

TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 221 · noviembre - diciembre 2020 · año XXVI · www.tecnogarden.es

PVP: 10 €

ENTREVISTA

- Javier Goñi, presidente de ANFFE
- Matteo Carletta, responsable de desarrollo de Grupo Jardín

TRIBUNA

Santiago González dirige una carta a las empresas adheridas en su 25 aniversario al lado de la AECJ

ARTÍCULOS

- La crioconservación, eficaz para conservar plantas genéticamente estables
- Modelos más eficientes para estimar la aridez de una zona

EVENTOS

- Retos y oportunidades del sector, en las VI Jornadas Técnicas de Jardinería Burés
- Syngenta presenta su nuevo plan de compromisos con la agricultura sostenible: "The Good Growth Plan"
- La AEPJP presenta la nueva versión de Norma Granada

INFORME

La exportación de flores y plantas sube un 3% y la importación baja un 17%

LOS RECOMENDADOS DE TECNOGARDEN

Una selección de empresas innovadoras





Crecimiento seguro y natural de plantas y árboles de jardín

Substrato 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



TPI Edita

www.grupotpi.es | Tel. 91 339 67 30

Avda. de la Industria 6, 1ª planta. 28108
Alcobendas (Madrid)

Consejero delegado

José Manuel Galdón Brugarolas

Director general comercial

David Rodríguez Sobrino

Director de información

José Henríquez | jlhenriquez@grupotpi.es

Directora

Marisa Sardina | marisa.sardina@grupotpi.es
Tel. 91 339 86 26

Redacción y colaboradores

Nuria López,
Laura García-Barrios,
Lucas Varas y Beatriz Miranda

Publicidad jefe de ventas

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

Departamento comercial

Teresa del Amo, Ignacio Vázquez.
Delegación Barcelona: Corina Estrella

Producción jefe de producción

Enol Álvarez | enol.alvarez@grupotpi.es

Maquetación y diseño

Katherine Elizabeth Jácome Hualca

Departamento de producción

Enol Álvarez, Katherine Jácome Hualca, Jaime
Dodero

Suscripciones y distribución

Marta Jiménez | marta.jimenez@grupotpi.es

Tel. 91 339 67 30

Sistemas

Joaquín Moll

Base de datos

Sandra García

Administración

Susana Sánchez | susana.sanchez@grupotpi.es

Impresión

Gráficas 82

Depósito legal

Servicios Postales
TGIES



M-27952-1993

Distribución postal

Prohibida la reproducción total o parcial de
los contenidos de esta publicación sin previa
autorización por escrito. Las opiniones y artí-
culos publicados son responsabilidad exclu-
siva del autor, sin que esta revista
las comparta necesariamente.



Sumario

nº 221

Noviembre - Diciembre 2020

TECNO Garden

Síguenos en:
www.tecnogarden.es



08 Actualidad

Últimas noticias del mundo de la
jardinería y el paisajismo

11 Artículos

La crioconservación, eficaz para
conservar plantas genéticamente es-
tables

Modelos más eficientes para esti-
mar la aridez de una zona

14 tribuna

Santiago González dirige una
carta a las empresas adheridas en su
25 aniversario al lado de la AECJ

16 eventos

Retos y oportunidades del sector,
en las VI Jornadas Técnicas de Jardí-
nería Burés

Syngenta y su nuevo plan de
compromisos con la agricultura sos-
tenible: "The Good Growth Plan"

La AEPJP presenta la nueva ver-
sión de Norma Granada

26 entrevista

Javier Goñi, presidente de ANFFE

Matteo Carletta, responsable de
desarrollo de Grupo Jardín

32 informe

La exportación de flores y plan-
tas sube un 3% y la importación
baja un 17%

33 Los recomendados de Tecno- garden

Una selección de empresas
innovadoras



Caminar juntos para llegar más lejos

La Asociación Española de Centros de Jardinería tiene como misión la defensa de los intereses de los Gardens y el fomento del consumo del sector en beneficio de sus asociados.

Trabajamos para crecer, fomentar, dinamizar y aunar esfuerzos en el camino de la excelencia. Caminar juntos es la manera en la que entendemos que todos ganamos.

Esta es nuestra Asociación, entra a formar parte de una gran familia.

Infórmate y aprovecha las ventajas para los nuevos asociados



¿Le llaman medio ambiente porque ya hemos destruido la mitad?



La realidad es que mientras algunos destruyen el medio ambiente, otros se unen en comunidad para preservar la naturaleza y compartir su pasión por los árboles, las plantas y/o las flores. Estas últimas proporcionan una visión más colorida y bella de nuestro entorno, pero como estructuras reproductivas que son para la perpetuación y propagación de las especies, su cuidado y mantenimiento resulta clave en la vida de nuestro planeta. Esta realidad ha despertado, incluso, a comunidades que se han unido en torno a las flores. Paradigma de esta realidad es el grupo de Facebook *Pasión por las rosas*, cuyos miembros comparten trucos, experiencias, vídeos, sueños y todo lo que deriva de una auténtica devoción por la que ellos mismos definen como "la reina de las flores". El Premio al stand con mayor variedad de rosas, otorgado por la Asociación Amics de les roses de Sant Feliu de Llobregat en 2018, fue el embrión que dio vida a esta asociación que nace en mayo de 2018, con apenas unos pocos miembros y que ya está a punto de alcanzar los 40.000.

"Incentivar el intercambio de conocimiento y cuidado de las rosas en todos sus ámbitos, aprendiendo todos de todos", es el eje vertebrador de esta comunidad de apasionados por esta flor, símbolo de belleza, amor y amistad. Y al timón de este "barco", Carlos Rivero, escritor y experto roserista, que viene colaborando con la revista *Tecnogarden*. "Considerada tradicionalmente como símbolo de belleza por babilonios, sirios, egipcios, romanos y griegos, hoy en día, la rosa es una de las flores ornamentales más apreciadas y que merecen mayor atención y abordaje. Desde la década de los 90, su liderazgo se ha ido consolidando como resultado de la mejora de las variedades, la ampliación de la oferta durante todo el año, su creciente demanda y el progresivo interés que despierta entre aficionados, profesionales o coleccionistas", destaca Carlos Rivero. Un poema de Alfred Tennyson llamado *Flower in the Crannied Wall* de 1863 decía que, si pudiéramos conocer el secreto de una planta, conoceríamos todo el universo en sí. De momento, nos conformamos con seguir aprendiendo de mano de los expertos. Por lo demás, mirando y abordando el mundo de las flores, plantas y naturaleza, todo se queda grande.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

ALIAT GRUP	35
COMPO	37
DOMINIO DE TARES.....	23
FLORAGARD	Interior portada y 39
FORD	7
GARDENA	41
GUÍA VERDE	Interior contraportada
GRAMOFLOR	43
GRUPO JARDIN	Contraportada
INFERTOSA	45
LA PARRILLA DE JUAN ADÁN	58
NEUDORFF-SEIPASA	47
NUTRIPLANT	49
PINDSTRUP	51
RAIN BIRD IBÉRICA	53
SEMILLAS BATLLE	55
STIHL	57

¡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

Ford lanza su revolucionaria gama de vehículos Trail de Transit y Transit Custom

Cada vez son mayores los esfuerzos que dedica la industria de la automoción para conseguir una movilidad más eficiente y, con ello, un cambio de paradigma. La evolución de la tecnología y su relación cada vez más estrecha con el sector del automóvil hacen que el futuro ya sea una realidad presente. Muchos fabricantes optimizan sus estrategias con el objetivo de posicionarse entre los primeros y liderar este segmento de la industria. Paradigma de esta realidad es Ford, firma que ha lanzado su revolucionaria gama de vehículos Trail de Transit y Transit Custom con Tracción Total Inteligente (iAWD) o con el Diferencial de Deslizamiento Limitado Mecánico (mLSD) y su diseño mejorado, así como la nueva Transmisión Automática de 10 velocidades. Estas son algunas de las innovaciones que prometen cambiar la forma de conducir



Nueva Gama Trail

La Tracción Total Inteligente AWD para la Transit Trail y el diferencial de deslizamiento limitado mecánico para las Tracciones Delanteras de Transit Custom Trail y Transit Trail ofrecen una mejor tracción en condiciones de trabajo difíciles.

Las nuevas Ford Transit Trail y Transit Custom Trail ofrecen un nuevo y robusto aspecto y una capacidad mejorada para apoyar a propietarios y operadores de flota cuya actividad les lleve a terrenos desafiantes lejos de las carreteras normales.

Desarrollado en colaboración con los especialistas en tecnología de transmisión Quaife, el diferencial de deslizamiento limitado mecánico mLSD transfiere automáticamente el par del motor en condiciones de bajo agarre a la rueda con más tracción, lo que permite a la Transit Trail y Transit Custom Trail enfrentarse con mayor comodidad a carreteras sin asfaltar, pistas de grava y superficies rugosas o difíciles. El sistema de Control de Estabilidad Electrónico del vehículo también ha sido recalibrado para armonizar con el mLSD. La misma tecnología se ha utilizado anteriormente para mejorar las características de tracción y conducción de los modelos Ford Performance, incluyendo el Focus RS, Fiesta ST y Focus ST, y no tiene ningún impacto en las emisiones de CO₂ o en la eficiencia del combustible.

La Gama Trail también está disponible con tecnología Híbrida eléctrica sobre motor diésel (mHEV) que le proporciona la etiqueta ECO de la DGT.

Diseño mejorado

Las variantes Trail presentan un revestimiento negro adicional alrededor de los paragolpes inferiores delanteros y traseros y de los paneles laterales. Las letras "Ford" sobredimensionadas en la parrilla negra



mate suponen una presencia visual audaz y decidida que encarna el espíritu todoterreno de los modelos, complementada por las exclusivas llantas de aleación de 16 pulgadas y los logotipos "Trail" en las puertas delanteras.

Los modelos Trail también se benefician de una especificación interior mejorada, con asientos de cuero de serie. El aire acondicionado de serie garantiza un entorno cómodo sea cual sea el clima exterior y el parabrisas calefactado Quickclear permite una salida fácil en condiciones de congelación. Los espejos retrovisores eléctricos y la iluminación diurna también vienen de serie.

Transmisión Automática de 10 velocidades

La nueva Ford Transit incluye una opción de caja de cambios automática de 10 velocidades con tracción trasera (RWD) que ofrece una excelente eficiencia de combustible, una durabilidad excepcional y la capacidad de remolcar hasta 2.800 kg.

La nueva transmisión ofrece la solución ideal para aplicaciones de Transit con tracción trasera en las que se prefieren los cambios automáticos por su facilidad de uso, como es el caso de conversiones de mayor peso, incluyendo furgonetas de reparto de comestibles, vehículos de emergencias y autocaravanas, así como los populares minibuses Transit de 15 y 18 asientos.

La programación de cambios adaptable en tiempo real permite que la transmisión se adapte a situaciones de conducción cambiantes, permitiendo la selección de la marcha que permita el mejor rendimiento y eficiencia de combustible en cualquier escenario de conducción.

Las simulaciones por ordenador ayudaron a optimizar la arquitectura de la caja de cambios al equilibrar los beneficios de más relaciones con la energía perdida durante los cambios de marcha más frecuentes. La solución óptima fue una caja de cambios de 10 velocidades, que permite un mayor par y potencia, así como la entrega de la marcha correcta en el momento adecuado.



Fepex pide nuevas medidas de gestión de crisis para hacer frente a los bajos precios de esta campaña

Fepex ha solicitado la adopción de medidas excepcionales de gestión de crisis de mercado de ámbito comunitario para hacer frente a las consecuencias de la pandemia. Entre ellas, se propone apoyos financiados por la Comisión Europea, a las que se puedan acoger todos los productores, independientemente de si son miembros de organizaciones de productores, y que consistan en medidas de gestión de crisis, como son las retiradas de productos.

La finalidad es permitir la retirada de productos recolectados o paralizar una parte o la totalidad de su producción para adaptar la oferta a la demanda cambiante y evitar que se prolonguen las perturbaciones de los mercados.

