rosas, que se comercializan desde pri-

meros de este año, y a finales de junio se han lanzado las rosas de la calidad más alta, certificada como A1. Cada día, se cosechan alrededor de 100.000 rosas, y se prevé que la producción anual de Aleia Roses alcance casi los 40 millones de rosas.

Aleia Roses ha implantado en su invernadero la tecnología holandesa más innovadora en floricultura. Para ello, ha contado con la colaboración de la compañía de cons-



trucción de invernaderos Dalsem Horticultural Projects y el centro de investigación y desarrollo de plantas y flores de la Universidad de Wageningen.

La variedad Red Naomi destaca por su tallo de hasta 90 cm, más de 80 pétalos aterciopelados de color rojo intenso, un aroma dulce y sutil y, sobre todo, una duración en jarrón de hasta dos

Cultivadas con sistema hidropónico para evitar la contaminación de acuíferos. Se realiza control biológico a través del manejo integrado de plagas, y se utilizan de forma eficiente todos los recursos naturales mediante la captación de pluviales..●



La AECJ es la familia más grande de Centros
de Jardinería, felicidades a todos y cada uno de
vosotros, Gardens y Proveedores, porque ya son
40 AÑOS JUNTOS, CRECIENDO PROFESIONALMENTE

aecj.org



Grupo Projar recomienda abonos altos en potasa para un óptimo crecimiento de la **Poinsettia**

Grupo Projar, compañía del sector verde, recomienda el uso de abonos altos en potasa para el óptimo crecimiento y cultivo de la Poinsettia. Este tipo de fertilizantes evitan un desarrollo acelerado, lo que es esencial en los primeros meses de crecimiento de la planta para que no tiendan a hacerse entrenudos largos e hilarse.

La Poinsettia es una planta cuyo cultivo se inicia en los meses de más calor, lo que repercute en dosis de riego altas y frecuentes. Ante esta situación es esencial evitar encharcamientos que dañan la raíz, muy sensible a la humedad. Para ello, la compañía tiene mezclas de sustrato muy específicas con altas capacidades de drenaje y aireación permitiendo un repicado y diversificación de raíces rápido.

La compañía destaca asimismo que, entre los productores de esta planta, también es altamente demandado el abono Nutricote 10-10-18, alto en potasa, cuyo objetivo es precisamente facilitar ese crecimiento controlado y una buena floración con flores sanas y grandes al final del cultivo. Además de las posibilidades que la compañía ofrece en cuanto a abonos solubles. Junto a esta recomendación, Grupo Projar añade el uso de macetas especiales para este cultivo, con sus rejillas. Junto a la base de un buen sustrato y cuidados, otro de sus consejos es la utilización de macetas adecuadas con buenos drenajes en la base, esenciales para su óptimo crecimiento.

Personalización de macetas

La compañía está constatando, como, para este tipo de cultivo, crece la demanda de macetas personalizadas y de colores similares a los de la planta, puesto que atraen a los clientes y elevan las ventas de



la planta. También están experimentando un aumento en los puntos de venta las macetas serigrafadas con motivos navideños o con la propia marca de cada viverista.

Desde este momento, Grupo Projar "ofrece también el servicio de diseño gráfico y personalización de las macetas para sus clientes y viveristas, lo cual supone un valor añadido a la

planta y muestra una de las tendencias de futuro de este y otros muchos sectores", explica la Ingeniero Agrícola y Responsable Comercial de la zona de Levante, Baleares y Zona Norte, Inmaculada Osca.

En este mismo sentido, subraya que el cuidado de la Poinsettia "en sus primeras fases, hasta septiembre, más o menos, debe centrarse en evitar el cre-

cimiento demasiado rápido para que la planta no se hile, esto es que crezca en alto, y que se eviten los encharcamientos, lo que permitirá un mejor desarrollo radicular. Y cuando las hojas empiezan a virar y van adquiriendo el color rojo tan característico, se debe evitar la aplicación de tratamientos foliares que podrían dañar la flor". ●



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

Floramedia presenta el webinar "¿Para qué necesita mi vivero tener redes sociales?"



En el marco de su trilogía de *webinars* de este 2017, Floracom, división de Floramedia España orientada a proyectos de comunicación y marketing, ha organizado con éxito el webinar "¿Para qué necesita mi vivero tener redes sociales?"

El *webinar* (seminario *online*) "¿Para qué necesita mi vivero tener redes sociales?" que ha presentado Floramedia el pasado mes de julio ha estado dirigido por Paula Beltrán, responsable de contenidos de Floramedia-Floracom y Community Manager, quien ha explicado la necesidad de aplicar una estrategia de redes sociales en el entorno profesional, detallando las distintas posibilidades en función de las redes más populares (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram y Pinterest).

Paula, que ya tiene experiencia en este campo al haber ejercido esta misma función en otras agencias de marketing *online* generalistas, mostró ejemplos de diversos tipos de publicaciones en las redes y de viveros que ya cuentan con estas estrategias.

Beltrán hizo también hincapié en el beneficio que les reporta a los viveros el hecho de participar en el mundo de las redes sociales aplicando estrategias de Social Media Marketing.

La ponente expuso asimismo las opciones existentes a la hora de establecer una página de empresa de un vivero, y la posibilidad de subcontratar el servicio con una agencia experta si no se dispone de suficiente tiempo como para construir y cuidar la imagen de marca de nuestra empresa en las redes.

Durante el *webinar* se abordaron también los requisitos para llevar a cabo una estrategia eficaz de comunicación en redes sociales, como la elaboración de un plan de contenidos, de unos objetivos y métricas claras y la constancia a la hora de fijar una continuidad en nuestra estrategia.

Para ello Paula mostró las métricas básicas para monitorizar una página de em-

presa en Social Media, y cómo podemos, haciendo un seguimiento de los datos y estableciendo unos objetivos claros, hacer crecer la reputación social y la visibilidad de nuestra empresa en las redes sociales.

Para finalizar, se dió paso a una ronda de preguntas en las que la ponente resolvió las dudas que surgieron a los asistentes. Con una amplia experiencia en el sector, en Floramedia cuentan con un equipo de profesionales dedicados a ofrecer soluciones prácticas y efectivas a sus clientes; viveristas, productores, puntos de venta y empresas auxiliares de la jardinería.

La firma ofrece todo tipo de soluciones integrales en marketing y comunicación, desarrollando eficaces estrategias de promoción y venta, diversificadas en las áreas de creatividad, multimedia, contenido e impresión, que conforman los cuatro pilares principales de su negocio. ●



IBERFLORA

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

www.iberflora.com

Pasión por el Verde

Valencia 4 al 6 de octubre 2017



FERIA VALENCIA

100 años de ferias
1917-2017



Planta y Flor



Paisajismo y
Arboricultura



Producción y
Tecnología



Bricojardín y
Decoración

Entrega del XIX Premio Fertiberia



Los premiados, Drs. Rivacoba y Recena, con la ministra Isabel García Tejerina, y con María Cruz Díaz y Javier Goñi.

El pasado 27 de julio se celebró el acto de entrega del XIX Premio Fertiberia a la Mejor Tesis Doctoral en Temas Agrícolas, presidido por la ministra, Isabel García Tejerina, en la sede del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente.

El Premio Fertiberia a la Mejor Tesis doctoral en Temas Agrícolas, tras sus diecinueve convocatorias, ha contado este año con un gran número de trabajos de destacada calidad científica, 32 tesis procedentes de España y de Portugal.

El Jurado, presidido por la decana del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Centro y Canarias, M^a Cruz Díaz, decidió por unanimidad, otorgar el Premio al Dr. Luis Rivacoba por su tesis doctoral *Evaluación de medidas de nitrógeno en planta para su uso como sistema de recomendación de abonado nitrogenado en el cultivo de coliflor*, presentada en la Universidad de La Rioja bajo la dirección del Dr. Alfonso Pardo Iglesias.

El trabajo del Dr. Rivacoba se centra en el estudio del efecto del nitrógeno disponible sobre la producción y la eficiencia en el uso del nitrógeno en coliflor. Evalúa la medida

de concentración de nitrato en savia y el empleo de sensores basados en los principios de reflectancia, fluorescencia y transmitancia, para determinar su eficiencia en la determinación del posible déficit de nitrógeno y poder corregirlo.

Se decidió también otorgar un accésit a la tesis *Bioquímica del fósforo en el suelo: optimización de criterios para un uso agronómico eficiente y ambientalmente aceptable de un recurso no renovable*, realizada por Ramiro Recena de la Universidad de Sevilla, y dirigida por Antonio Delgado.

El trabajo se dedica a la determinación del fósforo adsorbido por los cultivos y el fósforo total disponible en el suelo para el cultivo, con la máxima exactitud posible a través de ensayo de distintos métodos, tradicionales y muy novedosos. La finalidad es precisar al máximo el fósforo disponible para poder ajustar la fertilización.

Javier Goñi del Cacho, presidente de Ferti-

beria, fue el encargado de la apertura del acto. En su discurso recalcó la larga trayectoria de Fertiberia en su contribución al crecimiento y desarrollo del mundo agrícola español, del que forma parte. Una agricultura con la que el Grupo Fertiberia "está absolutamente comprometido, y contribuye decididamente a que esta sea cada día más eficiente, más rentable, y plenamente respetuosa con el medio ambiente. Para ello pone a disposición del agricultor, además de los más avanzados y eficientes fertilizantes, un asesoramiento agronómico integral global apoyado en los conocimientos adquiridos tras años de permanente inversión en investigación".

La decana del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Centro y Canarias, María Cruz Díaz Álvarez, resumió los aspectos técnicos fundamentales de cada trabajo y destacó la excelencia de las dos tesis premiadas.

Tejerina subrayó la labor de los dos premiados cuyos trabajos están dirigidos a promover la sostenibilidad económica, social y medioambiental de la agricultura y el uso racional y responsable de los fertilizantes.

Retos del sector

La ministra incidió en el reto que supone para la agricultura actual la necesidad de incrementar producciones minimizando los efectos sobre el medio ambiente.

En cuanto a la fertilización, destacó la necesidad de aumentar la eficacia y la eficiencia en el uso de los fertilizantes; un desafío que cuenta con la valiosa aportación de los trabajos de excelencia en investigación agraria que concede Fertiberia y de la labor diaria de esta compañía.

Felicitó a Fertiberia por esta y otras iniciativas en favor de la investigación y la divulgación técnica, destacando las actividades de la Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales.

Terminó sus palabras dando la enhorabuena a los dos premiados por el esfuerzo realizado y que ha concluido en unos trabajos excelentes. ●

Estudio de Bruguer sobre hábitos de pintado en los españoles

Un estudio nacional llevado a cabo por la marca de pinturas española Bruguer, firma especializada en pintura decorativa, revela que el 40 % de los españoles deciden pintar sus hogares ellos mismos debido principalmente al ahorro que supone y al auge en la tendencia del DIY.

No obstante, el 19% de la población prefiere contratar a un profesional. “Los motivos por los cuales se requiere a un pintor profesional varían. Para el 39 %, los más jóvenes y las familias, por la garantía de la calidad del resultado final. Para las personas de entre 55 y 64 años es más por razones de comodidad, y para los hogares de 5 miembros o más, es por falta de tiempo” comenta Mateo Palacio, responsable de Marketing de la Marca. “Estamos viviendo un momento de cambio y un hábito destaca claramente: la tendencia del *Hazlo tu mismo*.



Ya no solo se pintan paredes: se renuevan muebles, se rejuvenecen baños y cocinas, se personalizan los hogares...” “Para nosotros es clave entender las tendencias que marcan nuestro sector y estudios como éste nos permiten conocer más a los consumidores. Apasionados por lo que hacemos, siempre buscamos dar un paso más allá: innovando con productos, lanzando las últimas tendencias en color, etc.” afirma el responsable de Marketing de Bruguer.