Por otro lado, Fepex considera que la prolongación de las perturbaciones en el mercado y las perspectivas de recuperación a largo plazo, hacen insuficientes las medidas incluidas en el Reglamento 2020/592 de la Comisión

de 30 de abril de 2020 y en el Reglamento 2020/1275 de la Comisión de 6 de julio de 2020, considerándose necesarias nuevas medidas en el marco de los programas operativos de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas, permitiendo incorporar dentro de estos programas, por un lado, los gastos corrientes de producción y, por otro, los gastos extraordinarios derivados del Covid-19. ●

La AEPJP presenta la nueva versión de Norma Granada

La Asociación Española de Parques y Jardines Públicos (AEPJP) ha presentado una nueva versión de la Norma Granada, el método de valoración ornamental más extendido en España, que cuenta con una nueva metodología de cálculo y tiene en cuenta nuevos valores, como la cantidad de CO2 que capta cada ejemplar o su carácter invasor.

En la presentación de esta nueva versión han participado Jorge Luis Marquínez, director General de Biodiversidad, Bosques y Desertificación del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Francisco Bergua, presidente de la AEPJP; Pedro Calaza, Director de Norma Granada; y estuvo dinamizado por Carlos Martí, director de la revista Ciudad Sostenible. Todos ellos valoraron la nueva edición como una herramienta "indispensable para una gestión del verde moderna y sostenible". Y dejaron

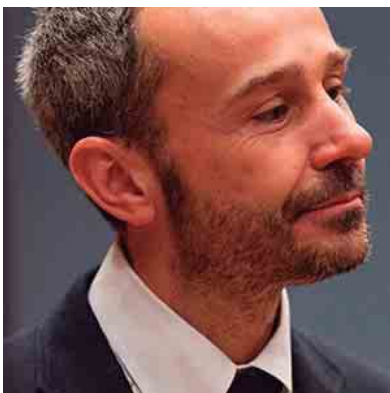


reflexiones como: "No debemos perder la conexión con la naturaleza. Debemos repensar las ciudades, pasar de las superficies frías, exentas de todo lo verde a urbes que integren naturaleza, que traigan la proximidad del medio natural y que sirvan de refugio para una biodiversidad urbana muy importante"

La primera versión de Norma Granada fue elaborada en el año

1990 y ha pasado por varias revisiones en 1999 y 2007, consecuencia de la constante evolución del sector, alcanzando su última edición en 2020. La nueva Norma Granada intenta converger con los planteamientos contemporáneos, dando la importancia que merecen y que han alcanzado actualmente los bosques urbanos. ●

Pedro Calaza Martínez, nuevo director de la Escuela Gallega del Paisaje de la Fundación Juana de Vega



Pedro Calaza Martínez ha sido nombrado director de la Escuela Gallega del Paisaje de la Fundación Juana de Vega, con la que lleva colaborando desde hace 17

años desarrollando diferentes funciones como miembro del Comité de expertos de esta escuela, docente y miembro de la comisión de seguimiento en el Master de Arquitectura del Paisaje.

Durante ese período coordinó los cursos de paisajismo que se desarrollaron durante 10 años y dirigió diversos workshops de arquitectura del paisaje. Además, ha participado en numerosos proyectos sectoriales y de investigación e innovación desarrollados por la Fundación.

Pedro Calaza Martínez es doctor ingeniero agrónomo por la Universidad de Santiago de Compostela y Doctor Arquitecto del Paisaje por la Universidad de Lis-

boa, autor de diferentes libros vinculados al paisaje y su gestión y de numerosas publicaciones científicas. Es colaborador habitual en diferentes universidades en varios países donde imparte docencia relacionada con la arquitectura del paisaje, diseño urbano e implementación de estrategias para la mejora territorial.

El nuevo director sustituye en el cargo a Isabel Aguirre de Urcola que puso en marcha la Escuela en el año 2008, al frente de la cual ha desarrollado una intensa labor para poner en valor y mejorar el conocimiento del paisaje de Galicia, tejiendo una red de relaciones a nivel nacional e internacional en el ámbito de la arquitectura del paisaje. ●

Gardena continuará en 2021 con su plan de fidelización, añadiendo más ventajas

Fue en 2018 cuando Gardena lanzó su primer plan de fidelización para la red de ventas y en concreto para las ferreterías que comercializan sus productos. Gracias a la gran acogida que ha obtenido este plan por parte de los profesionales del sector, Gardena ha decidido mantener esta campaña en 2021, mejorar las promociones y así ofrecer a todos sus clientes la posibilidad de beneficiarse de sus ofertas; acceder a las ventajas de este plan será muy sencillo, y para 2021 el catálogo de regalos se ha actualizado con nuevos productos.

La plataforma tuclubgardena.es funciona de manera muy sencilla e intuitiva: como los años anteriores, cada cliente registrado a través de su responsable comercial, recibirá para todos los pedidos realizados, puntos acumulables que se podrán canjear por regalos ideales, y además tendrá acceso a ofertas e información de Gardena España, relativas a las novedades y a su participación en eventos.

“Fidelizar a nuestros clientes en estos momentos es una de nuestras prioridades y seguirá siéndolo para 2021. Queremos ofrecer a nuestros distribuidores que nos aportan una ayuda esencial, la posibilidad de conseguir un incentivo que pueden compartir con todo su equipo” comenta José Luis Velasco, Product Manager de Husqvarna Group. ●



Disfrute y deje que el siegue
 Disfrace, relájese y consigue un césped perfecto.



Cuida tus plantas cuando no estás

Tus plantas no tendrán tu mirada. El AquaBloom mantiene hasta 20 plantas en tu balcón o terraza mientras estás fuera.

[Conoce el AquaBloom >](#)



Crece con cada corte

Podaba los ramos en tiempo récord. El nuevo cortasetos GARDENA Can1 EnergyCut te da rendimiento y potencia adicional cuando más lo necesitas.

[Conoce más >](#)



Riego

Grandes soluciones para riego, transporte de agua, los bombas de agua y riego automático.

[Preséntate al riego >](#)



Cultivar en cualquier espacio

Convierte tu balcón, terraza o pequeño jardín de ciudad en un verde y exuberante oasis - con el city gardening de GARDENA.

[Descubre todos los productos city gardening >](#)



smart system

El futuro de la jardinería ha comenzado.

[Preséntate smart system >](#)

La criopreservación, eficaz para conservar plantas genéticamente estables



Para poder conservar las especies vegetales utilizadas en agricultura, existen actualmente dos posibilidades. La primera es mantener esa diversidad *in situ*, es decir, cultivando dichas especies en explotaciones agrícolas. Sin embargo, esta opción no siempre es posible y para ello surgen los bancos de germoplasma, similares a grandes archivos o bibliotecas en las que los expertos conservan el germoplasma, estructuras vegetales capaces de dar lugar a nuevas generaciones de una especie. "En algunos casos, basta con conservar las semillas, pero hay otras especies, como la patata, el ajo o la menta en las que esto no es posible y hay que conservar material vegetativo, como yemas", explica Carmen Martín Fernández, del Grupo de Investigación en Germoplasma Vegetal de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas de la UPM".

Constatar si la criopreservación, que emplea nitrógeno líquido a $-196\text{ }^{\circ}\text{C}$ para conservar el germoplasma, es un buen sistema de conservación y analizar si produce modificaciones a nivel epigenético, modificaciones en el ADN sin que varíe su secuencia, en las especies conservadas es el reto que se marcaron los investigadores, dado que es una de las principales dudas y preocupaciones de los expertos.

Especies genéticamente estables

"Se han desarrollado protocolos para la criopreservación de muchas especies vegetales. Sin embargo, existe preocupación respecto a la posible variación genética inducida en las plantas durante los procesos que hay que llevar a cabo para que los tejidos vegetales no sufran daños a esas bajas temperatu-



Ápices de menta preparados para su criopreservación en nitrógeno líquido, inmersión y recuperación en medio de cultivo tras la congelación.

ras. El estudio de los posibles cambios en la secuencia del ADN o en su estado de metilación (directamente implicado en la expresión génica) es por tanto fundamental", añade la investigadora de la ETSIAAB.

Para ello, los expertos de la UPM desarrollaron una aplicación *on line* denominada *Methylation Analysis Inference*, o MAI, basada en el lenguaje de programación R, uno de los más utilizados a nivel científico, que simplifica el análisis estadístico y la interpretación de los resultados sobre metilación del ADN obtenido mediante la técnica MSAP (Methylation Sensitive Amplified fragment length Polymorphism).

Empleando ápices caulinares de menta los investigadores estudiaron su estabilidad a nivel genético y epigenético tras la criopreservación. "Tras cada paso del protocolo de criopreservación testamos si los vástagos formados después eran genéticamente estables en comparación con los brotes control (aquellos que no se habían sometido a criopreservación). Todos los vástagos eran genéticamente estables", explica la investigadora.

"Para el estudio epigenético los ápices se muestrearon inmediatamente

después de cada paso y se observó un aumento de diferencias epigenéticas a medida que avanzaba el protocolo, en comparación con los ápices control. Sin embargo, después de un día de recuperación en cultivo *in vitro*, el estado de metilación fue similar al de los ápices control", explica Carmen Martín.

Los hallazgos obtenidos por los investigadores, publicados en *Plant Physiology and Biochemistry*, son relevantes porque ponen de manifiesto que la criopreservación es un sistema que garantiza la estabilidad de las especies conservadas de cara a su posterior utilización. Y lo hace, además, con una técnica novedosa que simplifica el trabajo.

"Este trabajo ha demostrado que mediante la criopreservación se obtienen plantas genéticamente estables y que los cambios epigenéticos observados desaparecen después de un día de cultivo. Además, la aplicación desarrollada (MAI) puede ser utilizada por otros investigadores para analizar estadísticamente, de forma sencilla, los marcadores MSAP comparando muestras obtenidas después de distintos tratamientos frente a un control", concluye la investigadora de la ETSIAAB. Fuente: UPM ●

Modelos más eficientes para estimar la aridez de una zona

El índice de aridez de una zona, según el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas, se calcula mediante la relación entre la precipitación y la evapotranspiración de referencia, es decir, la cantidad de agua que pierde un cultivo estándar de pasto, con una altura asumida de 12 centímetros debido a la evaporación y transpiración de las plantas. Sin embargo, para calcular la evapotranspiración de referencia se necesitan medir numerosas variables meteorológicas como la temperatura, la humedad relativa, la velocidad del viento, la radiación solar, la presión atmosférica o el flujo de calor del suelo, entre otras.

Para calcular este parámetro se necesitan, por tanto, estaciones meteorológicas denominadas completas que alberguen todos los sensores necesarios, teniendo asociado un elevado coste de instalación y mantenimiento. En Andalucía, las estaciones agrometeorológicas que miden todos estos valores se encuentran distribuidas por todo el territorio, pero, a pesar de que existen más de cien en toda la región, hay zonas rurales para las que la estación más cercana se encuentra a más de 50 kilómetros, no siendo representativa la estimación de la evapotranspiración de referencia en dichas zonas.

Para avanzar en la mejora de las estimaciones de esta variable, un equipo de la Universidad de Córdoba ha desarrollado modelos más precisos para calcular este parámetro utilizando únicamente una base de datos de temperatura. Este mismo equipo investigador ha trabajado anteriormente en otras investigaciones para la mejora de predicciones meteorológicas. Por ejemplo, hace unos meses publicó un



Juan Antonio Bellido, Amanda García Marín y Javier Estévez, investigadores del estudio.

Se pueden utilizar en países en vías de desarrollo o en zonas rurales con estaciones meteorológicas que midan solo temperatura

trabajo donde conseguían pronosticar satisfactoriamente la precipitación en Andalucía mediante inteligencia artificial (<https://doi.org/10.3390/w12071909>).

"Las estaciones agrometeorológicas estiman de manera precisa la evapotranspiración de referencia, pero su equipamiento y mantenimiento son demasiado caros para

que existan todas las que serían necesarias. La medición de temperatura, por el contrario, está muy extendida y se puede realizar con equipos low-cost, baratos y fiables", explica Juan Antonio Bellido, que ha realizado esta investigación dentro de su tesis doctoral "Modelos inteligentes para la mejora de estimaciones y predicciones agrometeorológicas" junto





al profesor Javier Estévez (EPS) del grupo de investigación de Hidrología e Hidráulica Agrícola y la profesora Amanda García Marín (ETSIAM) del grupo de investigación Complex Geometry, Patterns and Scaling in Natural and Human Phenomena, ambos de la Universidad de Córdoba.

Un modelo sencillo y barato

A partir de la base de datos de temperatura, el equipo utilizó variables ya empleadas en modelos empíricos como la temperatura máxima o mínima diaria, aunque una de las principales novedades del trabajo ha sido la creación de dos nuevas variables para caracterizar cada día desde un punto de vista térmico.

"Una la hemos denominado EnergyT, que representa la integral de la temperatura a lo largo del día, y la variable Hourmin, en la que medimos la diferencia entre la hora a la que ocurre la temperatura máxima y

la hora en la que sale el sol", señala Juan Antonio Bellido.

Para ello, han tomado datos de cinco estaciones presentes en distintas zonas de Andalucía con diferentes características climáticas y geográficas, desde zonas áridas de interior como Tabernas, estaciones costeras como Málaga y muy húmedas como la de Arcoche en Huelva. Con esta información, el equipo ha llegado a desarrollar un total de seis modelos distintos basados en inteligencia artificial y once configuraciones de parámetros de entrada distintos para evaluar la mejora de las estimaciones.

Estos modelos han resultado muy fiables y mejorarían la estimación de la evapotranspiración de referencia en estaciones donde los datos son limitados como en países en vías desarrollo o en estaciones climáticas pequeñas que no pueden recoger todos los datos meteorológicos necesarios para estimar la evapotranspiración según el modelo

de Penman-Monteith propuesto por la FAO. De este modo, se podría avanzar en una mejora de la gestión de recursos hídricos de una forma más barata y sencilla.

Esta investigación forma parte del proyecto Smarity (AGL2017-87658-R), financiado por el Plan Nacional I+D+i Retos de la Sociedad del Ministerio de Ciencia que busca soluciones contra la aridez climática en el sur de España y que se encarga de predecir de forma inteligente la variabilidad espacio-temporal de la aridez y sus efectos en la agricultura y el medio ambiente.

Juan Antonio Bellido Jiménez, Javier Estévez, Amanda Penélope García-Marín. New machine learning approaches to improve reference evapotranspiration estimates using intra-daily temperature-based variables in a semi-arid region of Spain. Agricultural Water Management. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.agwat.2020.106558>.

Fuente: UCO ●

Santiago González dirige una carta a las empresas adheridas en su 25 aniversario al lado de la AECJ



Durante un cuarto de siglo, Santiago González, ha desempeñado un papel significativo en el crecimiento y consolidación de la AECJ. Un tiempo en el que ha ido redefiniendo lo que implica ser una asociación profesional de éxito, aunque manteniéndose fiel a sus raíces. Desde su incorporación, y desde su puesto actual como director de la asociación, ha demostrado saber entender a fondo las necesidades de los socios y empresas colaboradoras, respondiendo a sus expectativas con eficiencia. Y embarcado en esa transformación desde una posición de fuerza y de trabajo en equipo, con un permanente compromiso con cada miembro de la entidad, este profesional cumple este mes de diciembre 25 años de relación con la AECJ.

Es bien sabido que entregar valor equivale a mantenerse vigente y seguir creciendo. Una idea que Santiago González ha demostrado saber poner en valor, gracias a su amplia visión analítica, así como su empatía y capacidad de diálogo al servicio de las alianzas estratégicas con todos los agentes que componen el sector verde, convencido de la importancia de la colaboración como único camino hacia el éxito. “25 años llenos de ilusión, trabajo y excelentes relaciones con los garden centers asociados, las empresas colaboradoras, las demás asociaciones del sector, la prensa y la Administración”, como él

mismo ha definido en la introducción de su carta dirigida al sector, y que aquí transcribimos:

Mi andadura comenzó de la mano de nuestro querido Oleguer Burés, que tuvo la idea de crear una Central de Gestión para hacer crecer la Asociación y sembrar lo que es hoy una gran familia. Esa iniciativa ha ido creciendo en servicios y responsabilidades hasta convertirse en una Asociación de la que seguro estaría orgulloso.

No me olvido nunca de las personas que durante estos 25 han estado a mi lado y tan importantes han sido también para nuestra Asociación, comenzando por el ya nombrado Oleguer Burés, el gran colaborador Vicente Peris, los Presidentes Paco Domingo, el recordado Vicente Martínez, mis queridos Juan Antonio Casla y Oriol Batlle y nuestra estimada actual presidenta, Paula Orozco. Y también de todos los miembros de las Juntas Directivas, en las que he visto participar segundas generaciones que conocí en su infancia. Quiero agradecerles a todos haberse involucrado y contribuido a nuestro crecimiento, con su experiencia en el sector.

No quiero dejar de agradecer a los cientos de empresas adheridas que han estado junto a la AECJ para ayudarnos en el objetivo común de crecer juntos. Sin duda su apoyo personal y su cofinanciación ha sido importantísima para nuestra Asociación.

Durante estos 25 años he tenido la oportunidad de conocer a la mayoría de gardens de nuestro país, de casi todos los países europeos y muchísimos gardens del resto del mundo. Esta experiencia e información, puesta al servicio de los asociados, ha sido de las iniciativas que a lo largo de la historia más nos ha ayudado a evolucionar en el concepto de nues-

tros Centros de Jardinería. De aquí surgieron los viajes profesionales organizados, en un momento en el que la facilidad de interrelacionarse no era la actual. 15 años viajando para formarnos, inspirarnos y que crearon unos lazos afectivos que hoy perduran. Y relaciones internacionales con Centros de Jardinería y proveedores que nos han aportado tanto a todos a nivel profesional y personal.

Estamos ahora en momentos difíciles internacionalmente (COVID19) pero estoy seguro que lo superaremos juntos. Ya hemos demostrado estos meses la necesidad de tener una entidad fuerte y un sector agrupado para ser una sola voz frente a la administración. Durante los años anteriores hemos superado juntos, por ejemplo, la Crisis del 2008 o la injusta subida del IVA (2010). Conseguimos reducir el IVA en 2012, crear un Convenio Colectivo específico para los centros de jardinería, y ahora no cejaremos en nuestra negociación con las administraciones para que los Centros de Jardinería pasen a formar parte de los establecimientos esenciales por ser productos de primera necesidad y, no se vuelvan a ver afectados por nuevos cierres.

Me permitiréis la licencia de destacar solo dos de los proyectos que creo que más identifican lo que es hoy una gran Asociación.

El congreso número uno del sector, la Expogarden, que reúne cada año a unos 50 proveedores con 100 Centros de Jardinería, a los que se les presentan en exclusiva las novedades del año. Como recordaréis, la semilla de este congreso que hoy también incluye formación, fue la Mini Feria, uno de los primeros encargos que se me hicieron al inicio de mi andadura, para poner en contacto gardens y empresas. ¡Cuánto ha llovido desde la primera, en febrero de 1996!

Sin lugar a dudas, la "niña bonita de la AECJ" es Verde es Vida. La revista ha crecido de un folleto promocional a una publicación única en el sector con contenidos elaborados de gran interés para el público final. Pero la revista ha unido también a todos los gardens en un elemento de comunicación conjunto profesional que muestra la fuerza de nuestro sector en este país. El tiraje de la revista, las visitas a su web y sus seguidores en redes sociales reflejan la gran implementación que tiene en nuestro público objetivo y lo hace crecer.

Y como no podemos pararnos, este 2020, adaptándonos a la situación actual, hemos diseñado un programa completo de formación online para los equipos de vuestros Centros de Jardinería. Los webinars han sustituido a las clásicas jornadas de formación que durante años se han estado realizando.

Desde hace más de 10 años, el superávit económico de la AECJ nos permite reinvertir en campañas de promoción genéricas para estimular la compra de plantas y, para dar a conocer a nuestros Centros de Jardinería como canal especialista en comercialización de plantas para decorar nuestras vidas. Para acercar el sector verde a toda la población, promover un estilo de vida más cercano a lo natural es sin duda un beneficio que todos nosotros aportamos a la sociedad.

Este mes hace 25 años que trabajo para vosotros, pero sobre todo, con vosotros. Es para mí un orgullo haber llegado hasta aquí, y una grata satisfacción pensar que la decisión de hace 25 años es la misma que tomaría hoy, trabajar para este maravilloso sector que adoro, con una gente que considero mi familia. Sigo teniendo la ilusión y la fuerza que seguro que me permiten seguir dando mucho más. ¡Y por muchos más años!

Santiago González Soriano ●





Retos y oportunidades del sector, en las VI Jornadas Técnicas de Jardinería Burés

Jardinería y nueva normalidad: retos y oportunidades” ha sido el eje vertebrador de las VI Jornadas Técnicas de Jardinería Burés SAU, que en esta ocasión se han celebrado en formato online, debido a las medidas sanitarias preventivas y de distanciamiento social, con cuatro relevantes ponencias, impartidas por reconocidos expertos del sector, y moderadas por Xavier Cruset, director de la firma.

Oleguer Burés, presidente de la firma, ha inaugurado estas charlas virtuales, mostrándose optimista al pronosticar que “la jardinería es un sector que saldrá especialmente beneficiado tras la pandemia porque las personas, hoy en día, quieren un mayor contacto con las plantas, dentro o fuera de casa”. Una idea que ha compartido Agustí Anglada, director de Drim Medi Ambient y miembro de la Federación Española de Jardinería (en nombre del Gremio de Jardinería de Cataluña, como miembro de su Junta Directiva), quien ha destacado

que, tras la salida del primer confinamiento, “la gente empezó a sentir una mayor necesidad por el verde privado y público, demandando más espacios naturales”, una nota positiva que ha unido a la concesión de mantenimiento verde urbano como asunto público de primera necesidad, en ese momento, permitiéndose volver a la actividad y “afrontar el trabajo retrasado, mientras se aseguraban y gestionaban cobros, se redistribuía el personal, se ampliaba el número de clientes y/o se volvía a concursar en el caso de la empresa pública, a pesar del momento débil”. Sin embargo, a pesar del impulso del sector en esos meses de mayo-julio, el ambiente que hoy en día reina en el sector lo ha definido como de “cierta incertidumbre”, haciendo que “todos trabajemos sin un horizonte claro, en un momento en el que apenas hay contratación pública”. En este dificultoso marco, Anglada ha puesto en valor “la profesionalidad, la aportación de valor adicional, la adaptación de nuevas tec-



Oleguer Burés y Xavier Cruset, presidente y director de Burés S.A.U., respectivamente.



Agustí Anglada, director de Drim Medi Ambient y miembro de la Federación Española de Jardinería (en nombre del Gremio de Jardinería de Cataluña, como miembro de su Junta Directiva).

nologías, el conocimiento de incentivos como el plan IVU (incentivo de 10% a las pymes por el fiel cumplimiento con el Impuesto sobre Ventas y Uso), la mejora de la gestión de cobros y la eliminación de la competencia de empresas de otros sectores, si se trabaja de forma global en el sector de la jardinería”.

Años de monótona aridez visual, falta de espacios naturales, aire polucionado, necesidad de espacios de evasión para olvidar el hormigón, omnipresencia del color gris en los lugares de trabajo... han evidenciado una creciente necesidad de fomentar el bienestar de los profesionales, impulsando así una tendencia y alternativa de valor que viene transformando los entornos laborales y de convivencia, pero también las con-

gestionadas zonas urbanas: la biofilia, un concepto que explica la necesaria unión del ser humano con el medio ambiente que le rodea, de una forma ancestral y evolutiva. Estamos ante una realidad que lleva a las empresas a poner en valor conceptos tan beneficiosos como la emoción, el estímulo visual, el confort o la salud, todo ello a través de una estrecha relación de los interiores con los elementos de la naturaleza o con las imágenes y experiencias que activan el recuerdo de elementos naturales. Se trata de un concepto acuñado por Edward O. Wilson en 1984, y que ha puesto de relieve en su ponencia Javier Palacios, arquitecto paisajista y director técnico de La Habitación Verde. El experto ha asegurado que “en el tiempo

pre-Covid, la naturaleza ha irrumpido en todos los espacios de trabajo, oficinas, restaurantes..., posicionándose como un hilo conductor”. Como prueba de esta realidad, ha compartido con los asistentes algunos datos del Informe de Tendencias de la Empresa CBRE, que muestran que “más del 60% de las empresas consultadas valora especialmente el disponer de espacios comunes y servicios sobre todo exteriores, y están dispuestas a pagar más por ello”.

Asimismo, Palacios ha explicado que para aprovechar esta oportunidad se necesita un plan estratégico basado en “analizar oportunidades; crear una estrategia global, no solo de jardinería; estudiar recursos disponibles; implicar a los gestores; optimizar espacios y poner sobre la mesa el horizonte temporal”.