Frecuencia en pintado del hogar

Los datos se han publicados en Milán en El 38 % de los españoles pinta las paredes de sus hogares dentro de la media recomendada, es decir cada dos o tres años y únicamente un 6 % de los consultados lo hace con mucha frecuencia, varias veces al año. Por el contrario, casi un 20 % de la población pinta cada cinco años.

A medida que avanza la edad, disminuye la frecuencia de trabajos de pintura. De esta manera, los más jóvenes entre 25-34 años pintan una vez al año (32,1 %) mientras que el 43 % de la población entre 55 y 64 años lo hace cada dos o tres.

Las tendencias de pintado

Preocupados por la salud y la higiene, la inmensa mayoría de los hogares españoles (93%) decide pintar por razones de higiene y salud. Por este motivo, es más común a medida que avanza la edad. En un segundo plano, pero a gran distancia, se pinta porque se quiere cam-

biar la imagen de la casa (el 52 %) y por el cambio de uso de las estancias (el 45 %), mientras que son muy pocos los que deciden pintar tras un cambio de residencia (11 %).

Los principales motivos por los que los ciudadanos deciden pintar sus hogares son el ahorro (61%) y la creciente tendencia del DIY (27 %)

Las preferencias de color

La mayoría de españoles prefieren los colores claros (44%), de los cuales un 10 % prefiere el color blanco. Por el contrario, los colores oscuros son los menos elegidos a la hora de pintar el hogar (3 %).

El color y el precio son los atributos mejor valorados. En cambio, la facilidad de aplicar la pintura es el peor. La opacidad (que cubra bien) y que sea lavable son atributos en los que también hay más consumidores que no encuentren su solución ideal. “Desde Bruguer somos muy conscientes de esto, por ello hemos lanzado recientemente una auténtica revolución en el mercado: Ultra Resist la primera pintura mate hidrófuga que repele las manchas.”

Cabe destacar que los hombres valoran la lavabilidad de la pintura (44 %) mientras que las mujeres valoran más el precio (49 %).

Confort urbano multifuncional, tendencias para el exterior de la temporada 2017/2018



Zanahorias en tiestos o lechugas en una caja: los habitantes de las grandes ciudades cultivan con entusiasmo sus propias hortalizas. Aquello que antes era lo corriente en el campo o en huertas urbanas tildadas de burguesas ahora está conquistando las grandes ciudades. En el marco del llamado "urban gardening" se cultivan tomates, pimientos y fresas en balcones, terrazas o patios interiores. Con todo ello se ha introducido una nueva cultura del jardín que goza de una cada vez mayor popularidad.

Actualmente, los fabricantes de muebles de jardín y sus accesorios están descubriendo cada vez más el potencial de los oasis urbanos al aire libre. Por ello, la tendencia al exterior urbano figura en el centro de atención con productos que resultan no solo elegantes sino también prácticos y que además ahorran espacio. A esto se añaden ahora muebles multifuncionales así como características de confort y ergonomía. En cuanto al color, todo gira en torno al verde y, por lo demás, las barbacoas se vuelven inteligentes con un lujo-equipamiento que llega a convertirlas en cocinas completas al aire libre.

Estilos ligeros y delicados

El interés se centra en muebles de diseño para exteriores que pueden utilizarse de forma variable y almacenar en poco espacio. Se presentan en un estilo ligero y delicado y con materiales de moda que no se distinguen en



nada de las variantes dedicadas al interior de la casa. Este sofisticado mundo de los balcones y terrazas se complementa con parasoles compactos, alfombras y lámparas, así como con sistemas para plantas y jardines para el urban gardening con los que se pueden aprovechar óptimamente pequeñas superficies.

Triunfa la multifuncionalidad

Ya han pasado los tiempos en los que el sofá para el exterior se podía utilizar

únicamente para sentarse. Debido no en último lugar a las limitadas disponibilidades de espacio en balcones y terrazas, es cada vez mayor el número de muebles multifuncionales que están conquistando el cuarto de estar de verano. Los fabricantes resaltan por su creatividad ofreciendo auténticas obras de transformismo. De esta manera, una tumbona se convierte en un santiamén en un banco o un day bed en un sofá con mesa. Los taburetes valen igualmente como mesas auxiliares, los

parasoles ofrecen luz y funciones de irradiación de calor y las macetas disponen de un espacio adicional para almacenaje. En primera línea figuran también los fabricantes de barbacoas. Mientras tanto, sus modelos pueden ahumar, asar y hornear y ofrecen prestaciones especiales como iluminación led y compatibilidad con baterías de reemplazo.

Ahora todo es más cómodo

El grupo objetivo en crecimiento de los llamados best ager, los mayores de 50, se considera formado por personas solventes, sensibles a la calidad. Según los expertos, uno de cada dos euros gastados en Alemania procede de una persona mayor de 50 años. Una atractiva clientela que también está dispuesta a

invertir más que otros en su oasis verde cuando los productos les ofrezcan un valor añadido. Y de esta forma los muebles de alta calidad que ofrecen confort están conquistando actualmente el mundo de los exteriores. La oferta abarca desde asientos ergonómicos para proteger las espaldas y tumbonas especialmente altas hasta maceteros que facilitan la plantación y sombrillas que se accionan con un pedal. Muy importante: el aspecto y el lenguaje formal de los productos ha de ser elegante y moderno. De esta forma agradan no solo a las personas mayores de 50 sino a todos a los que les gusta la comodidad.

La tendencia en colores

Greenery, el color del año. Tanto en la moda como en la industria de los cosméticos o en la decoración, en todas partes florece y reverdece. Y ahora, esta tendencia sale también al exterior. En cooperación con la naturaleza, surge una harmónica imagen integral. La gama abarca desde variantes de radiante frescor hasta matices apagados y oscuros. Y, dado que el verde hace juego con otros muchos colores, se puede dar un toque estilístico consiguiendo que brille más añadiendo el amarillo, se haga más delicado con rosa y más marino con el azul- Por otra parte, no se puede concebir un jardín sin los tonos clásicos como el blanco, el gris, el marrón y el negro.

Las barbacoas completas y multifuncionales

Dado que cada vez se puede hacer todo de una forma más sofisticada y compleja, aumenta la demanda de cocinas completas para el exterior. Se pueden adquirir cocina fijas y móviles. Dependiendo de las exigencias de los usuarios, se ofrece casi el mismo equipamiento que en sus hermanas concebidas para dentro de la casa, desde fuegos hasta espacio para colocar las cosas, pasando por encimeras y fregaderos. Otras exquisiteces opcionales: soportes para útiles de cocinar a fin de hacer más confortable la preparación



de asados. De esta forma se puede conseguir la magia de preparar un menú de tres platos en la cocina al aire libre. Paralelamente a todo ello, las barbacoas se están haciendo cada vez más perfeccionadas y multifuncionales. En todos estos modelos se puede ahumar, asar, cocer, tostar y hornear. Llama la atención el hecho de que, mientras tanto, los fabricantes pueden crear entornos completos para barbacoas. La oferta abarca desde útiles para hacer sándwiches hasta mecheros, pasando por útiles para trincar. Y para seguir aumentando el potencial de cocinar, se

está ampliando continuamente la gama de accesorios como, por ejemplo, los pinchos marshmallow. A los que se añaden continuamente nuevos formatos inteligentes y aplicaciones.

Con el asado sobre tablas de madera se ha redescubierto una vieja tradición. Con este sistema, el pescado, la carne y las verduras son colocados sobre tablas de maderas especiales (por ejemplo: madera de manzano, de guindo o de nogal americano) con lo que se consigue un aroma especial de ahumado.

Fuente: spoga+gafa

del 30 de ENERO al 1 de FEBRERO
2018



IFA

INSTITUCIÓN
FERIAL
ALICANTINA

**VIVERALIA// 15º SALÓN PROFESIONAL
INTERNACIONAL de la Planta Ornamental y Afines**

**VIVERALIA// 15º INTERNATIONAL PROFESSIONAL
FAIR of ornamental plant and similar**

PABELLÓN II

Martes y miércoles de 10:00 a 20:00 h.
Jueves de 10:00 a 18:00 h.

PAVILION II

Tuesday & wednesday from 10:00 to 20:00 h.
Thursday from 10:00 to 18:00 h.



renfe | Viajeros

2017 es el año en que la agrupación BigMat celebra su 20º aniversario. Su volumen de negocio ha crecido un 34 % respecto a 2016, con más de 10.000 operaciones realizadas y más de 8.000 visitantes, según los últimos datos. Para celebrar esta efeméride el grupo viene realizando diferentes iniciativas, como la promoción 'Rumbo al verano', entre otras. Continúan también las aperturas de Cocoon y BigMatCity, que a finales de año estarán presente en varias provincias españolas y se afianzará la posición de la enseña en Portugal. La empresa cuenta con una miríada de tiendas donde se pueden encontrar herramientas y productos para bricolaje y construcción, así como mobiliario de jardín, una sección que crece en protagonismo.

Francisco Moreno, jefe de Producto de Cerámica y Jardín de BigMat nos habla sobre las tendencias y situación de esta área de producto de los espacios verdes y su protagonismo dentro del *portfolio* de la firma



Francisco Moreno, jefe de Producto de Cerámica y Jardín de BigMat

¿Cuál es su opinión sobre la situación del mercado del mueble de jardín en España?

En los últimos años ha habido una notable recuperación. El cliente cada vez le concede más importancia a la terraza o al porche y está dispuesto a invertir más dinero en esta área de la casa.

¿Cuál viene siendo el comportamiento del consumidor español en los últimos años?

Como acabo de explicar, el cliente está dispuesto a gastar más dinero, pero también es

más exigente en todos los aspectos. Además de un mueble de exterior resistente, quiere que tenga diseño. Al final en el jardín se pasan muchas horas (sobre todo en las zonas cálidas) y quiere sentirse tan cómodo como en el salón o en la cocina. El cliente equipa también mejor el jardín con todo tipo de complementos como la barbacoa, la iluminación, etc. Del tal forma que el exterior se transforma en un área híbrida en la que se cocina, se descansa, se toma el sol, se nada, etc. en un mismo espacio. Este es el motivo por el que nos gusta llamarla "La 5ª Estancia".

¿Cuáles son las tendencias más destacadas que marcan el diseño del mueble de jardín en cuanto a las formas, colores y textiles?

La tendencia es la multiplicidad de tendencias que conviven a la vez: desde el la vuelta a los diseños sesenteros, el vintage, el neorústico, el neoclásico... El único consejo que les damos a nuestros clientes es que haya coherencia entre el estilo decorativo que eligen para el jardín y el del interior de la casa. En función del estilo decorativo, la paleta cromática varía. En los jardines de aire moderno predominan colores más llamativos como los rojos, rosas, amarillos, verdes. En los más clásicos dominan los blancos, pastel, crudos, los terracotas y los grises. En general predominan las líneas rectas y se evitan los diseños estridentes o grandilocuentes. Conviene recordar que el jardín es una zona principalmente de relax, y hay que crear atmósferas que persigan este objetivo. Observamos una clara tendencia en la que el mueble de exterior, por la calidad de su diseño coloniza también el interior. Por esta razón el cliente también está dispuesto a incrementar su presupuesto: la butaca del jardín se integra perfectamente en el salón.

¿Y en cuanto a materiales?: mimbre, piedra, madera, hierro, polywood, ratán y otros materiales sintéticos...

Efectivamente todos esos materiales son los más utilizados. Como nota destacable, se tiende a que la madera muestre cada vez más la belleza de la veta natural. En este sentido, las protagonistas son la teka, el eucalipto y la acacia. Por otro lado estos dos últimos años esta cobrando cada vez más importancia el aluminio y las aleaciones metálicas lacadas.

Algunos de los diseños más modernos hacen pensar que ese ha sacrificado la comodidad. ¿Es esta apreciación una realidad?

Desde luego en ningún caso es el criterio que empleamos en BigMat a la hora de elegir los modelos que están disponibles en nuestros puntos de venta. Se puede combinar perfectamente estética y comodidad sin tener que hacer renuncia alguna.



El área de I+D+i parece caminar impenitentemente hacia la búsqueda de nuevos materiales resistentes a las inclemencias del tiempo. ¿En qué medida estamos ante una evolución en los muebles de exterior?