De acuerdo con la Comunicación de la Comisión Europea Infraestructura verde: mejora del capital natural de Europa, la Infraestructura Verde es una “red estratégicamente planificada de espacios naturales y seminaturales, y



Alberto del Hoyo, Product Manager
Burés S.A.U.

otros elementos ambientales, diseñada y gestionada para la conservación de los ecosistemas y el mantenimiento de los servicios que nos proveen. Incluye espacios y otros elementos físicos verdes en áreas terrestres (naturales, rurales y urbanas) y marinas". Se trata de una estrategia nacional de planificación a la que se ha referido en su ponencia Alberto del Hoyo, Product Manager Burés S.A.U, empresa que constituye un paradigma en su lucha por implementar espacios verdes en zonas urbanas, jardines comunitarios, espacios privados o edificios (cubiertas verdes, jardines verticales y diseños interiores biofílicos). En este sentido, el experto ha mostrado las bondades de las cubiertas verdes semi-intensivas "natura" o "diversa" de Burés, así como de sus Sistema de Ajardinamiento Modular que, además de su utilización para la realización de cubiertas verdes, permiten crear zonas ajardinadas discontinuas y parterres florales sobre superficies duras de forma sencilla y sin necesidad de obras.

Durante su exposición, Alberto del Hoyo ha incidido en algunos

beneficios de las cubiertas verdes o jardines verticales, que, "además de su alto valor estético, ayudan a reducir el efecto isla de calor —fenómeno consistente en el aumento de la temperatura en el centro de las ciudades con respecto a la periferia—; retienen

mueve la sostenibilidad de los núcleos urbanos con proyectos de adaptación o mitigación al cambio climático, como cubiertas verdes, huertos urbanos e instalación de placas solares en las terrazas de edificios residenciales o corporativos. La empresa presenta dos vertientes. Por un lado, ofrece la gestión integral de proyectos de mitigación y de adaptación al cambio climático en las áreas urbanas y, por otro, realiza la captación de fondos privados para financiar estos proyectos. La especialista ha resaltado que "el verde que aporta la ciudadanía a escala particular se ha convertido en una oportunidad estratégica para ade-



Lidia Calvo, fundadora y directora Eixverd.

el agua lluvia, evitando escorrentías e incorporan elementos naturales a los entornos para ayudar a fomentar la biodiversidad".

La última ponencia ha corrido a cargo de Lidia Calvo, fundadora y directora Eixverd, una firma que también pro-

lantarnos y avanzar así hacia una sociedad más verde y naturalizada". Por ello, ha advertido de la "oportunidad que tienen los países, las ciudades, pero también los individuos particulares, para liderar el cambio". Entre las tendencias a escala mundial también ha coincidido en destacar, al igual que otros ponentes, la biofilia, además de otros aspectos, como los "edificios vivos" proyectados con materiales sostenibles y autosuficientes o soluciones basadas en la naturaleza para abordar los desafíos para el cambio climático: conservar los manglares, ayudar a reforestar los bosques, crear plataformas en las ciudades para absorber la contaminación, etc. ●



Javier Palacios, arquitecto paisajista y director técnico de La Habitación Verde.

Syngenta presenta su nuevo plan de compromisos con la agricultura sostenible: “The Good Growth Plan”



Pilar Gimenez, directora de Asuntos Corporativos en Syngenta España, y Robert Renwick, director General de Syngenta.

S yngenta ha presentado los resultados de su plan de compromisos con la agricultura sostenible en España y Portugal: “The Good Growth Plan”, así como los nuevos objetivos con los que la empresa se compromete para 2025.

Pilar Gimenez, directora de Asuntos Corporativos en Syngenta España, enmarcó The Good Growth Plan en “un contexto claro de apuesta por la sostenibilidad agrícola en toda Europa, plasmado en los últimos 10 años en la Política Común Europea y que ha supuesto que la innovación y la tecnología ya no se centren solo en la productividad de las explotaciones agrícolas, sino que busquen la sostenibilidad real a medio y largo plazo. De hecho, en este momento todas las nuevas estrategias europeas como el “Pacto Verde”, “De la granja a la mesa” e incluso la PAC

tienen al igual que nosotros la sostenibilidad en su foco central”.

En este sentido, Pilar Giménez destacó que Syngenta lleva años adaptándose a esta realidad con la puesta en marcha en 2013 de su plan de compromisos por la sostenibilidad “The Good Growth Plan, que tiene un encaje perfecto en este nuevo marco europeo y que se basa en una apuesta por la innovación y en la introducción de nuevas tecnologías en el campo”. Para la responsable de Syngenta, “el cambio climático nos obliga a todos a seguir avanzando en esta senda de la sostenibilidad y de la inversión en innovación”.

Resultados tras siete años de implementación

Para el director general de Syngenta, Robert Renwick, la crisis del Covid-19 ha puesto sobre la mesa, además, dos

realidades claras: “la importancia vital de la agricultura para la economía y para la seguridad alimentaria de un país; y la necesidad de apostar por la ciencia y la innovación para conseguir superar estos difíciles retos. Esa es precisamente la apuesta de Syngenta con su “The Good Growth Plan” iniciada en 2013 y que se renueva ahora hasta 2025”.

Robert Renwick afirmó que se han conseguido prácticamente todos los objetivos planteados a nivel mundial para 2020 y en particular en España y Portugal, donde en la red de explotaciones de referencia de “The Good Growth Plan”, se ha logrado avanzar en cuatro áreas clave: la productividad, la protección de suelos y el agua; la formación de los agricultores y la biodiversidad.

El director de Syngenta destacó que estos buenos resultados no hubieran



<h3>Acelerar la innovación para los agricultores y la naturaleza</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Invertir 2.000 millones de dólares en avances en agricultura sostenible • Lanzamiento de 2 nuevos avances en tecnología sostenible por año • Esforzarse por conseguir reducir los residuos en los cultivos y proteger el medio ambiente 	<h3>Lograr una agricultura neutra en carbono</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Medir y permitir la captura y mitigación del carbono en la agricultura • Mejorar la biodiversidad y la salud del suelo en 3 millones de hectáreas de tierra de cultivo cada año • Reducir la intensidad de carbono de nuestras operaciones en un 50% para el 2030+ 
<h3>Ayudar a las personas a mantenerse seguras y saludables</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo Cero incidentes en nuestras operaciones • Entrenar a 8 millones de trabajadores agrícolas en el manejo seguro de fitosanitarios cada año • Asegurar un trabajo justo a través de toda nuestra cadena de suministro  <p>Good Growth Plan Syngenta Group</p>	<h3>Colaboración para el desarrollo</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Crear asociaciones permanentes y publicar sus objetivos de sostenibilidad • Poner en marcha diálogos sobre innovación para una consulta inclusiva sobre la sostenibilidad • Gestión de la sostenibilidad a nivel de la junta directiva 



... sido posibles sin la implicación de todo el sector: desde los agricultores que han apostado por estos proyectos en favor de la sostenibilidad; a los distribuidores que son la pieza clave para conectar con los agricultores y ayudarles a implementar los proyectos, pasando

por los técnicos y equipo comercial que sabe transmitir la importancia de estas acciones, hasta llegar a organizaciones agrarias como Asaja, UPA, Cooperativas Españolas; asociaciones como la AEACV (Agricultura de Conservación y Suelos Vivos); universidades como la

UPC (Universidad politécnica de Cataluña), Universidad de Córdoba, la Escuela de Ingeniero Agrónomos de Madrid (ETSIA), etc.; o centros de investigación como el CSIC.

Nuevo Good Growth Plan para 2025

Syngenta se compromete en este nuevo plan a invertir 2.000 millones de dólares en agricultura sostenible y poner a disposición de los agricultores dos avances tecnológicos cada año. Los nuevos compromisos se dividen en cuatro áreas de actuación: acelerar la innovación para los agricultores y la naturaleza; luchar por una agricultura neutra en carbono; ayudar a las personas a mantenerse seguras y saludables; y establecer alianzas para frenar el impacto del cambio climático.

Durante la presentación virtual que ha tenido lugar hoy a través del canal de Youtube de Syngenta en España, se mostraron algunas de las iniciativas de



referencia en el plan, como el programa “Poliniz-up”, desarrollado junto a la organización UPA para aumentar las poblaciones de polinizadores en los espacios agrícolas. Una iniciativa que ya ha presentado los primeros resultados con la localización en los nuevos hábitats generados de más de 150 especies nuevas de polinizadores, muchos de ellos especies endémicas en la península ibérica.

Entre otras iniciativas destacadas en la presentación, desde Valladolid se mostró uno de los ensayos que se está desarrollando en un olivar intensivo para fomentar la biodiversidad a través de la siembra de cubiertas vegetales y una de las aplicaciones digitales para probar la nueva APP “Run off tool”, desarrollada por Syngenta para conocer los riesgos de escorrentía y evitar la erosión de las parcelas agrícolas.

Giuseppe Natale, CEO de Valagro, compañía especializada en soluciones biológicas recientemente adquirida por el Grupo Syngenta participó en la presentación afirmando que: “El Good Growth Plan supone una apuesta clara por la sostenibilidad a través del complemento una oferta conjunta de agricultura integrada con innovaciones biológicas a nuestros agricultores”.

La mejora vegetal con variedades resistentes a enfermedades en cultivos como el pimiento, también forma parte de los compromisos, tal y como ha comentado el responsable de Semillas Hortícolas en Syngenta España, Luis Martín: “la incorporación de resistencias a nuestras variedades aporta una optimización del uso de insumos y de los recursos, así como una importante reducción del desperdicio alimentario, mermas y pérdidas a lo largo de toda la cadena alimentaria”.

“Soil Farming” —Cultivando el suelo—es otra de las iniciativas que Syngenta pone en marcha en España y que consiste en cultivar una parte de la finca en laboreo convencional y otra en laboreo de conservación con el protocolo Syngenta (sus semillas y recomendaciones de tratamientos, así como el fomento de los polinizadores plantando márgenes multifuncionales).

En apartado de seguridad en el trabajo, se presentaron una de las novedades tecnológicas que vienen para asegurar el buen uso, seguro y responsable de los fitosanitarios. Se trata del sistema CTS o “Sistema Cerrado de Transferencia”. Una herramienta diseñada para evitar la exposición y contacto con el producto, además de asegurar el lavado y reciclado adecuado de los envases por completo.

En palabras de Robert Renwick, “Syngenta ha demostrado su compromiso con la sostenibilidad desde sus inicios, y así lo demuestran los resultados del Good Growth Plan desde 2013. Con las inversiones futuras, la empresa demuestra su apoyo a los agricultores para enfrentar los múltiples desafíos que representa el cambio climático, con un plan de sostenibilidad para el largo plazo”. ●

DOMINIO DE TARES,
20 AÑOS SIENDO EL REFERENTE DE
EL BIERZO



VISITA
NUESTRA WEB



WINEinMODERATION.eu
Art de Vivre

EL VINO SOLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN

20 

DOMINIO DE TARES
ANIVERSARIO

La AEPJP presenta la nueva versión de Norma Granada



La Asociación Española de Parques y Jardines Públicos (AEPJP) ha presentado una nueva versión de la Norma Granada, el método de valoración ornamental más extendido en España, que cuenta con una nueva metodología de cálculo y tiene en cuenta nuevos valores, como la cantidad de CO2 que capta cada ejemplar o su carácter invasor.

En la presentación de esta nueva versión han participado Jorge Luis Marquínez, director General de Biodiversidad, Bosques y Desertificación del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Francisco Bergua, presidente de la AEPJP; Pedro Calaza, Director de Norma Granada; y estuvo dinamizado por Carlos Martí, director de la revista Ciudad Sostenible. Todos ellos valoraron la nueva edición como una herramienta "indispensable para una gestión del verde moderna y sostenible". Y dejaron



reflexiones como: "No debemos perder la conexión con la naturaleza. Debemos repensar las ciudades, pa-

sar de las superficies frías, exentas de todo lo verde a urbes que integren naturaleza, que traigan la proximidad



del medio natural y que sirvan de refugio para una biodiversidad urbana muy importante”

La primera versión de Norma Granada fue elaborada en el año 1990 y ha pasado por varias revisiones en 1999 y 2007, consecuencia de la constante evolución del sector, alcanzando su última edición en 2020. La nueva Norma Granada intenta converger con los planteamientos contemporáneos, dando la importancia que merecen y que han alcanzado

actualmente los bosques urbanos. Un hecho destacado por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), con el fin de fortalecer la generación de servicios ecosistémicos y de limitar en la medida de lo posible los diservicios.

Se trata por tanto de destacar la importancia de la buena gestión de los árboles, la cual debe trasladarse a una valoración ornamental. Y para ello, por primera vez en una revisión de Norma Granada, se in-

cluyen factores que merman el valor para penalizar los diservicios relacionados con una inadecuada selección o gestión.

De esta manera, la Norma Granada v.2020 se sustenta en un enfoque técnico y científico, añadiendo nuevas ecuaciones matemáticas más ajustadas a la realidad del material vegetal valorado, incluyendo un factor corrector que permite que las ecuaciones de esta norma estén calculadas con los precios actuales. ●

Javier Goñi, presidente de ANFFE



Según Bill Gates: “Dos de cada cinco personas en el mundo deben su vida a los fertilizantes”. El poder para crear un futuro mejor está contenido en las ideas del presente y en este caso no podemos hacer oídos sordos a quien lanza su mensaje desde el conocimiento. La fertilización de

los cultivos es esencial para que estos crezcan sanos, se desarrollen de forma correcta y logremos cosechas abundantes para hacer frente al reto que se nos plantea durante las próximas décadas: dar de comer a los casi 10.000 millones de personas en el mundo para el 2050, como vaticinan la ONU y la FAO.

El agua y los nutrientes se absorben principalmente del suelo, a través del sistema radicular de las plantas y son utilizados en el crecimiento del cultivo. Una vez terminado el ciclo de cultivo, y cosechado, todos esos nutrientes se pierden del suelo disminuyendo su presencia para el cultivo siguiente. La consecuencia de esto es que la capacidad productiva del suelo disminuye progresivamente. Es en este punto donde los fertilizantes ayudan al agricultor a mantener un nivel de producción constante año tras año.

Cada 13 de octubre se celebra en todo el planeta el “Día Mundial de los Fertilizantes” para conmemorar la tecnología de Haber-Bosch, la cual ha permitido fabricar fertilizantes minerales a gran escala a partir del nitrógeno del aire. La especial importancia de este descubrimiento es que el nitrógeno, elemento esencial para el desarrollo de las plantas y el componente mayoritario del aire (un 78 %), no puede ser absorbido directamente por las plantas, ya que estas no tienen un mecanismo interno para captarlo del aire, por lo que es necesario aportarlo al suelo de manera regular mediante la fertilización.

La Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (ANFFE), que representa a los principales productores de fertilizantes que operan en España, se ha sumado, como cada año, a las organizaciones del sector agrícola de todo el mundo y a las asociaciones europeas e internacionales de fertilizantes en la celebración de este día, en su impenitente y eficiente esfuerzo por divulgar los esfuerzos que realizan los fabricantes de fertilizantes para fomentar su aplicación racional. Entrevistamos a Javier Goñi, presidente de ANFFE, Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes

¿Cómo han trabajado las empresas del sector de fertilizantes para garantizar el suministro de nutrientes y dar soporte a los agricultores este año marcado por la pandemia?

Durante esta crisis que estamos sufriendo, las empresas del sector de fertilizantes han realizado todos los esfuerzos necesarios para garantizar el suministro de nutrientes a la agricultura y dar soporte a los agricultores, los cuales con su gran labor proporcionan a la sociedad alimentos frescos y saludables, evitando problemas de desabastecimiento y de dependencia del exterior.

La producción de fertilizantes en España no ha dejado de tener actividad durante el periodo de confinamiento obligado, por considerarse sector esencial. No obstante, sí puede haber afectado a la demanda la menor actividad comercial de las empresas de fertilizantes durante la pandemia, llevando a un menor crecimiento potencial del consumo nacional.

¿Cómo ha ayudado ANFFE a las empresas asociadas en esta difícil etapa?

ANFFE ha seguido de cerca, junto a asociaciones de agricultores y a otros fabricantes de insumos agrícolas, la evolución de las medidas impuestas por el Gobierno español en relación con la crisis del Covid-19. En general la actividad relacionada con los fertilizantes se ha podido seguir realizando con relativa normalidad y ANFFE continúa al servicio de sus empresas para tratar de ayudar en cualquier posible inconveniente que pudiese surgir sobre este tema en un futuro próximo.

¿Qué número de empleos viene creando el sector de los fertilizantes? ¿Cómo ha afectado la alerta sanitaria que vivimos en este sentido?

Actualmente el conjunto de las empresas de ANFFE dispone de 18 plantas productivas en España, con una capacidad de producción de 7,3 millones de toneladas de productos, dando empleo

La demanda de fertilizantes se ha mantenido hasta la fecha similar al año anterior, aproximadamente 3,5 millones de toneladas en el periodo enero-septiembre según las estimaciones de ANFFE.

directo a más de 2.800 personas y generando adicionalmente un número muy importante de puestos indirectos. Las fábricas de fertilizantes no han sufrido, en general, descensos notables de actividad, por lo que la pandemia no ha afectado significativamente al empleo.

Si hablamos de niveles de consumo, ¿Cómo prevé que será el balance de este año, marcado por el Covid-19? ¿Qué cifras manejamos a presente?

La demanda de fertilizantes se ha mantenido hasta la fecha similar al año anterior, aproximadamente 3,5 millones de toneladas en el periodo enero-septiembre según las estimaciones de ANFFE. En lo que llevamos de 2020 la climatología ha sido aceptable.

¿En qué momento se encuentran nuestras importaciones?

Las importaciones de fertilizantes hasta agosto del presente año han alcanzado los 2,3 millones de toneladas, experimentando un aumento del 7,1 por cien comparado con el mismo periodo del año anterior. En este sentido, el sector español de fabricantes de fertilizantes continúa preocupado por el continuo incremento en nuestro país de importaciones de algunos productos por una cuestión de precios, en detrimento de aquellos productos que son más idóneos agrónomicamente y medioambientalmente.

¿Y las exportaciones, especialmente de productos como el nitrosulfato, los nitratos con azufre, o ciertos NPKs especiales?

Las exportaciones de fertilizantes en el periodo enero-agosto de 2020 se han situado en 1,6 millones de toneladas, experimentando un ligero descenso comparado con el mismo periodo del año anterior. Más de dos tercios de las exportaciones se destinan habitualmente a Europa (principalmente a Francia, Portugal, Brasil, Países Bajos, Irlanda e Italia, siendo Francia generalmente el principal receptor), mientras que el resto de países compradores oscila según el año.

¿Cómo es la balanza comercial del sector hoy en día? ¿Hemos ganado perdido en competitividad en los últimos años?

Las importaciones de fertilizantes en España superan a las exportaciones, por lo que la balanza comercial es negativa. Las fluctuaciones que se producen anualmente entre ambos depende de distintos factores, principalmente de la climatología y de los precios internacionales de los cereales y de los fertilizantes (ambos son commodities y sus precios se determinan principalmente por la situación oferta-demanda a nivel mundial). Cabe destacar también que las importaciones suponen una parte importante de nuestro mercado.



Las empresas nacionales continúan especializándose y exportan principalmente cloruro potásico y productos con un valor añadido, lo que les permite poder competir mejor en el mercado internacional con otros países que cuentan con materias primas propias para producir fertilizantes (gas natural, roca fosfórica, etc.) y que por lo tanto tienen menores costes productivos.

Si hablamos de costes energéticos del gas natural (clave en la producción de fertilizantes nitrógenados), así como de costes regulados de transporte, distribución de gas... ¿en qué situación nos encontramos en España si la comparamos con la de otros países de Europa?

Uno de los retos a los que se enfrenta la industria española de fertilizantes

son los elevados costes energéticos. Generalmente el gas natural es más caro en España que en el resto de Europa, así como los costes regulados. Esto hace que la industria española no pueda competir en igualdad de condiciones que sus vecinos europeos.

El sector de los fertilizantes se encuentra en un entorno legal complejo, con cientos de Reglamentos Europeos, Decretos, Normas, Certificaciones, etc. que obligan a las empresas fabricantes a mantener un conocimiento siempre actualizado. ¿Cómo se vienen adaptando las empresas a los nuevos reglamentos?

Las empresas de ANFFE, que cuentan con unos sistemas de producción que son de los menos contaminantes del mundo, se han ido adaptando continuamente a las nuevas exigencias de la normativa medioambiental en asuntos tales como la contaminación por nitratos, la emisión de gases contaminantes o de efecto invernadero, etc. Las empresas del sector fabrican productos seguros, y de calidad, que cuando son aplicados correctamente son respetuosos con el medioambiente.

Por su parte, las empresas de ANFFE están a favor de promover el reciclado y reutilización de nutrientes, apoyándose en los principios de la economía circular y en el nuevo Reglamento (UE) 2019/1009, que promueve la utilización de nuevas fuentes de nutrientes recuperados y de ciertos subproductos. Eso sí, siempre que se garantice la calidad de estos productos y se asegure la ausencia de sustancias fitotóxicas o metales pesados que puedan comprometer la salud y productividad de los suelos a corto, medio o largo plazo.

¿Cuáles son los más difíciles de cumplir?

Uno que nos preocupa especialmente es la estrategia "De la Granja a la Mesa" dentro del "Green Deal". Dicha estrategia es una propuesta de la Comisión que tiene como objetivo reducir el uso europeo de fertilizantes al menos

“España es el primer país de la UE en superficie ecológica y el cuarto del mundo. Algunos fabricantes de fertilizantes miembros de ANFFE están presentes en este mercado, incorporando en el catálogo de sus productos algunos fertilizantes que pueden ser utilizados en la agricultura ecológica”

un 20 por cien para 2030, y reducir las pérdidas de nutrientes al menos un 50 por cien para ese mismo año sin alterar la fertilidad del suelo.

Consideramos que en lugar de posibles restricciones a la fertilización, se debería seguir promoviendo su mejora, fomentando la aplicación de los fertilizantes más eficientes en cada caso, en las dosis adecuadas a cada momento del desarrollo vegetativo y aplicándolos de la manera más eficaz posible. En los últimos años la Unión Europea ha realizado grandes esfuerzos para mejorar su fertilización y con ello se ha logrado reducir considerablemente las pérdidas de nutrientes.

¿Qué pasos se vienen dando hoy en día para la incorporación de subproductos o residuos orgánicos al canal tradicional de comercialización de fertilizantes, propiciando así la reutilización de estos como fuente de nutrientes para los cultivos?

El enfoque del nuevo Reglamento 2019/1019 es muy diferente del Reglamento 2003/2003, actualmente en

vigor. Se basa en el fomento de la economía circular y en el aprovechamiento y valorización de materias primas de origen secundario. Por ello, para facilitar la adaptación del sector al nuevo esquema y a los nuevos requisitos, aunque el Reglamento ya ha entrado en vigor, se ha introducido un periodo transitorio de tres años, de manera que a partir del 16 de julio de 2022 se aplicará la nueva legislación y se deroga el actual Reglamento 2003/2003 de abonos minerales.

En relación con la economía circular, la industria de fertilizantes europea, que es de las más eficientes y menos contaminantes del mundo, ha ido optimizando progresivamente durante más de cien años sus sistemas de producción. Su actividad se ha basado siempre en ese principio, incorporando en los procesos productivos materias primas provenientes de otros procesos relacionados y reciclando millones de toneladas de material. Ejemplos típicos son: el uso del sulfato de amonio, obtenido en la síntesis del nylon, para fabricar fertilizantes minerales con azufre; el empleo del ácido

sulfúrico, producido a partir del SO₂, para la fabricación de abonos fosfatados y complejos; el uso del azufre que se obtiene en el refino de petróleo; la reutilización del CO₂ emitido en plantas de fertilizantes nitrogenados en otros sectores como el de bebidas gaseosas, etc.

El sector de la agricultura ecológica en España y en el mundo no para de crecer. Este auge conlleva un incremento de la demanda de fertilizantes aptos para este dinámico sistema de producción. En este sentido, ¿de qué forma se mueven las empresas del sector para implementar nuevas estrategias, especialmente en el ámbito de la producción agraria?

España es el primer país de la UE en superficie ecológica y el cuarto del mundo. Algunos fabricantes de fertilizantes miembros de ANFFE están presentes en este mercado, incorporando en el catálogo de sus productos algunos fertilizantes que pueden ser utilizados en la agricultura ecológica. Estos productos están sometidos a un sistema de control, regulado por normativa comunitaria. En 2017 se publicó en España una nueva norma técnica, denominada UNE 142500 “Insumos utilizables en la producción vegetal ecológica. Fertilizantes, enmiendas y sustratos de cultivo”, para la certificación del cumplimiento de los productos ecológicos con los requisitos de la legislación. ANFFE colaboró en su elaboración.