Esta evolución o "revolución" comenzó hace años y sigue vigente. Las empresas hacen inversiones considerables en busca de materiales bellos, ligeros y resistentes. Todavía queda camino por recorrer, porque es muy difícil "luchar" contra la climatología; pero en el mercado hay materiales que ofrecen ciclos de vida muy largos. Incluso a veces

las modas hacen que queden desactualizados, pero por una cuestión estética, que no de uso. Hay materiales como la madera que con un buen mantenimiento, gana belleza con el paso del tiempo.

¿Cómo ha estimulado la recesión económica la imaginación para la recuperación de piezas, así como nuevos hábitos del consumidor joven concienciado con la sostenibilidad? ¿Cómo se ha reflejado esto en las ventas?

Como dice el refrán, *la necesidad agudiza el ingenio*. Con la crisis mundial que



hemos vivido, esta máxima puede aplicarse a cualquier sector. Creo que hemos heredado una mentalidad en la que no estás dispuesto a pagar ni un céntimo más, si el producto realmente no es bueno y lo merece. El cliente gasta más, pero también exige más. El *low cost* llegó para quedarse y ya no sentimos "vergüenza" por adquirir determinados servicios o productos, porque el derroche está mal visto. Pero ojo, el cliente valora y está dispuesto a pagar por la calidad, la imagen y la confianza de una marca de prestigio.

La conciencia por el respeto al medio ambiente y a la búsqueda de productos biodegradables y reciclables, ¿en qué medida se ve frenada por el menor precio de los modelos competidores no ecológicos?

En este sentido todavía hay que hacer una labor pedagógica que nos compete a todos. En el caso del cliente español, cada vez está más concienciado; pero cuando un producto biodegradable es mucho más caro, al cliente le cuesta hacer dicho desembolso.

¿Cómo valora el consumidor el plus de que el producto tenga certificación FSC si ello supone mayor precio?

En este sentido sí que hay más predisposición por parte del cliente; este tipo de certificación transmite confianza.

¿Qué peso tiene la marca *Made in Spain* hoy en día y cuál es la evolución?

También creo que el cliente lo tiene en cuenta, pero la competencia asiática es feroz. España vuelve a fabricar con el plus añadió que tiene la etiqueta *Made in Spain*, que es muy valorada.

"El *low cost* llegó para quedarse y ya no sentimos 'vergüenza' por adquirir determinados servicios o productos"

¿Hasta qué punto los países procedentes de Asia hacen posible competir en precio al mercado nacional? ¿Siguen siendo precios imbatibles?

No debemos negar la evidencia, porque la competencia es muy fuerte. Quizá son imbatibles en el precio, pero en otros aspectos no pueden enfrentarse al *Made in Spain* y el cliente lo sabe. "Hecho en España" es sinónimo de calidad y, no nos engañemos, la calidad hay que pagarla. El cliente sabe que detrás de un producto es-

pañol hay un trabajador que goza de todos sus derechos laborales.

El mueble de exterior ha ido desapareciendo de las tiendas a medida que ha ido apareciendo en las grandes superficies y centros de bricolaje, ¿qué ventajas e inconvenientes se plantean con esto al consumidor?

Inconveniente ninguno, al contrario. Puede adquirir en un mismo espacio comercial productos de diferente índole sin tener que desplazarse. Nuestro objetivo es ofrecerle siempre al cliente la mejor atención y darle una experiencia de compra satisfactoria. Para cumplir esta premisa, cuantos más referencias puedas ofrecerle, con la mejor relación calidad/precio y una atención profesional, mejor.

¿La estacionalidad de la venta de productos cómo afecta hoy en día y cómo se sortean las dificultades?

Es una característica intrínseca del mobiliario de jardín, pero como comentaba antes, estos muebles han ganado en versatilidad. Es difícil vender depuradoras de piscinas en verano, así lo marca la lógica de la climatología y se asume de forma natural. Pero en lo que a mobiliario se refiere, la belleza y versatilidad del mueble de jardín hace que su uso se multiplique y pueda ser una pieza decorativa y funcional más en el interior de la casa.

¿Cómo se ha adaptado BigMat a las nuevas tecnologías y la venta online?

Estamos totalmente adaptados y es una de las áreas en las que mayor inversión está haciendo el grupo. De no ser así, cualquier enseña está condenada a extinguirse, aunque pensamos que el comercio físico no va a desaparecer nunca. Utilizando un símil mediático, la tele no ha acabado con la radio. En determinados momentos, el cliente quiere disfrutar de la experiencia de compra y "palpar, "sentir" el producto en sus propias manos. Lo que sucede es que habitualmente, ya ha hecho un viaje y una selección a través de la red y ha escogido los puntos de venta que le interesan. De momento con la tecnología no podemos tocar y oler los objetos, pero todo llegará. ●

CASA ANDREEA

ARROCES Y MARISCOS

Mucho más que un arroz



Calle Padre Claret, 10
Tel: 915458069



Formas minerales



La colección Faz se caracteriza por un diseño que contextualiza los hogares y equipamientos allá donde se instala. Sus formas minerales y diseños de carácter recto y limpio permiten encajar en la totalidad de ubicaciones y escenarios.

Esta colección, abanderada por la firma Vondom y diseñada por Ramón Esteve, cuenta en la actualidad con más de 80 productos, entre ellos, sofás, butacas, mesas, tumbonas y maceteros. Además, presenta un sistema de iluminación led en su interior, que permite ser controlado a distancia, con la posibilidad de elegir entre una amplia gama de colores creando ambientes y atmosferas de puro color.

www.vondom.com

Cama sofá Chill Out

Con cerca de 2 metros cuadrados de superficie, este cómodo sofá permite disfrutar sentado o tumbado del ambiente exterior.

Cuenta con un techo móvil regulable para dar sombra en las horas más calurosas del día y proteger al caer la noche. Su estructura de aluminio y ratán hacen de esta cama sofá un mueble ligero y resistente.

www.conforama.es



Tapicería resistente a manchas e inclemencias climáticas

Sunbrella Renaissance se creó con dos objetivos principales: crear hermosas telas de tapicería, de inspiración vintage que permitieses además el reciclaje de residuos textiles industriales.

La gama ofrece 16 referencias con una garantía de cinco años.

Específicamente indicada para resistir ante las manchas y ante las inclemencias climáticas de los entornos al aire libre, gracias al tratamiento al cual se someten durante su proceso de fabricación, que las dota de una capacidad repelente.

www.dickson-constant.com



Sombrilla Palma

Con esta sombrilla automática, el diseñador jefe de Royal Botania, Kris Van Puyvelde, ha reformulado y rediseñado la sombrilla tradicional de jardín. Palma ofrece comodidad y practicidad a la hora de manejar la sombrilla, además de un diseño elegante y minimalista que se adapta en cualquier terraza o jardín.

Destaca en la colección Palma su aspecto orgánico. Toda la inteligencia mecánica está oculta dentro del diseño, sin nada que pueda menoscabar el estilo. El mástil central no tiene tornillos ni otras partes mecánicas visibles. Incluso los brazos del toldo no necesitan soportes de apoyo.

www.royalbotania.com



Armonía y belleza atemporal

Las estructuras microperforadas de todas las piezas de la colección Blau –que incluye sillones, sofás, sillas, tumbonas, taburetes, reposapiés, mesas y una luminaria en forma de árbol– parecen hojas finas de papel blanco dobladas por el viento. Dependiendo del ángulo desde el que se miren, su apariencia cambia.

Diseñada por el estudio de arquitectura Fran Silvestre, Blau está fabricada exclusivamente en aluminio. De ahí sus formas ligeras y fluidas.

La estructura portante está pensada con piezas ortogonales mientras que los asientos presentan una geometría curva que recuerda a las sillas de exterior hechas de tela, como señala Fran Silvestre. “El empleo de

chapa perforada permite que la luz pueda atravesar la pieza haciéndola transparente y que el agua no se deposite en la superficie horizontal”, añade. Blau, que es como se llama al color azul en esta parte del Mediterráneo, remite a la influencia de la vida mediterránea. “Cuando construimos aquí –explica Silvestre– atendemos a la continuidad entre el interior y el exterior, y al empleo de la luz como material de construcción”.

En esta primera colaboración del arquitecto valenciano con Gandiablascó, las geometrías empleadas y los criterios constructivos ponen de manifiesto su búsqueda de “la belleza eficaz”, en palabras de Silvestre. “Pensamos que es muy parecido a realizar un proyecto arquitectónico pero trabajando a otra escala”.



www.gandiablascó.com



Conjunto de ratán corte *vintage*



Indicados para exterior e interior. De corte clásico y vintage, estas piezas darán un toque romántico a la terraza o jardín, creando un espacio con encanto sin desprestigiar el confort.

Los materiales de fabricación consisten en fibras de alta calidad de HDPE que imita al ratán natural, cumpliendo con los requisitos necesarios para garantizar un uso prolongado del producto.

Requiere de poco mantenimiento. Material ligero, impermeable y duradero.

www.cfaura.com

Balancín suspendido. Seguridad y resistencia

El balancín Summer tiene una estructura reforzada de aluminio blanco de gran resistencia, con un sistema de suspensión seguro y resistente que puede aguantar un peso de hasta 150 kg.

Contiene cómodos cojines de color gris incluidos.

Peso: 30 Kg. Longitud: 98.000 cm. Ancho: 98.000 cm. Altura: 203.000 cm.

www.casaviva.es



Opinan los profesionales del sector

“Las tendencias que abarcan al diseño de mobiliario de exterior cada vez son más simples, todo se va basando en líneas rectas y limpias. Tendencias que permiten al producto integrarse en cualquier ambiente. El color blanco sigue reinando en la elección final, ya que es fácil encajar con cualquier otro”.

Ignacio Gisbert, del departamento de marketing de Vondom

“En la actualidad, el mobiliario de ratán sintético (HDPE) se ha convertido en uno de los materiales más utilizados para mobiliario exterior gracias a su resistencia al calor, la humedad o las inclemencias externas, indistintamente de diseño moderno o clásico, o colores del mismo. Aunque, cabe decir, que la exposición prolongada a agentes climatológicos adversos, evidentemente y como todo, pueden afectar a su color y durabilidad del producto, por lo tanto, recomendamos mantener cubiertos con protectores cuando no vayan a ser utilizados”.

Francisco J. Dols, director Marketing de Cañizos Faura

“El aluminio y el acero inoxidable es muy moderno y actual; sin embargo, en muchos ambientes la teca de alta calidad sigue siendo muy importante, por eso hacemos muebles de teca moderna, elegante, no demasiado robusta y combinamos materiales modernos con la teca (la colección Zidiz por ejemplo). Además, en Royal Botania utilizamos el Batyline, un tejido resistente a las condiciones meteorológicas, antihumedad, antimanchas y que se limpia con facilidad. Esta tela de poliéster está provista de un recubrimiento en PVC, repele la humedad y se seca rápidamente. La principal ventaja de este material es la flexibilidad para conseguir un cómodo descanso.

Por otra parte, una tendencia muy actual es el mobiliario personalizado el que está más solicitado. De este modo, en Royal Botania ofrecemos infinitas variedades de colores, materiales y colecciones para que cualquiera pueda encontrar la combinación perfecta”.

Kevin Snyders, director de Marketing de Royal Botania



“La tendencia de tapicerías está en los tejidos repelentes a la suciedad y líquidos, que además tengan un aspecto textil, cálido, como los tejidos de Sunbrella. Tejidos de aspecto artesanal, con trama y urdimbre marcados, irregulares, con hilo grueso, con más cuerpo. Los tejidos híbridos In&Out están totalmente de moda”.

Alvaro Teixeira, responsable comercial de Sunbrella en España

“En mi opinión, actualmente en el mobiliario de jardín está muy presente el aluminio como el material estructural más clásico, duradero, ligero y fácil de mantener, en diferentes colores dependiendo de donde se vaya a poner y combinado con lamas de madera para darle un toque más cálido e infinitad de posibilidades de tapizado (ahora más que nunca existen muchas telas para exterior), aunque el blanco sigue siendo el eterno.

Todo esto, con una bonita iluminación eléctrica o de velas, y conseguirás un agradable espacio para disfrutar el exterior”.

José A. Gandía-Blasco, presidente de GandiaBlasco

“La tendencia apunta hacia muebles de *ratán/wicker*. Se llevan los colores grises claros con cojines a juego en el mismo tono o en gris grafito. También, ratán blanco con asientos en gris y tostado. Este año tienen gran relevancia los sofás rinconera con mesa de salón a juego en diferentes formatos, como el conjunto de rinconera reversible y mesa de centro Mónaco de Conforama. Los tonos marrones claros para el ratán, con asientos en blanco roto son una combinación de color que también está rompiendo este año, a diferencia del clásico marrón con cojines claros.

Además son tendencia los conjuntos de mesas en metal con mezclas de grises, de estilo vanguardista. Asimismo, se está apostando por los colores divertidos y frescos para muebles de otros materiales diferentes al ratán, como el amarillo. Y, en contraste, también son tendencia los tonos *taupe*, porque dan un toque de elegancia.

Del mismo, viene fuerte todo lo que es estructura en aluminio blanco y también son tendencia las sillas *in&out* para uso tanto interior como exterior, que dan doble servicio. En tumbonas continúan siendo tendencia los tonos de ratán blanco”.

Víctor Ramos, jefe de Producto y responsable de Tendencias de Conforama Península Ibérica



ÁLVARO BARRERA,
PRESIDENTE DE ECOVALIA



PRODUCCIÓN ECOLÓGICA,

sostenibilidad desde la base

CONSEGUIR QUE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA sea considerada una herramienta básica en las estrategias para afrontar el cambio climático es uno de los objetivos para este 2017 de Ecovalia, asociación nacional sin ánimo de lucro respaldada por una masa social de 15.000 personas y una historia de más de 25 años. La entidad trabaja en el fomento de este sistema productivo, cuya sostenibilidad radica en su propia base. De muestra, un botón: producir 1 litro de aceite de oliva ecológico mitiga la contaminación que produce un coche durante un mes.

Los consumidores son cada vez más conscientes de los beneficios de la alimentación ecológica y la importancia de la seguridad alimentaria. En paralelo, agricultores y ganaderos encuentran en la producción eco la vanguardia del sector. Todo son beneficios; incluso para el medio ambiente. Este sistema productivo es el único que garantiza la sostenibilidad de una necesidad primaria: generar alimentos. Si esto es algo de lo que no podemos prescindir, ¿por qué no convertirlo en parte de la solución al mayor problema am-

biental al que nos enfrentamos y que pone en jaque la sostenibilidad del Planeta? Hablamos del cambio climático.

Según un informe elaborado recientemente por IFOAM-EU (International Federation of Organic Agriculture Movements), el sistema alimentario actual podría ser responsable del 50% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. La producción animal intensiva depende en gran medida de las importaciones de piensos de fuera de Europa, lo que contribuye al abuso del transporte y a la deforestación de extensas áreas geográficas. La producción de fertilizantes sintéticos, por su parte, genera gran cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero.

Transformar el manejo agrícola y ganadero puede ser la clave. En el caso de la agricultura, un beneficio ambiental básico es la capacidad que tienen las plantas para fijar carbono en el suelo. Esta acción positiva se incrementa notablemente cuando se aplican técnicas ecológicas como la rotación de cultivos, la disminución del laboreo mecá-

nico, el manejo del agua y de los residuos del cultivo, la adecuada gestión del pastoreo del ganado, la utilización de cubiertas vegetales y setos, etc.

La aportación de la agricultura ecológica, además, contribuye a la conservación de la biodiversidad, la calidad del agua, la utilización de energías limpias, la reducción de residuos y embalajes, etc. En el ámbito social, evita el despoblamiento de las zonas rurales y posibilita el desarrollo sostenible.

En lo que se refiere a la ganadería, el modelo intensivo se basa en producir el máximo posible en una determinada superficie de tierra, utilizando una gran cantidad de insumos. Por contra, la ganadería ecológica puede disminuir de forma drástica las emisiones por kilo de alimento producido, ya que se basa en el uso reducido de insumos, cierra el ciclo de nutrientes y mantiene la fertilidad del suelo; además, proporciona bienestar animal y ofrece muchos beneficios ambientales para el suelo, el agua y la biodiversidad.

Desde Ecovalia tenemos la certeza de que la producción ecológica tiene la llave para

Jardineros

www.jardineroshoy.es

● PAISAJISMO

• Madrid abre el centro de cactus más importante de Europa

● EMPRESAS



- Nuevas instalaciones de Pedro Azpetia en Logroño
- Maser inaugura sus instalaciones en Amorebieta
- John Deere entrega los primeros tractores 5R y 9R llegados a España en Fercam
- Topcon: innovación en una empresa vinícola tradicional catalana

● INFORME

• Superficie de cultivo ecológico aumenta un 2,5 %

● ACTUALIDAD

• Proponen al Ayuntamiento de Madrid la instalación de jardines en los techos de los autobuses de la EMT

● EL RINCÓN DE NUESTROS COLABORADORES

- Diez beneficios que demuestran la importancia del jardín. Por Fernando Pozuelo
- Decoración general en exteriores. Por Daniel Valera



INAUGURACIÓN NUEVAS INSTALACIONES DE PEDRO AZPEITIA EN LOGROÑO



Cerca de 400 personas se dieron cita el pasado mes de junio para disfrutar de la inauguración y presentación de las nuevas instalaciones que el concesionario oficial New Holland Pedro Azpetia cuenta en el polígono industrial La Portalada, en Logroño. Estas nuevas instalaciones se suman a las que ya dicha empresa posee en Santo Domingo de la Calzada como sede principal.

El acto de presentación estuvo dirigido por Luis Miguel Urraca, gerente del concesionario, el cual en su discurso agradeció a todos los presentes la asistencia al evento y destacó la ilusión con que afronta este nuevo reto de conseguir llevar la marca New Holland al liderazgo absoluto en la provincia riojana. Durante su exposición hizo partícipes a todos los miembros que

forman parte de su equipo, más de una treintena, encabezados por sus fundadores, Javier y Pedro Azpetia, “ya que el grupo humano que lo conforman son parte muy importante del éxito empresarial”

A esta apertura oficial acudieron diferentes personalidades destacando la presencia del Consejero de Agricultura de La Rioja, Iñigo Nagore, el cual dedicó unas palabras de agradecimiento a New Holland por la apuesta en el sector agrícola riojano y al concesionario Pedro Azpetia por la importante inversión realizada para la promoción de la agricultura y ofrecer un servicio excelente de calidad a los agricultores riojanos, siendo esto una prueba de que la agricultura es uno de los motores principales de la economía de esta región.

Por parte de New Holland, también fueron varios los responsables que acudieron a la cita, siendo su máximo responsable en España, Riccardo Angelini, quien dedicó unas palabras a los asistentes, donde reiteró el mensaje sobre la confianza puesta sobre este concesionario que ha apostado fuerte por la marca y por el sector agrícola, alabando la profesionalidad, cercanía y el servicio que llevan demostrando en toda La Rioja desde hace ya muchos años de historia.

Para concluir esta jornada, todos los asistentes, además de disfrutar de las novedades, en lo que a producto se refiere que allí se expusieron, pudieron degustar un aperitivo acompañado de vino de la tierra.



JCB PRESENTA SUS RESULTADOS ECONÓMICOS DE 2016 CON UN CRECIMIENTO DEL 12 %

JCB acaba de presentar sus resultados anuales de 2016, un ejercicio en el que el fabricante de maquinaria de Staffordshire ha conseguido unos beneficios antes de impuestos de 287 millones de libras (214 millones de libras en 2015). El volumen de ventas aumentó cerca del 12% hasta los 2.620 millones de libras (2.340 millones de libras en 2015), y las unidades de máquinas vendidas crecieron hasta las 66.011 (59.844 en 2015), un 10 % más que en el ejercicio anterior.

Estos sólidos resultados han tenido lugar a pesar de que la contracción del 1% en el mercado global de equipos de construcción en 2016.

El consejero delegado de JCB, Graeme Macdonald, comentó: "Los resultados de JCB en 2016 se han conseguido a pesar de los contratiempos económicos que han reducido el mercado global de equipos de construcción. Algunos mercados crecieron, como la India, que aumentó casi un 40 %, mientras que otros cayeron, incluyendo Brasil, que bajó más del 40%. El mercado británico se contrajo un 5 % en 2016, pero la buena noticia es que, después de unos años difíciles, los mercados europeos crecieron fuertemente y subieron más de un 10 % el año pasado". El presidente de JCB, Lord Bamford, añadió: "Si bien nos enfrentamos a desafíos en algunas partes del mundo, el mercado global de la construcción en lo que llevamos de 2017 es boyante y se espera que siga creciendo durante el resto de este año".



"El mercado británico ha tenido un comienzo particularmente bueno este año con la construcción de viviendas, impulsando la demanda de equipos compactos y de gama media, en particular de las manipuladoras telescópicas. Además, hay algunos proyectos clave de infraestructuras como HS2, Hinkley Point y Thames Tideway que están en las primeras etapas de implementación, por lo que los clientes están evaluando actualmente sus necesidades de flota y maquinaria. Las mejoras en las carreteras y los sistemas de ampliación en todo el Reino Unido, también están provocando una mayor demanda de equipos".

MASER, NUEVO DISTRIBUIDOR DE JCB EN EL PAÍS VASCO Y CANTABRIA, INAUGURA SUS INSTALACIONES EN AMOREBIETA

El pasado mes de junio, más de 250 personas se dieron cita en las instalaciones de Maser, nuevo distribuidor de JCB para el País Vasco y Cantabria. Ubicadas en el Polígono Zubieta de



De izquierda a derecha, José Luis Fernández, director de Post-Venta de JCB; Gorka Bilbao y Alfonso Lozano, director Financiero y gerente de Maser, respectivamente; George Heining, director general de JCB España, y Agustín Uriarte, socio fundador de Maser.

Amorebieta (Vizcaya), cuentan con un total de 2000 m2 de superficie, que albergan un taller de reparación, amplio almacén de recambios y oficinas, desde donde Maser organizará la promoción y reparación de maquinaria JCB.

Además de visitar el taller, equipado con todas las herramientas y su almacén de recambios bien surtido, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer en persona el equipo humano que representa la marca JCB y que realizará a partir de ahora, todas las actividades de atención al cliente por parte de Maser.

Entre las máquinas presentadas, cabe destacar la minie excavadora 8020, la excavadora de cadenas JS 200 NLC o la Telescópica 540-170, con un alcance de 17 metros. Especial atención recibió la excavadora de ruedas Hydradig 110 W, así como las minicargadoras de un único brazo de elevación, que permiten la entrada por una puerta lateral.

No menos atractivas resultaron la midie excavadora 100 C de 10 t, una pala cargadora 406 con cuchara y horquillas, y la "Mixta" JCB 3CX, con todos sus modelos.

JOHN DEERE ENTREGA LOS PRIMEROS TRACTORES 5R Y 9R LLEGADOS A ESPAÑA EN FERCAM



John Deere ha aprovechado la pasada feria agrícola Fercam, en Manzanares, para hacer entrega del primer tractor de la Serie 5R llegado a España y del primer tractor de la Serie 9R adquirido también en nuestro país.

El acto tuvo lugar el pasado mes de julio y estuvieron presentes el director general de John Deere Ibérica, Enrique Guillén, junto con Francisco Agúndez, gerente de Ventas de

la División 1 y Luis Montero, jefe Territorial de la zona centro y levante. La presencia por parte de John Deere en Fercam está liderada por el concesionario oficial Agritrasa, cuya área de responsabilidad corresponde a las provincias de Ciudad Real y Toledo. Fue el gerente del concesionario, Javier Moreno, junto con representantes de su red comercial, quienes llevaron a cabo la entrega de los tractores.