¿Podría dejar un mensaje positivo en este “mar” de intranquilidad en el que “navegamos”?

Nos gustaría incidir en la importancia de que en nuestro país se puede contar actualmente con una industria de fertilizantes propia, con gran prestigio en el mercado internacional, que es capaz de abastecer a nuestra agricultura y que nos permite reducir el riesgo que supone un alto grado de dependencia de las producciones de terceros países. ●

Matteo Carletta, responsable de desarrollo de Grupo Jardín

Desarrollar un proyecto de negocio sólido y que perdure en un mercado económico cada vez más competitivo resulta más fácil a través de la unión y, con ello, el mayor poder en la negociación con proveedores que ayuden en la consecución de los objetivos de crecimiento económico. Grupo Jardín es una central de ventas y servicios, destinados a los centros de jardinería, formada por profesionales independientes del mundo del jardín y paisajismo, que comparten los mismos intereses y motivaciones. A través de los servicios que ofrecen, y gracias a su experiencia, los centros de jardinería podrán beneficiarse de una serie de ventajas que le permitirán aumentar su margen comercial y mejorar sus ventas, así como multiplicar su visibilidad potencial y afrontar la competencia de terceros. Entrevistamos a Matteo Caletta, responsable de desarrollo de Grupo Jardín.



superficies y el mercado *online*, y entendemos que solo hay manera: remando todos juntos hacia el mismo lugar. Nuestra propuesta tiene una proyección a nivel nacional y estamos buscando colaboradores para ofrecerles una zona de exclusividad, productos personalizados, soportes para la venta, etc. herramientas para competir en un mercado tan cambiante.

¿Qué ventajas aporta para los afiliados el pertenecer a Grupo Jardín?

La relación con los proveedores será más directa que nunca y bajo las mejores condiciones disponibles negociadas por el grupo. Además, nos encargamos de identificar productos con potencial para posteriormente desarrollar gamas de productos con la marca propia y exclusiva de Grupo Jardín, con el objetivo de evitar la competencia frontal con las grandes superficies y el mercado online.

Los gerentes de los centros podrán rentabilizar su tiempo, ya que los servicios ofrecidos por el grupo le permiten focalizar sus esfuerzos a la venta, gestión de presupuestos y atención de sus clientes. Además, el afiliado siempre conserva su libertad estructural, organizativa, contable y fiscal y gracias a la zona de explotación exclusiva podrá evitar la competencia directa con otros centros.

¿Cómo viene trabajando Grupo Jardín?

Durante este último año, y a pesar del contexto desfavorable, hemos conseguido el apoyo de los principales proveedores del mercado, seguimos trabajando para aumentar el número de colaboradores y cubrir todas las necesidades comerciales de nuestros centros.

Por otro lado, y teniendo en cuenta que presentamos el proyecto hace unas pocas semanas, estamos orgullosos de poder contar con nuestros primeros

centros afiliados (Garden Center Palafrugell, Hipercass-Grupo Esmunas y Magnatura Garden). El proyecto está recibiendo una muy buena respuesta y seguramente antes de que acabe el año tendremos más incorporaciones. Poco a poco la familia Grupo Jardín irá creciendo.

¿Cuál es el principal sello de identidad del Grupo?

La Unión. Queremos hacer frente a la competencia que suponen las grandes

¿Qué servicios ofrece la sede central a la hora de potenciar las ventas de sus afiliados?

Ofrecemos una selección variada de proveedores referenciados, con los cuales negociamos tarifas y condiciones a escala de grupo. Los centros de jardinería afiliados seguirán comprando directamente a los proveedores, pero a través de Grupo Jardín podrán beneficiarse de las mejores condiciones, resultado de la fuerza de negociación de grupo. Sin compromisos de compra ni objetivos. Además, ponemos a disposición de nuestros afiliados una selección de empresas y profesionales colaboradores que le ofrecerán unos servicios de calidad a unos precios competitivos negociados por la sede: diseñadores, servicios informáticos, coaching para empleados, asesoramiento en eficiencia energética, etc. El listado irá actualizándose y aumentando a medida que crezcan las necesidades de nuestros centros afiliados.

Nuestro portal web también ofrece a nuestros afiliados el acceso privado a un perfil intranet con información comercial imprescindible: listado de proveedores, contactos, condiciones y tarifas actualizadas. Además, le permite el acceder al blog de actualidad, donde podrá crear y compartir contenido sobre su centro de jardinería: instalaciones, mantenimientos, novedades, etc. que le dará visibilidad *online*.

A través de Grupo Jardín estarán en contacto permanente con otros centros de jardinería y podrán beneficiarse de la información comercial y profesional de sus compañeros. También nos comprometemos a mantener, como mínimo, una reunión anual con el objetivo de compartir información, atender sugerencias y potenciar la relación. Y por supuesto, ofrecer un análisis de primera mano sobre el mercado actual para que siempre estén informados sobre las nuevas tendencias. Anualmente se celebrará el salón de marcas de Grupo Jardín. Un espacio donde los proveedores presentan en su stand las novedades, productos estrellas, etc. Para potenciar la relación directa y cercana entre proveedores y afiliados. Además, el espa-

“Queremos hacer frente a la competencia que suponen las grandes superficies y el mercado online, y entendemos que solo hay manera: remando todos juntos hacia el mismo lugar”

cio será utilizado para la celebración de seminarios, formaciones y debates de ámbito profesional, la presentación de nuevos soportes, sintetizar el trabajo de negociación y determinar las líneas de trabajo para la futura temporada.

¿Qué medios y herramientas facilita Grupo Jardín en cuanto a campañas de comunicación, la concepción de los soportes requeridos, etc.?

Tener presencia en internet en la actualidad es fundamental. Grupo Jardín ofrece un portal web con unos objetivos muy claros: obtener contactos de clientes potenciales interesados sobre el catálogo de productos o servicios, potenciar la visibilidad en internet del conjunto de los afiliados a través de su propio perfil, prescripción y publicidad de los productos y servicios ofrecidos, comunicación sobre la marca Grupo Jardín y otros artículos exclusivos.

Por otro lado, ponemos a disposición de nuestros centros afiliados una serie de herramientas de marketing y comunicación, desarrollados por nuestro propio departamento de imagen, que les ayudarán a aumentar la visibilidad y potenciar las ventas: Catálogos personalizados con el logotipo del centro, folletos, tracks... así como asesoramiento en la gestión de redes sociales con el objetivo de aumentar la visibilidad y las interacciones con sus clientes potenciales.

¿Cuál es la estrategia que se sigue para conseguir mejores precios de compra?

Nuestra central negocia a nivel de grupo (economía de escala) para ofrecer las mejores condiciones y tarifas a los centros afiliados. Para conseguirlo hemos presentado un proyecto atractivo que nos permite obtener la confianza de los proveedores, ofreciéndoles un servicio interno de prescripción de su oferta y productos. Además, pueden beneficiarse de la promoción pública que les ofrecen todos nuestros múltiples soportes de comunicación: web, catálogos, feria privada de marcas, redes sociales, newsletters, tracks, etc.).

¿Cómo puede describir la experiencia de HydroSud Ibérica y qué se ha trasladado de esta experiencia a Grupo Jardín?

Nuestros responsables cuentan con más de 20 años de experiencia en el mercado de la jardinería y la piscina, así como en la creación y el desarrollo de grupos, gestionando una estructura con más de 70 centros afiliados y más de 80 proveedores a través de Grupo Hydrosud (<https://grupopiscinas.com>) y conformando la red líder de profesionales independientes de la piscina. De aquí ha nacido el proyecto Grupo Jardín, ya que, al ser dos sectores muy similares, entendemos que podemos aportar toda la experiencia y la estructura de todos estos 20 años en Hydrosud/Grupo Piscinas a este nuevo proyecto. Además, estamos encontrando sinergias en ambos sectores que a la larga pueden convertirse en un valor diferencial para nuestros socios. ●

La exportación de flores y plantas sube un 3% y la importación baja un 17%



La exportación española de flores y plantas vivas se situó en 305 millones de euros hasta agosto de este año, un 3% más que en el mismo periodo de 2019 y las importaciones totalizaron 132 millones de euros, un 17% menos, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria.

Las ventas al exterior de planta viva, primer capítulo de la exportación española en este sector se ha situado en 248 millones de euros, en el periodo de enero a agosto de 2020, un 1% más que en los mismos meses de 2019, mientras que la flor cortada, aunque con menor peso en

el sector, registró un mayor crecimiento, del 15% ascendiendo a 42 millones de euros. Follaje y bulbos también crecieron, con un 4% en el caso del follaje, totalizando 10,6 millones de euros y un 8% en el caso de los bulbos, situándose en 4,5 millones de euros.

Los datos hasta agosto muestran un retroceso muy importante de la exportación española de flor y planta viva los dos primeros meses de la pandemia, debido al cierre de los puntos de venta, tanto en España como en la mayoría dos Estados miembros de la UE, primer destino de la exportación española. En marzo se redujo un 23% comparando con marzo del año anterior y en abril se

redujo un 22%. No obstante, a partir de mayo se ha producido una notable recuperación de las ventas al exterior, según Fepex, que ha permitido recuperar el saldo positivo y el crecimiento del 3% en el conjunto del año.

Respecto a la importación en los ocho primeros meses de 2020, ha retrocedido en los cuatro subsectores: un 10% en el caso de la planta viva, totalizando 77,3 millones de euros; un 26% en el caso de la flor cortada, totalizando 42 millones de euros; un 18% en el caso de los bulbos, descendiendo a 8 millones de euros y un 28% en el caso del follaje, situándose en 4,4 millones de euros. Fuente: Fepex. ●



LOS RECOMENDADOS DE TECNOGARDEN

ALIAS GROUP	34
COMPO	36
FLORAGARD	38
GARDENA	40
GRAMOFLO	43
INFERTOSA	44
NEUDORFF-SEIPASA	46
NUTRIPLANT	48
PINDSTRUP	51
RAIN BIRD	52
SEMILLAS BATLLE	54
STIHL	56





¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

El 2020 empezó con unos meses de enero y febrero extraordinarios, con una facturación muy por encima de la de los últimos años, que hacía presagiar una primavera de récords. Lamentablemente, todo se truncó a mediados de marzo, con la irrupción del coronavirus, que llevó al cierre de los centros de jardinería durante casi dos meses. Pero, a pesar del batacazo inicial, a partir de su reapertura a mitades de mayo, se produjo una espectacular recuperación de las ventas que permitió igualar o incluso superar las cifras de ejercicios anteriores.

PREVISIONES PARA 2021

A pesar de la pandemia, en 2021 estamos convencidos que se confirmará la tendencia al alza del sector de la jardinería y que será un excelente año para el garden center. Sobre todo, porque están cambiando los hábitos de los clientes. Ahora, pasan más tiempo en su casa y eso los lleva a cuidar mejor sus jardines, a reorganizar sus balcones, a crear huertos urbanos, a encontrar su rinconcito verde donde relajarse, etc. ¡La jardinería está de moda!



ALMAT
CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS PARA GARDENS

www.aliatgrup.com



ALMAT, LA CENTRAL DE COMPRAS LÍDER DEL SECTOR

Actualmente, Aliat es la central de compras y servicios líder del sector, tanto en número de centros afiliados, superficie total de venta, facturación global y suma de empleados. El objetivo del equipo ALMAT es ayudar a sus centros afiliados a ser más fuertes, más competitivos y a conseguir una mayor rentabilidad de su negocio. Y, para conseguirlo, es imprescindible contar con la colaboración de un partner como ALMAT, que les asesora y les ayuda a tirar adelante.



ALMAT OFRECE MÚLTIPLES SERVICIOS A SUS GARDENS AFILIADOS

Servicios de comunicación, marketing, señalética, cartelería, diseño de folletos, trípticos... Hace pedidos conjuntos de consumibles (bolsas de plástico, cajas de cartón...), imparte cursos de formación, implanta nuevas secciones (decoración, navidad, floristería, mascotas...), compra contenedores directos al país de origen, hace programaciones de planta, crea gardens desde cero, etc. Y dispone de un equipo de expertos en todos los apartados del garden que hacen implantaciones, remodelaciones y ayudan a mejorar su presentación comercial.



**Con ALIAT,
¡todo es posible!**



Central de Compras y Servicios para Gardens

www.aliatgrup.com



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

2020 no ha sido un año fácil para nadie. Desde Compo lo hemos afrontado con optimismo, acompañando a nuestros clientes y consumidores. Sabemos que cuidar de las plantas es una excelente tarea a la que dedicar los largos días que estamos pasando en casa.

Destacamos la importancia que ha cobrado la compra *online* para nuestra categoría y para muchas otras. Seguramente hay usuarios que todavía no la habían tenido en cuenta y que, actualmente, la han descubierto como un buen aliado a la hora de adquirir productos y soluciones

PREVISIONES PARA 2021

Si bien es cierto que todavía existe una cierta incertidumbre debido a la pandemia, nuestra filosofía para los próximos años no ha cambiado. Desde Compo estamos perfectamente preparados para seguir ofreciendo los mejores productos y servicios a los consumidores. Vamos a estar al lado del mercado, cada vez más amplio, ofreciendo las soluciones más completas para el cuidado de plantas.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Compo Abono Azul Universal, un producto que lleva el mundo de la jardinería profesional a la jardinería doméstica. Es nuevo abono granulado universal, con magnesio, azufre y micronutrientes como el hierro, el boro y el zinc. Es ideal para todo tipo de cultivos de huerto, árboles y plantas de jardín. Potencia el desarrollo radicular, el crecimiento vegetativo y la floración abundante de las plantas. Además, refuerza la resistencia a enfermedades y plagas.



www.compo.es



COMPO FUNGICIDA STOP

En el desarrollo de productos fitosanitarios, Compo lanza un nuevo fungicida sistémico de origen vegetal para su gama Huerto Urbano.

El nuevo Compo Fungicida Stop es de listo uso para aplicación foliar y tiene acción preventiva y curativa. Combate los hongos presentes en las plantas y, además, potencia sus defensas naturales.



COMPO ABONO AZUL UNIVERSAL

Un producto que lleva el mundo de la jardinería profesional a la jardinería doméstica. Nuevo abono granulado universal, con magnesio, azufre y micronutrientes como el hierro, el boro y el zinc. Ideal para todo tipo de cultivos de huerto, árboles y plantas de jardín. Potencia el desarrollo radicular, el crecimiento vegetativo y la floración abundante de las plantas. Además, refuerza la resistencia a enfermedades y plagas.



LOS DESEOS QUE SE PLANTAN SE CUMPLEN.
¡FELIZ NAVIDAD!



www.compo.es





¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

El año 2020 pasará a la historia como el año que marcó un antes y un después en nuestras vidas y nuestros negocios. Sin embargo, a diferencia de la mayoría de sectores, el sector primario y de jardinería se ha visto impulsado por las compras de los consumidores finales que, ante la imposibilidad de viajar o pasar tiempo fuera de casa, han decidido apostar por decorar su hogar y jardín y hacer de este su refugio, donde las flores y plantas han ganado presencia.

Esto ha significado para Floragard, en global, pero también aquí en España, un cierre de año verdaderamente insólito, sobrepasando cualquier planificación prevista.

PREVISIONES PARA 2021

En estos tiempos de incertidumbre donde avanzamos cada día por caminos inexplorados, es difícil prever con acierto lo que está por venir. En cualquier caso, nuestras planificaciones van en la línea de la consolidación de las tendencias que hemos visto en este 2020. En lo que respecta al sector aficionado, creemos que muchos de los nuevos clientes captados por el sector en este año continuarán descubriendo y disfrutando de la jardinería en 2021. También creemos que los cambios en las formas de compra, venta on-line, y en las preferencias del consumidor sobre determinadas líneas de negocio, líneas bio y de productos peat-free, seguirán consolidándose en este nuevo año en el que esperamos continuar creciendo.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

En 2021 continuaremos siendo la marca dentro sector sustratos en España y Portugal con una mayor y más decidida apuesta por la jardinería ecológica amateur gracias a nuestro producto más vendido, el sustrato universal, que cuenta con el certificado bio emitido por Ecocert y con una receta ecológica de gran calidad. Por otra parte, destacaríamos el lanzamiento de nuestro nuevo Growmix Profesional, el cual es un sustrato derivado de la horticultura profesional enfocado en el segmento del cáñamo con receta de alta calidad donde la estabilidad estructural, el abono premium y el hongo benéfico trichoderma garantizan un desempeño extraordinario. Cuenta además con creativo diseño de embalaje que sin lugar a dudas no pasará desapercibido.



www.floragard.de/es



SUBSTRATO UNIVERSAL FLORAGARD

Partes seleccionadas de turba, materias primas renovables y una combinación altamente eficaz del abono orgánico-mineral Flora Bio-Mix, el abono natural guano y abono con oligoelementos extra forman su fórmula moderna, derivada de la horticultura profesional.



GROWMIX PROFESIONAL

Sustrato especial con perlita para enmacetar, derivado de la horticultura profesional. La turba rubia, de baja a moderada descomposición, y la roca volcánica perlita, aumentan la capacidad de aire y mejoran la estabilidad estructural, mientras que la turba negra optimiza la capacidad de almacenamiento de agua y la absorción de agua. La combinación de micronutrientes y un abono compuesto mineral favorece el crecimiento saludable de las plantas y el suministro de nutrientes hasta 4 semanas. El hongo natural trichoderma fortalece las plantas aumentando su tolerancia al estrés ambiental y promoviendo el desarrollo de las raíces.



EL PRODUCTO MÁS VENDIDO

DE UNA NUEVA GENERACIÓN DE SUBSTRATOS

Substrato universal Floragard

- Calidades de turba seleccionadas facilitan el aporte de agua
- El porcentaje de materias primas renovables respalda el aporte de nutrientes y la formación de raíces
- Flora Bio-Mix proporciona a las plantas todos los nutrientes que necesitan desde el primer momento

Flora  **gard**[®]
Floragard Product

... ¡y todo florece!

www.floragard.de



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

2020 ha sido un año complejo y único, ya que, en el negocio de la jardinería, hemos perdido varios meses en plena campaña por la pandemia global. Sinceramente, teníamos serias dudas de cómo se iba a comportar el resto del año. Tomamos la decisión de apoyar 100 % a la distribución y continuar apostando, lo cual fue bueno, ya que, gracias a varios canales que incrementaron sus ventas, se ha conseguido que el año sea bueno, manteniendo la tendencia de crecimiento de años anteriores.

PREVISIONES PARA 2021

Consideramos y esperamos que para el comienzo de la campaña de primavera la situación se haya normalizado, y podamos desarrollar todas las propuestas de productos y nuevas acciones de apoyo. Todo ello en aras de fomentar unas buenas ventas, siempre centrándose y dando el máximo apoyo a la distribución y al usuario final.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Cada vez más, la digitalización es un objetivo primordial para nuestra marca. El desarrollo de productos con comunicación y gestión a través del móvil será una de nuestras palancas de crecimiento principal.

Desarrollaremos productos para controlar a través del móvil, desde programadores de riego a robots cortacésped, y con dos tipos de comunicación, Bluetooth y sistema SmartSystem.



www.gardena.com/es



SILENO MINIMO

Robot Cortacésped Sileno Minimo con Bluetooth. Potente, para tamaños de hasta 500 m². Lucha con las zonas más estrechas del jardín, en cualquier condición climática, súper silencioso y muy fácil de limpiar.

Los comandos básicos se pueden dar a través de un panel de control directamente en el robot. No tiene pantalla, su teclado es limitado.

Funciona con la nueva app GARDENA Bluetooth para iOS y Android.

PVP: A partir de 599 €.



NUEVA GAMA GARDENA ROLLUP

La nueva gama de portamangueras automáticas de Gardena aportan la máxima libertad y flexibilidad para regar un jardín de cualquier tamaño.

Con modelos que se fijan en la pared de la casa o en cualquier parte del jardín. Completamente equipados, con una manguera de 13 mm de gran calidad.

Disponibles en 15, 20, 25, 30 y 35 m.

Sin bloqueos, retorceduras y con una recogida cómoda.

Además, se pueden colocar fuera todo el año gracias a su protección antiheladas.

PVP: A partir de 119,95 €

¡Disfruta tu tiempo libre!

100% autónomo, ágil y silencioso, el robot cortacésped GARDENA se encarga de su jardín sin esfuerzo.

Existe en una versión smart.

- Corta incluso bajo la lluvia.
- Sube pendientes hasta el 35%.



Gama SILENO diseñada para céspedes con formas complejas de 250 m² a 2000 m².

Fácil instalación.



 **GARDENA**[®]

gardena.com





**DESDE TPI
TE DESEAMOS...**

Felices Fiestas





GRAMOFLAKES

Fruto del incansable trabajo de GRAMOFLOR por buscar materias primas alternativas a la turba, nace gramofLAKES, una innovadora materia prima renovable y de calidad, que se puede incorporar en cualquier sustrato para potenciar el crecimiento natural y sostenible de todo tipo de cultivos. Se trata de un producto derivado de la cascarilla de arroz —subproducto de la industria agroalimentaria—, que tras un proceso térmico-mecánico, desarrollado por Gramoflor en los últimos años, se convierte en una materia prima homogénea y estable, de gran valor para su utilización en sustratos de cultivo. gramofLAKES destaca por su capacidad de drenaje, aireación y estabilidad, además de mejorar el balance de emisiones de CO2 y fomentar la economía circular.



GAMA BIO

Gramoflor renueva su línea de productos BIO de la gama Hobby para los jardineros más exigentes que buscan sustratos ecológicos: BIO Blumen- & Pflanzeerde y BIO Kräuter- & Gemüseerde.

Estos sustratos están compuestos 100% de materias primas alternativas a la turba (Torffrei), como Lignofibre, Cocopeat, Compost vegetal, así como de abonos orgánicos, disponiendo de los certificados concedidos por Ecocert. Además, los envases utilizados en estos dos sustratos BIO están fabricados con 80% de plástico reciclado. Utilizar los sustratos BIO de Gramoflor disminuye las emisiones de CO2 en un 80 %, comparando con sustratos universales convencionales. Además, tanto BIO Blumen- & Pflanzeerde como BIO Kräuter- & Gemüseerde son especialmente indicados para la creación de huertos urbanos.

GRAMOFLOR

¡calidad desde el principio!

www.gramoflor.com

PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

ELEGIMOS LA MEJOR
OPCIÓN

Una gama completa para el exigente comercio especializado



¡Transparencia crea confianza!
Más información en
www.gramoflor.com

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

GRAMOFLOR

¡calidad desde el principio!



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

Ha sido un año muy difícil en muchos sentidos. Durante los meses de confinamiento más severo los centros de jardinería, floristerías, centros de bricolaje y viveros tuvieron que cerrar, viéndonos afectados, por tanto, todos los proveedores que vendemos a través de estos canales.

Por otro lado, este confinamiento, ha fomentado el comercio **online** y el incremento en el consumo de productos empleados para mejorar la vida en el hogar, entre ellos los productos para jardinería. En el momento en el que se levantaron las restricciones de apertura, los centros de jardinería y demás empresas relacionadas, hemos visto como tanto amantes de la jardinería como nuevos adeptos, han querido poner plantas en sus balcones, hacer jardines en sus chalets o plantar huertos donde antes no había nada, haciendo de esta, una campaña complicada a la vez que ilusionante.

También ha sido muy complejo el suministro de materias primas, ya que la situación actual ha complicado mucho la disponibilidad y el transporte de varias de ellas, sobre todo cuando se trataba de importaciones.

PREVISIONES PARA 2021

Es difícil poder prever lo que sucederá en el 2021, ya que tanto la pandemia como la crisis económica que nos ha traído esta, ni mucho menos ha terminado. Lo que sí está claro es que mucha gente ha descubierto el mundo de las plantas durante este año 2020 y creemos que 2021 puede ser un año de crecimiento del sector. Aunque insisto, siempre con el gran interrogante de lo que pueda suceder debido a la pandemia.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Viendo el crecimiento en el sector hobby, por un lado, creemos que es oportuno apostar por productos específicos y formatos pequeños para el usuario particular, como por ejemplo, nuestros nuevos abonos líquidos específicos de nuestra marca Ciemhus. Por otro lado, consideramos que la tendencia de los productos ecológicos y sostenibles sigue siendo una apuesta interesante.