Este fue un acto muy importante para John Deere, ya que se trata de la entrega en mano de uno de sus productos estrella y más esperados, los tractores de la Serie 5R, cuya presentación oficial se realizó hace unos meses. La entrega de las unidades producidas ya es un hecho, y la marca ha querido otorgar la relevancia que esto supone para el mercado español.

Por otra parte, el acto de entrega del primer tractor vendido de la Serie 9R no se quedó atrás. Este es un hito para la compañía americana por ser el primer tractor de estas características vendido en el territorio nacional, y en concreto en la provincia de Toledo. La Serie 9R es la gama de tractores más pesados, más potentes y equipados de John Deere.

El acto concluyó con algunas fotos de grupo y las muestras de agradecimiento por parte de los representantes de John Deere y del Concesionario oficial a los agricultores agraciados, por depositar su confianza en la marca y en los servicios de calidad que proporciona el concesionario.



AGRAGEX CONSTATA LAS BUENAS EXPECTATIVAS PARA LA EXPORTACIÓN EN SU ROAD SHOW 2018

Agragex, la asociación española de exportadores de equipamiento agropecuario, ha celebrado un año más la ronda de encuentros con sus empresas que tiene lugar en diferentes puntos de la geografía española. El resumen de las opiniones recogidas es que la sequía ha afectado a las ventas de equipamiento para el cereal, pero que los cultivos especiales van bien y en ese campo los equipos españoles tienen ventaja frente a los de otros países. En la exportación, se vislumbran muy buenas expectativas dados los datos recogidos durante los primeros cuatro meses del año, que indican un crecimiento medio de un 7 %.

Bajo el nombre de Road Show 2018, las reuniones de Agragex pulsán el estado del sector tanto internamente como en lo referente a las exportaciones. Además, en estos encuentros, Agragex y sus asociados elaboran el plan anual de promoción exterior de la industria española de equipamiento agropecuario para el año que viene. Entre los pasados 26 de junio y 4 de julio, la asociación ha mantenido encuentros en las provincias de Valladolid, Sevilla, Murcia, Lérida y Guipúzcoa, con la participación de cerca de 60 empresas.

Mercado interior

Las empresas reunidas en Lérida destacan que han apreciado también de manera significativa la recuperación en el ritmo de ventas de equipos y productos para la ganadería, y la recuperación del sector del porcino, más concretamente. Y otros coinciden también en señalar como positiva la estabilidad en el mercado interno, con pequeños crecimientos a lo largo del año. La sensación es, pues, optimista, principalmente por el aumento de producción de cultivos especiales (viña, uva, almendro, etc.) en los que España es más competitiva frente a sus socios europeos.

En cuanto a la exportación, según datos registrados por Agragex, las exportaciones de equipamiento agropecuario durante los cuatro primeros meses del 2017, han crecido un 7 % en comparación con el mismo periodo de 2016, entre otras cosas porque se aprecia la recuperación del mercado europeo, nuestro principal cliente, que ha crecido un 10 %.

Desde Levante, los socios de Agragex destacaron de entre los datos de exportación que el mercado de Protección de cultivos, en América Latina, ha empezado el año con bastante fuerza, y parece que está en una buena situación general, con muy buenas expectativas para lo que resta de año. También que el subsector de invernaderos ha crecido un 18 % con mercados concretos tan buenos como Turquía, donde las ventas crecieron durante los cuatro primeros meses de 2017 cerca de un 50 %, apreciación en la que coinciden con las empresas reunidas en Guipúzcoa. La sensación de las marcas es positiva y parece que ya se van quedando atrás los años en los que el crecimiento era escaso o muy limitado. En lo que respecta a Abonos y Fertilizantes, el comienzo de año ha sido bueno. Europa creció en torno al 17 % aproximadamente en el primer trimestre y hay buenas expectativas para el resto del año.

Por su parte, las empresas reunidas en Lleida han coincidido con las reunidas en Sevilla en confirmar que las zonas de Rusia, Kazajistán y el este de Europa parece que se recuperan y dejan atrás los años difíciles del embargo que se puso a las exportaciones europeas. También en el Norte de África se respira un aire propicio a las exportaciones españolas del sector, con pedidos que en ocasiones es difícil abastecer.

Por otro lado, otros fabricantes han destacado las buenas expectativas del mercado norteamericano, así como mejoras notables en Australia y el Sudeste Asiático.



Agragex con las empresas reunidas en Murcia.



Preparar los viñedos para los beneficios de la agricultura de precisión

TOPCON: INNOVACIÓN EN UNA EMPRESA VINÍCOLA TRADICIONAL CATALANA

Topcon Positioning Spain, compañía especializada en posicionamiento de precisión, de la mano de su partner Infraplan, empresa especializada en información geoespacial, ayuda en la innovación de Mas d'en Bosch, empresa vitivinícola tradicional catalana ubicada en Vilar Rodona (Tarragona), con la tecnología de Agricultura de Precisión.

Desde el siglo XVIII, Mas d'en Bosch ha sido un pilar de la agricultura de la zona. Se encuentra entre las regiones vinícolas de Cataluña con denominación de origen protegidas, pero ahora los viñedos necesitan renovarse. Dicha posición la puede mantener, gracias a su atrevimiento por innovar y convertir el viñedo en un punto de referencia de la Agricultura de Precisión, invirtiendo en la tecnología más puntera del Sector.

Ricard González Almuzara, director general de Infraplan ha señalado que "operamos en distintos ámbitos como el sector público, infraestructuras, industria y agricultura. Nos sentimos cómodos al participar en entornos innovadores que se beneficien de nuestra experiencia en la captura y el procesamiento de la información geográfica, -añade-. Con cualquier implementación de infraestructura, sea para carreteras, ferrocarriles o agricultura, es preciso conocer las condiciones actuales y documentar la evolución. De este modo, se puede planificar y supervisar mejor el proyecto, y es posible prepararse para las distintas transformaciones que puedan tener lugar".

"El objetivo es mejorar la gestión de los cultivos por medio de la recopilación y análisis de datos. Eso nos permite optimizar la rentabilidad de la inversión y preservar los recursos disponibles", comenta Óscar Quesada Carrasco, CCO en Infraplan, adentrándose ya en el proyecto. "En Mas d'en Bosch, estamos implementando una infraestructura agraria. Y preparando plataformas para plantar nuevas cepas. Al realizar un mapeo de las condiciones tal y como son y rastrear el desarrollo desde ahí, Infraplan hace buen uso de sus modernos métodos".



La tradición se une a la innovación en los maravillosos paisajes mediterráneos de Cataluña.



El objetivo es mejorar la gestión y producción de los cultivos por medio de la recopilación y análisis de datos, que proporciona la tecnología de agricultura de precisión

“Desde el principio del mismo- continúa Quesada-, hemos volado todos los meses para supervisar la construcción de las plataformas. Controlamos la geometría y cubicación de la tierra y nos aseguramos de que la construcción se realiza según las pautas del diseño. Una vez crecidas las vides, podemos tomar imágenes RGB sumamente extensas y generar mapas con imágenes aéreas que diferencien los cultivos y sus diversas etapas, además de localizar las zonas con necesidades especiales. Este tipo de necesidades especiales podrían ser, por ejemplo, la fumigación, una mayor cantidad de nutrientes o la irrigación. De este modo, podemos dar los pasos para corregir y optimizar la producción para Mas d'en Bosch”.

“El trabajo con estos drones ofrece posibilidades inconcebibles hace apenas unos años, - continúa Ricard González Almuzara, director general de Infraplan-”.

Mediante un Sistema Aéreo sin Tripulación (UAS, por sus siglas en inglés) se realizan vuelos mensuales gracias a los cuales la empresa reúne toda esa información vital desde arriba. “Usamos Sirius Pro por la seguridad, la precisión y la velocidad de las

operaciones fotogramétricas”, - expone el Sr. González Almuzara-. “Ofrece posibilidades inconcebibles hace apenas unos años”.

Por otro lado, el programa de Topcon Mavinci Desktop permite a Infraplan programar el vuelo, subir el plan de vuelo al Sirius Pro y controlar la ejecución desde el ordenador portátil. “Nos permite supervisar más rápido y con más fluidez. Después de aterrizar, podemos comenzar a procesar los datos que obtuvo el Sirius Pro. A continuación, nos ponemos de inmediato a generar los productos requeridos que proporcionamos al cliente a través de Mapia Online”, describe el director general de Infraplan.

Mapia Online es una plataforma digital de Infraplan con la que se proporciona información geoespacial a los clientes, lo que permite involucrarlos aún más en sus proyectos. Quesada Carrasco añade por su parte: “La integración con los instrumentos de Topcon nos permite compartir cientos y miles de imágenes que capturamos con los drones. Antes de que entrara en juego esta tecnología, no era posible tomar decisiones críticas con esta rapidez, precisión y facilidad. Hoy todo el personal técnico del viñedo planifica y realiza su trabajo según un modelo de datos compartido en el que se incluyen todas las funciones necesarias”.

De este modo, la avanzada tecnología para la Agricultura de Precisión de Topcon se une a la gran experiencia geoespacial de Infraplan, lo que ha ayudado a Mas d'en Bosch a preparar sus viñedos para el futuro. Se trata de otra extraordinaria colaboración para ambas empresas, así como punto de encuentro para este prestigioso viñedo, entre tradición e innovación, donde a las nuevas prácticas de agricultura de precisión las sigue el agradable sonido del chocar de copas con su buen cava de los más sibaritas.

LA SUPERFICIE DE CULTIVO ECOLÓGICO AUMENTA UN 2,5 %



El Mapama está trabajando en la fase final de elaboración del Informe Nacional de Estadísticas de la Producción Ecológica correspondiente al año 2016. Dicho informe toma como base la obligación articulada en el Reglamento marco de la producción ecológica, pero con mucho mayor grado de detalle y contenido que lo exigido en la norma.

Los datos provisionales vienen a confirmar la tendencia de crecimiento sostenido y consolidación del sector de la producción ecológica española, que ha posicionado a nuestro país como el primer productor de la Unión Europea por superficie y entre los cinco mayores productores del mundo. La superficie ha aumentado un 2,5 % respecto al año 2015, alcanzando hasta casi las 2.019.000 Ha. La mitad se destina a pastos permanentes, una cuarta parte a cultivos de tierras arables y la otra cuarta parte a cultivos permanentes. Destaca la superficie calificada en conversión, que se ha triplicado respecto al año anterior.

Por lo que respecta a los operadores, su número total se ha incrementado en un 5,3 % hasta los 39.744, habiendo aumentado el número en todas las categorías: productores (4,4 %), industriales (9 %), importadores (23 %), exportadores (27 %) y comercializadores (17 %). Estos datos ponen de relieve el incremento del número de operadores en las fases posteriores de la cadena alimentaria, por el incremento de la demanda.

En producción vegetal destaca el aumento de hectáreas dedicadas a cereales, tubérculos, hortalizas, frutales, frutos secos, cítricos y viñedos.

En cuanto a producción animal, aumenta el número de explotaciones, destacando las de bovino de leche cuyo número se duplica. Aumenta, en menor medida, el número de explotaciones de bovino y ovino de carne, y de aves de corral. El número de cabezas de ganado también aumenta. En este caso, son las aves de corral las que han visto multiplicadas por dos sus cifras, registrándose también un incremento más suave en el número de cabezas de bovino, caprino y gallinas de puesta.

Por lo que a las industrias se refiere, éstas han registrado un crecimiento positivo (9 %) llegando a las 5.663 aquellas relacionadas con la producción vegetal y a 952 las relacionadas con la producción animal. Mientras el número de las primeras ha aumentado en todas las categorías, entre las segundas ha disminuido las industrias lácteas y aumentando el resto.

www.redsostal.es

PROPUESTA AL AYUNTAMIENTO DE MADRID DE INSTALAR JARDINES EN LOS TECHOS DE LOS AUTOBUSES DE LA EMT

Dentro de la iniciativa Funciona Madrid, 32 empleados municipales, han planteado al Ayuntamiento de la capital colocar jardines sostenibles en los techos de las líneas 27 y 34 de los autobuses de la EMT y en las marquesinas de las paradas para hacer de esta ciudad "un lugar más habitable con espacios verdes que se desplacen a lo largo de Madrid con los ciudadanos".

Los empleados que han realizado la propuesta han trabajado en el marco de un proyecto piloto de la Fundación Cotec para la Innovación, que tiene como objetivo que las ideas de los trabajadores municipales se conviertan en "posibles nuevos servicios para la ciudadanía".

Se trata uno de los seis proyectos seleccionados en Funciona Madrid, una experiencia piloto en la que cubrirían de verde 130 marquesinas.

Además de calificar los proyectos de ideas "inteligentes", "bellas" y "nuevas", Carmena prestado su "apoyo inicial total". "Voy a hacer todo lo que esté en mi mano para ponerlos en marcha, ha señalado la alcaldesa. No se conocen todavía fechas pero Carmena ha explicado que se trata de "proyectos que llevan un tiempo", y los ha comparado que son "semillas que después hay que poner en la tierra, cuidar y que a veces tardan en fructificar".

Por su parte, la presidenta de la Fundación Cotec, la exministra Cristina Garmendia, ha mostrado su confianza en que iniciativas como la impulsada en el Ayuntamiento de Madrid inviten a la reflexión para buscar el emprendimiento como "motor de innovación" en las administraciones.

EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS SIGUE MUY DE CERCA LAS NEGOCIACIONES DEL BREXIT, MIENTRAS QUE SUBE EL VALOR DE LAS EXPORTACIONES Y DESCIEENDE EL VOLUMEN



En esta semana, en la que se está desarrollando la segunda ronda de negociaciones de la Comisión Europea y Reino Unido para la salida de este país de la UE, el sector de frutas y hortalizas agrupado en Fepex sigue muy de cerca estas conversaciones, mientras que las exportaciones crecieron un 5% en valor y descendieron un 3 % en volumen en el primer cuatrimestre del año en relación con el mismo periodo de 2016, totalizando 763 millones de euros y 591 millones de toneladas. El descenso del volumen exportado a Reino Unido en el primer cuatrimestre y que ha sido generalizado en los distintos mercados de la UE se ha debido principalmente a la climatología adversa de los primeros meses del año, que provocó una reducción sensible de la producción de determinados cultivos. No obstante, en el periodo analizado, el primer cuatrimestre del año, Reino Unido sigue siendo el tercer mercado para el sector español, detrás de Alemania, con 1,1 millones de toneladas exportadas (-3 %) y Francia con 775.348 toneladas (-6 %).

Para Fepex, preocupa especialmente, el modelo de acuerdo

comercial que determinará las condiciones de acceso de las frutas y hortalizas frescas al mercado británico, dada la diversidad de opciones que se están planteando, desde la aplicación de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio, al establecimiento de un acuerdo a la medida que establezca una zona de libre comercio, sin derechos arancelarios.

En 2016, la exportación española de frutas y hortalizas frescas a Reino Unido totalizó 1.762 millones de euros y 1,5 millones de toneladas, lo que supuso un crecimiento con relación a 2015 del 6 % en volumen y del 9% en valor. Reino Unido es el tercer destino de los envíos españoles de frutas y hortalizas frescas, tras Alemania y Francia, registrando, además, una evolución positiva en los últimos años. En 2016 ha crecido también la participación de Reino Unido entre los países destinatarios de la exportación española, pasando de representar el 13,5 % del total en 2015 al 14,1% en 2016, según datos de la Dirección General de Aduanas, procesados por Fepex.

Fuente: Fepex

DETERMINAN LA RELACIÓN ENTRE LA PRODUCCIÓN Y LA CANTIDAD DE AGUA EN EL ALMENDRO

Una investigación de las Universidades de California y Córdoba logra calcular la cantidad de agua que usa este cultivo para obtener la máxima productividad

El uso del agua en las plantaciones de almendro en California, máxima potencia mundial en la producción de este cultivo, y los periodos intensos de sequía que ha sufrido este Estado, llevan años preocupando a los agricultores dedicados a este tipo de explotaciones.

Este problema es lo que llevó al investigador de la Universidad de Córdoba, Elías Fereres, a colaborar con el científico de la Universidad de California David Goldhamer en un estudio con el objetivo de determinar la relación entre cantidad de agua de riego y producción para los productores californianos de almendro.

Rentabilidad de la cosecha

El trabajo realizado durante cinco años a base de experimentos en 80 parcelas de almendros, sometidas a diferentes cantidades de agua y en una finca en el Sur del Valle de San Joaquín de California, ha logrado desarrollar la

fórmula exacta para que el agricultor pueda determinar la dotación de riego y con ello la rentabilidad de la cosecha antes de comenzar la plantación.

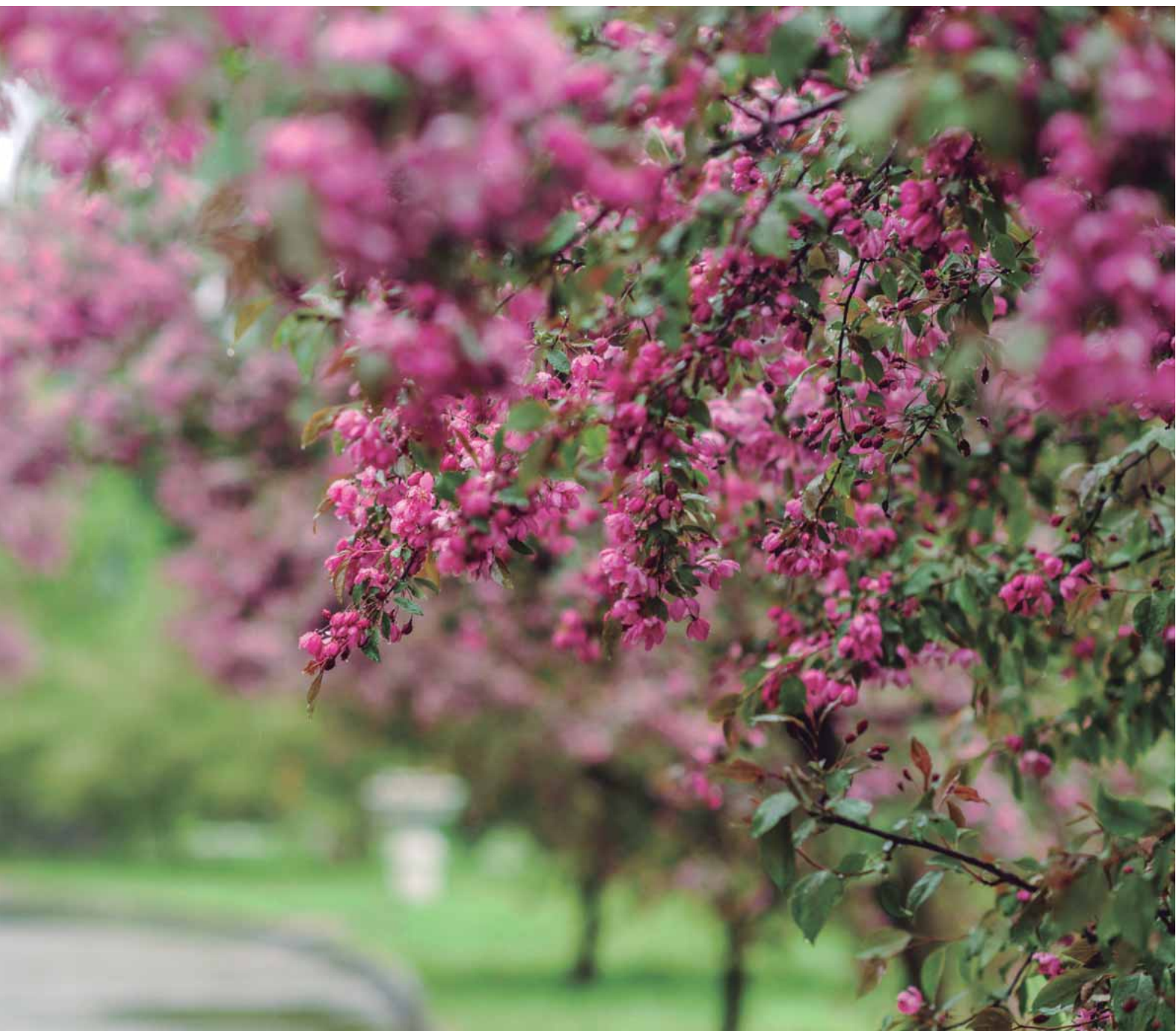
Productividad del agua

Según el catedrático de Producción Vegetal de la UCO, Elías Fereres, el estudio ha permitido afirmar que para que el cultivo de almendro ofrezca su rendimiento máximo, es decir, 4.000 kilos de almendra por hectárea, se necesitan 12.500 metros cúbicos por hectárea en el Sur del Valle de San Joaquín, una zona de clima muy similar al Valle del Guadalquivir pero con mucha menos lluvia anual (100 mm). De su análisis se deduce también que a medida que se reduce la aportación de riego por debajo de la cifra citada, disminuye la producción y aumenta la productividad del agua, esto es, la producción que se obtiene por metro cúbico de agua de riego.

La cifra media obtenida de la produc-

tividad del agua es aproximadamente un cuarto de kilo por metro cúbico de agua. Así, conociendo el precio de mercado del kilo de almendra es posible ponerle precio al metro cúbico de agua. Un ejemplo: si el precio del kilo de almendra está a 4 euros –250 gramos costarían un euro–, el valor del metro cúbico de agua no podría superar un euro como máximo.





Esta investigación, publicada recientemente en la revista *Irrigation Science*, permite al agricultor planificar las necesidades de agua para riego con margen de tiempo y, ante periodos de sequía, tomar decisiones sobre si debe comprar agua, si utilizar el agua de pozos de su propiedad o construir otro nuevo o compartir el agua disponible con otros cultivos.

Investigaciones similares

Según Fereres, los agricultores californianos dedicados a la explotación de almendro ya están usando esta información para regar en las cantidades adecuadas y la máxima productividad. Además, el catedrático indica que desde hace años se están llevando a cabo investigaciones similares en Córdoba por parte de un equipo conjunto

de la UCO, IAS-CSIC e IFAPA y cuyas conclusiones están a punto de ver la luz.

Necesidades hídricas exactas

Con este estudio se pueden conocer también las necesidades hídricas exactas por hectárea en una explotación, lo que contribuye a que se haga un uso sostenible de un bien tan preciado como el agua.

UN ENCUENTRO CIENTÍFICO ANALIZA EN LA UCO LA RELACIÓN ENTRE NUEVOS PATÓGENOS Y SEGURIDAD ALIMENTARIA



La vicerrectora de Investigación de la UCO, Maria Teresa Roldán, junto a organizadores del XV Congreso en la inauguración UCC+i

Los últimos resultados de la investigación en torno a la agricultura mediterránea se convierten durante tres días en protagonistas en la Universidad de Córdoba. Más de 200 especialistas en el estudio de los microorganismos fitopatógenos y en protección de cultivo procedentes de diferentes países participaron el pasado mes de junio, durante tres días, en el XV Congress of the Mediterranean Phytopathological Union. El encuentro fue inaugurado en el salón de actos del Rectorado por la vicerrectora de Investigación de la UCO, María Teresa Roldán Arjona, el presidente de Mediterranean Phytopathological Union, Antonio Logrieco, y los presidentes del comité organizador del Congreso, Blanca Landa del Castillo y Antonio Di Prieto.

Este foro de debate fue una oportunidad para compartir los últimos avances en seguridad alimentaria, en diagnóstico

molecular y control de las enfermedades de cultivo o el impacto del cambio climático en los patógenos que lo causan, entre otros.

Nuevos microorganismos patógenos

Uno de los puntos fuertes del congreso fue la aparición de nuevos microorganismos patógenos en los cultivos mediterráneos como es el caso de la bacteria *Xylella*, que se ha convertido en una importante amenaza para el campo. Según explicó el copresidente del Comité organizador y catedrático de Genética de la UCO, Antonio Di Pietro, se trata de un patógeno nuevo que comenzó a atacar hace unos años en Italia y que afecta fundamentalmente al olivo. Esta bacteria ha llegado a Baleares y, según este especialista, más tarde o más temprano, podría llegar a Andalucía, causando estragos en el olivar an-

daluz. En Italia, la *Xylella* ha provocado la poda de numerosos ejemplares de este tipo de árbol y en Andalucía. "Debemos estar preparados para su aparición, puesto que supone una gran amenaza para el sector agrícola". Di Pietro ha señalado que en la UCO hay algunos grupos de investigación que estudian cómo esta bacteria produce la infección y buscan medidas para prevenirla y para actuar contra ella. Los últimos avances desvelan que es un insecto el que traslada la bacteria de un árbol a otro y, por tanto, la investigación se centra actualmente en controlarlo.

La seguridad alimentaria marcó también parte de las comunicaciones del XI Congreso. En este sentido, los participantes debatieron cómo cada vez son más las infecciones que se producen, no directamente en la planta cuando se cultiva en el campo, sino una vez que se recoge la cosecha y se almacena.

Para los expertos es fundamental perfeccionar la protección de la recolección para que no sea infectada por hongos, algo cada vez más frecuente en productos alimenticios como cereales o frutas. Para combatir estas infecciones provocadas por las toxinas que producen los hongos, las investigaciones se dirigen en la actualidad hacia el uso de sustancias naturales de control que no sean tan agresivas como los fungicidas que se aplican con tanta frecuencia. En este punto, los estudios avanzan en el uso de tratamientos con microorganismos beneficiosos que protegen el cultivo de nuevos patógenos y, o más importante, del crecimiento y avance de estos.

LA ALIANZA PARA UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE ALERTA DEL IMPACTO NEGATIVO EN EL MEDIO AMBIENTE QUE SUPONDRÍA LA NO RENOVACIÓN DEL GLIFOSATO



Representantes de la Alianza para una Agricultura Sostenible, ALAS, trasladaron, ayer, al comisario europeo de Acción por el Clima, Miguel Cañete, la necesidad de autorizar la renovación del glifosato, sustancia activa herbicida empleada desde hace más de 40 años, por 15 años, que es el tiempo que le corresponde conforme a la evaluación científica y a la legislación en vigor. En la reunión, ALAS han solicitado al Comisario Europeo de Acción por el Clima la necesidad de defender el criterio científico que avala la seguridad del glifosato para los usos para los que está autorizado, y que constituye un elemento esencial para el desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles y con capacidad de mitigación del cambio climático como es la agricultura de conservación.

Esta petición se realiza una vez que las instituciones competentes europeas como la EFSA (Agencia Europea de Seguridad Alimentaria) y la ECHA (Agencia Europea de Sustancias y Mezclas

Químicas), han emitido sus dictámenes favorables avalando la seguridad de esta sustancia activa contra las malas hierbas, paso previo necesario para la renovación de la autorización.

Durante el encuentro mantenido, desde ALAS han trasladado su preocupación por el impacto negativo en el medio ambiente que supondría no disponer de glifosato, al impedir el desarrollo de técnicas de cultivo como la Agricultura de Conservación, que ha demostrado su capacidad de poder compensar en España el 100% de las emisiones de CO₂ generadas en la agricultura.

El uso del glifosato supone una herramienta eficaz en la conservación del suelo, máxime ante el grave problema de erosión existente en nuestro país, reduciendo los trabajos de laboreo en las tierras de cultivo.

Consecuencia de un menor trabajo de laboreo son la reducción de emisiones de dióxido de carbono por dos vías, un menor consumo de combustible y una

menor liberación de CO₂ desde el suelo por oxidación del carbono contenido en el mismo. Por esto, el control químico también reduce las emisiones de gases de efecto invernadero.

El manejo de cultivos sin la utilización de sustancias activas adecuadas, puede suponer un incremento de hasta el 47 % en la huella de carbono según una evaluación realizada para la UE en los principales cultivos. Por tanto, el uso del glifosato puede contemplarse como un factor determinante para el cumplimiento de los objetivos de la COP21 en materia de reducción de gases de efecto invernadero y limitación del aumento de la temperatura del planeta. La Alianza para una Agricultura Sostenible, ALAS, es una agrupación de entidades del sector productor español surgida para manifestar su apoyo al modelo de agricultura productiva sosteniblemente intensificada y a la renovación de la autorización del glifosato por el periodo máximo autorizado en la reglamentación comunitaria, justificado por criterios científicos respecto a su seguridad y uso, medioambientales y criterios económicos y productivos. ALAS está integrada por las Organizaciones Profesionales Agrarias de ámbito nacional y general ASAJA y UPA, Cooperativas Agroalimentarias de España, la Federación Española de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (Fepex) y la Asociación Española Agricultura de Conservación Suelos Vivos (AEAC.SV).

Fuente: Fepex

Madrid abre el centro de cactus más importante de Europa



Desert CITY es un centro multifuncional de más de 16.000 m² construidos, ubicado la localidad madrileña de San Sebastián de los Reyes, que alberga el jardín botánico experimental de cactus y otras especies xerofíticas de más de 5.000 m², el primer vivero biotecnológico especializado en xeropaisajismo, que cuenta con espacios de

I+D, un laboratorio y terrazas-mirador, entre otros elementos.

La parcela de Desert CITY se sitúa en un espacio de transición y diálogo que representa la filosofía del proyecto. En origen era un descampado limitado por la carretera A-1 y por las estribaciones del Parque Regional de la Cuenca Alta del Manzanares.

El proyecto, de más de 5.000 m² es la última obra del arquitecto Jacobo García- Germán.

Desert City es un vivero biotecnológico de plantas xerofíticas abierto al público y ofrece visitas guiadas.

El proyecto resuelve una negociación entre dichos espacios mediante la metáfora del oasis, que a su vez comprende el cultivo de cactus y otras especies afines. Estamos ante un paradigmático ejemplo de redefinición de los usos del espacio: de un paraje dibujado por los residuos a un paisaje en consonancia con la naturaleza, un jardín.

Una gran construcción longitudinal, paralela a la carretera, se organiza gracias a la simetría como jardín-claustro, que recibe a los visitantes. Asimismo, la ligereza de la cubierta del invernadero es posible a partir de una estructura de cables tensados a tracción tipo tensegrity, única en España. De hecho, la cubierta, alta-

mente sofisticada y ejecutada con la última tecnología, es en sí misma un atractivo y también pone de manifiesto el compromiso de Desert CITY con la innovación y la imaginación.

En poco más de dos años, y gracias al esfuerzo dedicado por un equipo multidisciplinar de especialistas, lo que en un primer momento fue un descampado se ha transformado en un enclave paisajístico único que ya se puede considerar como el jardín de referencia en especies xerófitas en España. El ambiente de Desert CITY está concebido para trascender la imagen industrial y descuidada de otros viveros por ello cobra importancia el esmero en los acabados y la puesta en escena del interior que aspira a sorprender sensorialmente al visitante.

DESERT CITY El Jardín Botánico es un espacio único que aúna los elementos estéticos de los paisajes naturales de las zonas áridas y semiáridas del planeta. Se pueden contemplar desde cactus hasta plantas autóctonas del clima mediterráneo como la lavanda o el romero. El jardín se articula en diferentes zonas que, metafóricamente, evocan desiertos de todo el mundo. Los fines de semana y festivos se realizan visitas guiadas al jardín.



Jacobo García German

Desert City cuenta con un vivero en el que se cultivan y venden cactus y otras plantas xerofíticas, sin olvidar todo lo necesario para su desarrollo. Tiene también una importante selección de más de 400 especies de plantas provenientes de todos los continentes.



PAISAJISMO

FERNANDO POZUELO

DIEZ BENEFICIOS QUE DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DEL JARDÍN

Desconectar, entrar en contacto con la naturaleza o realizar celebraciones familiares al aire libre son algunas de las ventajas del jardín que destaca el paisajista madrileño Fernando Pozuelo



Un jardín permite aunar arquitectura e interiorismo para que se expresen como único elemento. Así se aporta al espacio un aire especial donde expresar nuestra



Cuando nos planteamos tener un jardín en casa solemos pensar simplemente en la belleza que aportan las flores y plantas en un ambiente exterior. Y no cabe duda de esto, pero existen otras muchas ventajas que se desprenden de este espacio y que normalmente no tenemos tan en cuenta. Desde Fernando Pozuelo LAndscaping Collection, se presta especial atención a estos beneficios y se ofrecen diez razones para tener un jardín.

1. Desconexión: es uno de los principales elementos a favor de tener cerca un jardín, donde puedes elegir la mejor forma de relajarte, desde leer un libro al aire libre o simplemente contemplar el espacio. Tras una larga jornada laboral, no hay nada mejor que disponer de un ambiente como este para despejar la mente.

2. Contacto con la naturaleza: debido al ajetreo de la vida diaria, de la rutina laboral, el contacto con la naturaleza es algo que en muchos casos queda relegado a un segundo plano, pero que resulta de gran importancia para la salud. Estar en un jardín nos permite estar en contacto con lo natural, lo que supone, de alguna manera, una vuelta a nuestros orígenes.

3. Ocio: muchas de las tareas de cuidado del jardín son de gran ayuda para fomentar el relax. "Algunas labores de mantenimiento, como la poda, la plantación o simplemente regar puede hacer que nos escapemos de los problemas del día a día y nos sintamos mejor, cuidando además de un espacio de nuestra casa que vemos cómo mejora gracias a nuestros cuidados", explica el paisajista Fernando Pozuelo.

4. Autoconsumo: una de las funciones que puede desempeñar un jardín urbano es hacer de él un huerto en el que sea posible cultivar las frutas y/o verduras que más nos gusten, teniendo así alimentos producidos por nosotros mismos.

5. Niños: el espacio de ensueño para cualquier niño es un jardín. En él pueden jugar al aire libre, con espacio suficiente y sin los peligros de romper ciertos elementos de una casa que normalmente corren peligro. Es el lugar ideal para que disfruten del aire libre y conecten con la naturaleza.

6. Familia: cuando se trata de reuniones familiares, el jardín es el lugar idóneo para pasar un rato de lo más placentero. Una cena con tus seres queridos al aire libre es la mejor forma de disfrutar de la buena compañía; y para los más románticos la mejor opción es una velada en el jardín a la luz de las velas.

7. Trabajo: muchas personas toman decisiones inspiradoras en el jardín, de forma que este les aporta una serenidad especial para llevar a cabo una labor más creativa. Asimismo, es un espacio para celebrar reuniones distendidas y un lugar idóneo para trabajar a distancia en las épocas de buen tiempo.

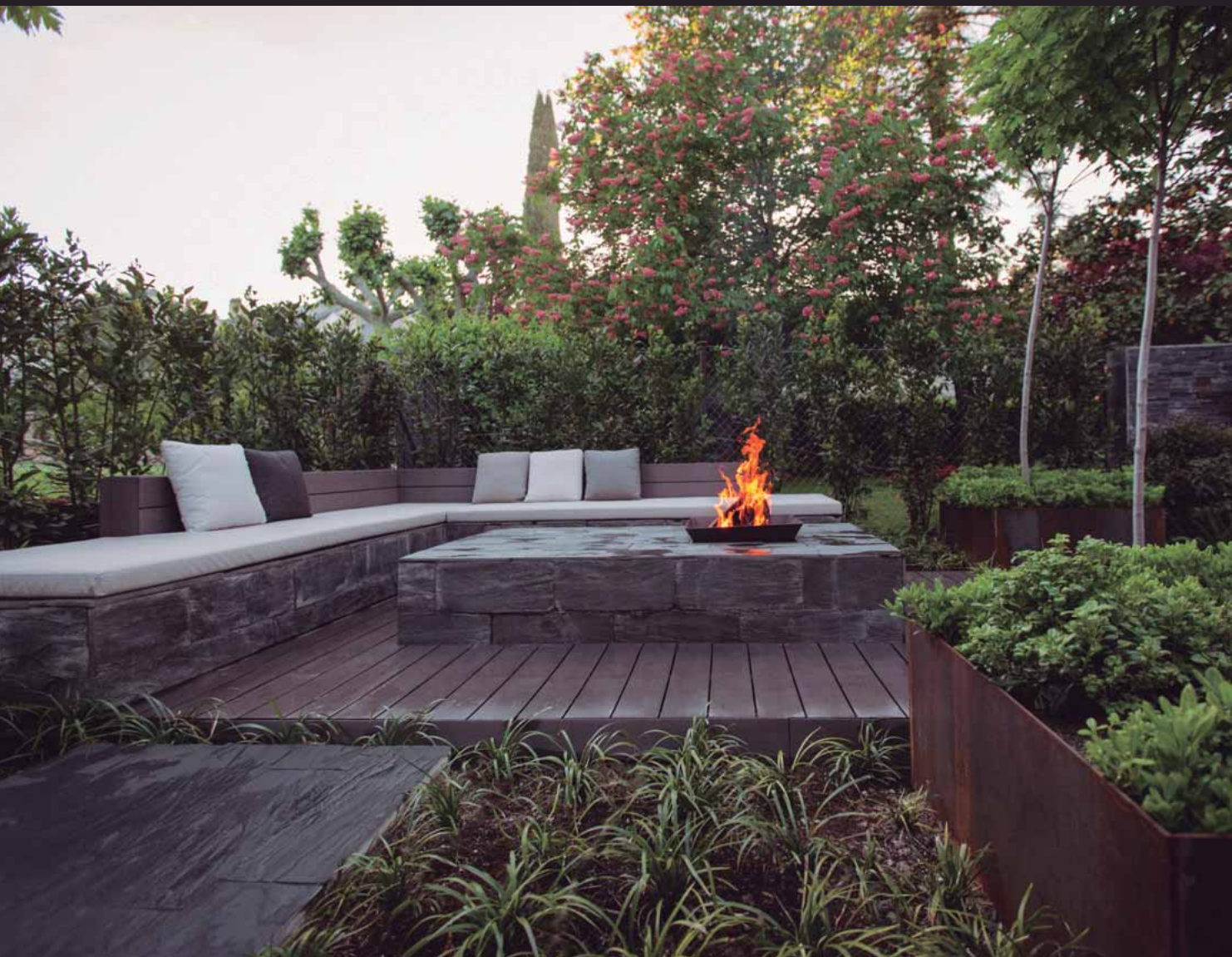
8. Estética y moda: las tendencias de cada temporada se incluyen en el jardín, pudiendo incorporar hasta el más mínimo detalle en todos los elementos como flores, plantas, complementos o, incluso, en el mobiliario de exterior.

9. Arquitectura e interiorismo: un jardín permite aunar arquitectura e interiorismo para que se expresen como un único elemento. De esta forma, se aporta al espacio un aire especial donde poder expresar nuestra personalidad.

10. Inversión: un jardín es capaz de dar valor a cualquier propiedad, y perpetuarla en el tiempo, incluso convirtiéndose a veces en un legado.

Fernando Pozuelo
Fernando Pozuelo Landscaping
Collection
www.fernandopozuelo.com

DECORACIÓN GENERAL **EN EXTERIORES**



Esta temporada se pueden encontrar nuevas tendencias en diseño y decoración general en exteriores. Los colores claros, como los blancos, están desapareciendo para dar lugar a colores más sobrios. El diseño sigue siendo uno de los puntos fuertes, pero la sostenibilidad y la funcionalidad

se han convertido en importantes factores a tener en cuenta a la hora de crear el jardín de nuestros sueños.

Actualmente, la mecánica del diseño ha cambiado. Hoy en día es necesario asesorar a cada cliente en base a sus propias ideas, y ofreciendo por tanto unas

soluciones personalizadas, específicas y únicas, siguiendo a la vez diseños atemporales que se puedan disfrutar a lo largo del tiempo. De esta forma, el diseño tradicional da paso a la creación de nuevos tipos de espacios: espacios vivos que reflejan exclusividad, personalidad y sentimiento, que se adaptan a cada



lugar, hogar y estilo de vida.

Por lo tanto, la atemporalidad es la clave en el diseño de exteriores: áticos, terrazas o jardines que no pasan de moda, que se convierten en un lugar en el que relajarse, descansar y escapar del bullicioso ritmo del día a día. Los espacios verdes de cada hogar deben estar alineados con los gustos de cada cliente, lo que significa que se convierten en el sello de cada persona o familia que lo va a disfrutar.

El minimalismo

Destaca el estilo minimalista, en tonos suaves, formas geométricas, líneas rectas y materiales nobles que aporta elegancia, sobriedad, ampli-

tud, limpieza y crea diseños que favorecen a la iluminación del espacio. Originalidad, creatividad e imaginación combinadas con un uso fácil ayudarán a crear espacios no recargados, cumpliendo con la premisa del “menos es más”. Prevalece el color taupé que va de la mano de lo metálico, un color atemporal y que destaca sobre el verde.

Materiales

Las tendencias actuales siguen materiales donde priorizan los materiales prácticos, aquellos que no requieren de mantenimiento. El acero inoxidable prima en la elección para el diseño de exterior, ya que es un material li-

gero y resistente al agua. Por otro lado, el plástico también es un material que destaca en la decoración de exterior, por su ligereza, su resistencia a las condiciones climatológicas y su fácil mantenimiento. Por estas razones, los materiales mencionados han sustituido a uno de los materiales más comunes que se usaban anteriormente: la madera, que aunque es muy especial, requiere de un mantenimiento costoso.

Sostenibilidad

La importancia de la sostenibilidad es esencial: no crear conflictos con la naturaleza y respetar cada árbol que pueda encontrarse en los terrenos, que se combinará de algún modo con el paisaje. Por otro lado, la sostenibilidad se aleja de las grandes superficies de césped, ya que estos generan un aporte elevado de agua y aumentan el coste del mantenimiento.

Un toque personal

A nuestros exteriores siempre hay que añadir detalles que despierten en nosotros ilusión al verlos. Si a este le añadimos practicidad, nos encontramos ante una de las grandes tendencias del otoño: los minihuertos. Estos pueden estar integrados en una extensión de jardín amplia, pero también pueden estar presentes en espacios más reducidos seleccionando qué hierbas aromáticas, frutas o verduras nos gustaría obtener.

Plantas nativas

Muy relacionado a las tendencias anteriores, cada vez hay más interés por plantas que provienen de lugares cercanos al hogar (de la misma región). Aunque tienen un coste un poco superior, ponen en valor la propia planta ya que representa la riqueza natural de la zona.

En definitiva, lo que prima esta temporada son los espacios verdes con personalidad que se convierten en el lugar idóneo en el que poder relajarse y desconectar de la rutina.

Texto: Daniel Valera

**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

SALON VEGETAL

Nantes, Francia
20.06.2017 - 22.06.2017
www.salonduvegetal.com

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 CONFERENCE

Guayaquil, Ecuador
08.11.2017 - 13.11.2017
www.woc22.com

LO CONGRESS

Madrid, España
04.10.2017 - 05.10.2017
www.ifema.es

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





guía verde^{.com} cosagro

Plataforma Profesional del Sector Verde

Portal Web y Directorio Impreso de Empresas, Productos y Servicios de Horticultura, Bricojardinería y su Industria Auxiliar



- ... 400 empresas destacadas
- ... 100.000 visitas cada mes en GuíaVerde.com
- ... 6.000 usuarios profesionales registrados online
- ... 5.000 ejemplares de Cosagro distribuidos gratuitamente cada año en los despachos de las principales empresas del sector y en ferias profesionales nacionales e internacionales
- ... 6.000 seguidores en Twitter y 4.500 en Facebook
- ... 500 noticias publicadas al año
- ... 400 solicitudes de presupuesto de planta enviados a nuestros viveros colaboradores

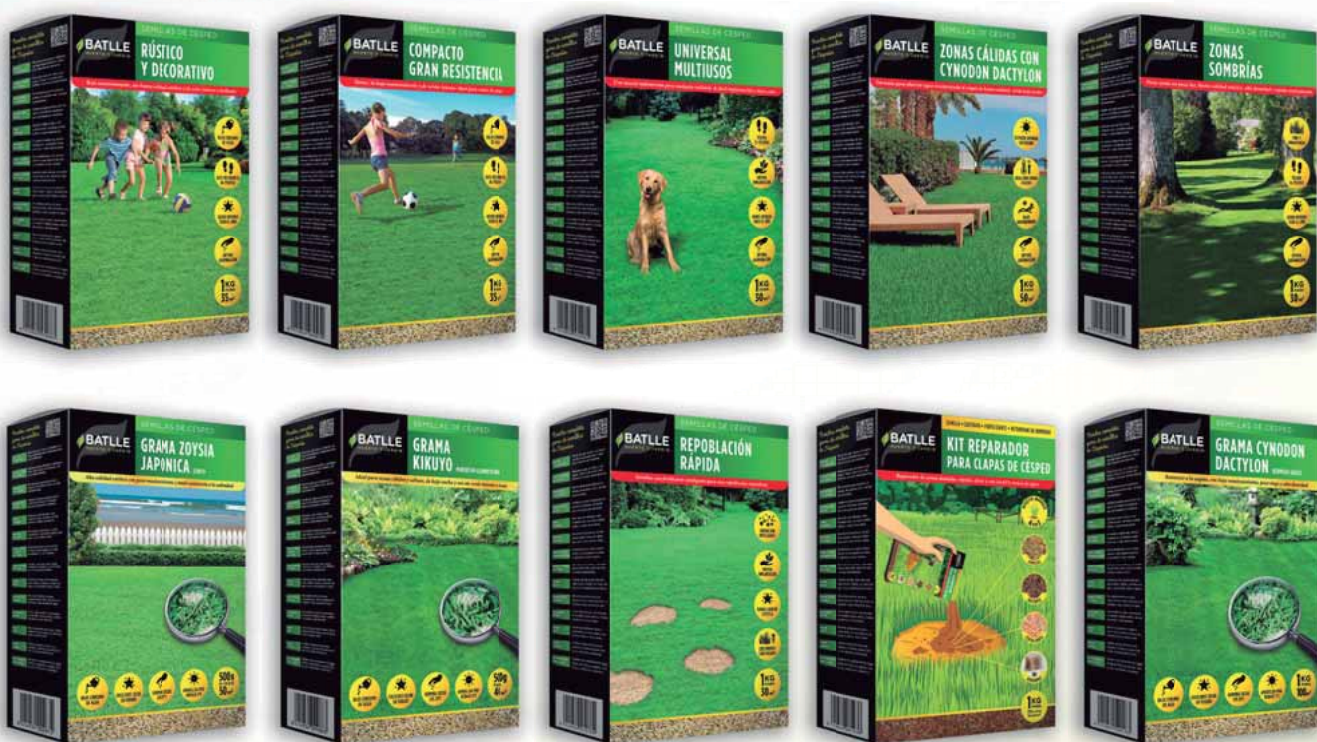
**RESERVA
AHORA TU ESPACIO EN
guiaverde.com/tarifas**

Contáctanos sin compromiso: Te ayudaremos a elegir el plan que mejor se adapte a tus necesidades

+34 963 503 288 • info@guiaverde.com • <http://www.guiaverde.com/tarifas>



RECUERDA: ESTAS SON LAS CAJAS QUE HARÁN CRECER TUS BENEFICIOS



La gama de Semillas de Césped Batlle, ofrecen una amplia variedad y han sido desarrolladas bajo minuciosos ensayos con una formulación exclusiva, equilibrada y de gran eficacia.

Recuerda estas cajas, son el ingrediente perfecto para reverdecer tus ventas y hacer crecer tus beneficios.

QUE NO FALTEN EN TUS LINEALES