INFERTOSA

www.infertosa.com



ABONOS LÍQUIDOS ESPECÍFICOS

Infertosa ha lanzado cinco nuevas referencias de abonos líquidos específicos, completando así su línea de abonos líquidos ya existente

- ◆ Ciemhus Fertilizante Plantas Ácidas es un abono equilibrado de alta asimilación formulado para mantener un pH ácido en el medio de cultivo. Favorece un desarrollo óptimo y una abundante inducción floral.
- ◆ Ciemhus Fertilizante Orquídea cuenta con un gran contenido de macronutrientes y micronutrientes, así como de aminoácidos libres y extracto de canela favorece la absorción y fijación de nutrientes en todas las especies de orquídeas favoreciendo su desarrollo y floración.
- ◆ Ciemhus Fertilizante Cactus contiene los macro y micro nutrientes necesarios para su cactus, así como óxido de magnesio, para favorecer un desarrollo equilibrado y rigidez en los tejidos.
- ◆ Ciemhus Fertilizante Bonsais es un complejo nutritivo formulado con la cantidad de nutrientes necesaria para proporcionar un desarrollo compacto y un verdor máximo en su masa foliar.
- ◆ Ciemhus Grow Cogollador es un formulado con altas cantidades de fósforo y potasio, altamente asimilable por la planta. Presenta macro y micro nutrientes, Vitamina B1, Aminoácidos naturales y extracto natural de algas que proporcionan un mejor proceso de cogollado..



CIEMHUS TRIPLE ACCION

Insecticida, fungicida y acaricida. Producto listo para usar que estimula los mecanismos naturales de defensa de las plantas contra insectos, ácaros y hongos y que permite el control de una amplia gama de enfermedades e insectos habituales en las plantas. Se trata de una de las mejores pistolas de triple acción sin necesidad de usar químicos. No solo se puede emplear con efecto preventivo si no también con efecto curativo.



Nuevo Triple Acción

Eficacia natural
contra
Ácaros, Hongos
e Insectos

sin químicos
chemical free



Jardinería doméstica de interior, exterior y huertos familiares

Solicite más información en www.infertosa.com



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

Todos recordaremos este año desgraciadamente como el más extraño de nuestras carreras profesionales. Se ha confirmado que el sector es muy robusto, y sobre todo hemos conseguido una nueva generación de clientes más jóvenes que se han lanzado a descubrir el Garden, la Planta y todo lo que le rodea. Un nuevo cliente que demanda productos sostenibles y orgánicos. También, ha sido el empujón definitivo de la venta online en el sector, debido a las circunstancias de cierre de los establecimientos y poca movilidad.

PREVISIONES PARA 2021

Con la experiencia de lo que ha ocurrido este año, no nos queda más remedio que ser optimistas de cara al año próximo ya que no esperamos peor situación que la vivida. Aun así, dependeremos lógicamente de la situación Covid-vacuna durante el primer semestre, que es el más importante para nuestras ventas, como todos sabemos. La situación económica va a ser difícil, con aumento de paro probablemente, pero confiamos en que la recuperación de la economía sea rápida y con ello lógicamente nos beneficiemos todos los sectores.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021? MAX. 80 PALABRAS

Nuestra gama de producto Spruzit es la más importante. como insecticidas-acaricidas, en diferentes formatos y presentaciones, son los productos top en los que seguiremos apostando, dada su importancia y alta demanda. la calidad del producto es indiscutible, ya que es único al combinar dos sustancias activas de origen vegetal. esto permite una máxima eficacia sobre las plagas que lo hace diferente a otros productos de la competencia.



www.neudorff.es • www.seipasa.com



INSECTICIDA ACARICIDA RTU SPRUZIT

Neudorff presenta el Insecticida Acaricida RTU Spruzit Fabricado con dos materias primas 100 % naturales como la piretrina (procede de flores de crisantemo) y el aceite vegetal. Siguiendo la calidad de los productos Spruzit elimina desde larvas, huevos y adultos de insectos y ácaros. Respetuoso con el medio ambiente, inocuo para las abejas. Producto certificado en Agricultura Ecológica por Sohiscert.



LOXIRAN POLVO ANTIHORMIGAS 500 GR NEUDORFF

Neudorff presenta Loxiran Polvo Antihormigas 500 gr, es un insecticida para esparcir, diseñado especialmente para eliminar hormigas en balcones, terrazas, caminos, patios y tierra no cultivada. Elimina a la colonia de hormigas. Tiene un efecto rápido y eficaz, debido a la combinación de piretrinas naturales. No contiene piretroides u otros agentes sintéticos debido a que su Principio Activo Vegetal proviene de las flores de los crisantemos. La gama Loxiran Antihormigas son los únicos biocidas en el mercado con certificado para agricultura ecológica.



1 Efectos
visibles en
hora.



Sin
Glifosato



Elimina las malas hierbas en tu jardín **Herbicida Natural**

Efectos visibles a partir de 1[#] hora. Biodegradable y Respetuoso* con los animales domésticos.

Use los productos fitosanitarios de manera segura. Lea siempre la etiqueta y la información sobre el producto antes de usarlo. Observe las advertencias y los símbolos indicados en el manual de instrucciones.
*Pueden acceder a las zonas tratadas cuando están secas.
*OECD 301F



WINNER



German
Sustainability
Award 2021

Premio 2021 a la
empresa alemana
más sostenible



Distribuidor exclusivo de Neudorff Garden España

www.neudorff.es





¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

Este año, en cuanto a ventas ha sido mejor que el pasado, aumentando nuestra facturación un 30% respecto del 2019.

PREVISIONES PARA 2021

Esperamos por lo menos igualar al 2020 en cuanto a ventas. Todo ello, gracias a nuestra apuesta por la innovación y a nuestro experto equipo humano, con un potencial contrastado. Profesionales compenetrados, capaces y decididos a trabajar, día a día, para crear valor y conseguir los objetivos marcados. Nos caracterizamos por nuestro compromiso con la calidad, seguridad y rentabilidad de nuestros productos.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Este año vamos a tener varias novedades, pero la más destacada será un insecticida de descarga total para insectos rastreros que funciona muy bien.



www.vital-plant.es



FERTILIZANTE VITAMINADO EN COMPRIMIDOS

El producto más conocido de la firma. Conserva la misma fórmula desde 1956. Es un fertilizante que aporta todos los nutrientes necesarios para una alimentación equilibrada de todo tipo de plantas, en la que se aprecia una rápida respuesta tras su aplicación. Formatos de 20, 50, 100 y 500 comprimidos en blíster.



INSECTICIDA DESINSECTADOR DESCARGA TOTAL

Insecticida de descarga total efectivo contra cucarachas, hormigas y todo tipo de insectos rastreros. Tiene un radio de acción de cinco metros. Actúa de forma inmediata contra todo tipo de insectos rastreros, persistiendo sus efectos durante 30 días.



SALUD Y VITALIDAD PARA TUS PLANTAS Y FLORES

www.vital-plant.es
T. 952.348.479

*misma fórmula desde
1963*

COMPRIMIDOS VITAMINADOS
PARA FLORES Y PLANTAS



LOS DE SIEMPRE



TECNO Garden

Profesionales
Hoy

TPI

La revista profesional dirigida al *garden center* y a los espacios verdes



Visita nuestra web:

www.tecnogarden.es

y suscríbete gratis a nuestro Newsletter





SUSTRATO SEMILLERO

Sustrato de la más alta calidad específico para la reproducción de plantas a partir de semillas o esquejes. El tamaño de las partículas de la turba y la perlita añadida le proporcionan una estructura y esponjosidad perfectas para una óptima germinación y posterior desarrollo de la raíz.

Contiene fertilizante orgánico compuesto en baja dosis, la más recomendada para el inicio de la propagación. Indicado para reproducir hortalizas, aromáticas, fresas, etc. ecológicas a partir de semillas, así como para la reproducción a partir de esquejes.

Disponible en 20 L. Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE nº 834/2007 y 889/2008. Control Ecocert SA F-32600



SUSTRATO HUERTO URBANO/SACO DE CULTIVO

Sustrato de alta calidad y con bajo contenido en turba, para un consumo más responsable y respetuoso con el medio ambiente.

El 30 % de fibra de madera asegura un desarrollo óptimo de la raíz. La fibra de madera "Forest Gold" ha sido desarrollada para la producción profesional de plantas y se está usando en estos mismos porcentajes por profesionales en todo el mundo. Contiene fertilizante orgánico compuesto.

Indicado para el cultivo ecológico de hortalizas, fresas, aromáticas, flores, etc. en macetas o en tu pequeño huerto urbano. Permite plantar directamente en el saco.

Disponible en 40 L. Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE nº 834/2007 y 889/2008. Control Ecocert SA F-32600



PINDSTRUP
www.poleplants.com

APTO PARA CULTIVO ECOLÓGICO

Sustratos de calidad profesional para tus plantas

¡ESTRENAMOS LÍNEA ECO!



Tres nuevos sustratos aptos para cultivo ecológico que completan el ciclo de cultivo de tus hortalizas, fresas, aromáticas, frutales, etc.

Sustrato Semillero: Para la siembra o reproducción por esquejes. Disponible en 20L

Sustrato Huerto Urbano / Saco de cultivo: Para tu huerto urbano, macetas, etc. O puedes plantar directamente en el saco. Disponible en 40L

Estiércol de Caballo: Úsalo como abono de fondo para tu huerta, frutales, arbustos etc. Disponible en 40L

¡BÚSCANOS EN TU CENTRO DE JARDINERÍA!



Producto utilizable en Agricultura Ecológica según el Reglamento CE nº 834/2007 y 889/2008. Control ECOCERT SA F-32600



PINDSTRUP

www.pindstrup.es



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

Valorar este año tan "peculiar" puede resultar un ejercicio difícil. En abril las expectativas eran pésimas, pero finalmente se ha podido cerrar el año con cifras muy positivas con respecto a las previsiones. La situación de alarma sanitaria nos ha enseñado a trabajar de otra forma, a superar obstáculos que ni conocíamos

PREVISIONES PARA 2021

Miramos el próximo año con un prudente optimismo. Es una evidencia que se debe seguir promoviendo y conservando la infraestructura verde y eso nos obliga, a su vez, a crear otra infraestructura: la del riego. Pero está claro que el estado de salud de la economía nos va a condicionar. La conciencia de jardín, tanto en el ámbito residencial como en el de las grandes áreas verdes ha aumentado y eso nos hace mirar el 2021 con optimismo.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Como hasta ahora, nuestra apuesta no se focaliza en un solo producto, sino en una solución global basada en nuestra insignia: "El Uso Inteligente del Agua".

En el 2021 vamos a seguir impulsando nuestra nueva gama de programadores (24v y 9v). También potenciaremos las toberas para difusor RVAN, que con una pluviometría de 15 mm/h en toda la gama, se convierten en una herramienta muy eficaz a la hora de diseñar un sistema y conseguir una eficiencia de riego óptima.

www.rainbird.es



PROGRAMADOR DE RIEGO ESP ME3

Cuarta generación del programador modular ESP M con alimentación a 220 v. Con base de 8 estaciones, es ampliable a 22 utilizando módulos de 3 y 6 estaciones combinándolos como interese. Es compatible con el módulo WiFi, lo que nos permite conectar el programador a una red WiFi y poderlo gestionar desde cualquier parte. Las mejoras clave con respecto a su antecesor son pantalla retroiluminada, menos posiciones del Dial de programación y más intuitivas, posibilidad de conectar a un caudalímetro.



PROGRAMADOR ESP LX-IVM

Supone un nuevo concepto en automatismos de riego, ya que comunicamos directamente el programador con las electroválvulas mediante solo dos hilos. Esto se traduce en un ahorro importante en cableado, conexiones, mantenimiento, etc. Electroválvulas equipadas con un solenoide inteligente que se comunican bidireccionalmente con el programador ESP LX IVM, del que se presentan dos versiones:




- ◆ ESP LX IVM: 60 estaciones, 10 programas de riego, 5MV...
- ◆ ESP LX IVM-Pro: 240 estaciones, 40 programas de riego, 10 MV...

Es tu Jardín.

TOMA EL CONTROL



Explora la más amplia línea de programadores del mercado

-  La mejor solución para cada necesidad
-  Programación sencilla e intuitiva
-  Control desde cualquier lugar



Visita rainbird.com/TakeControl-es para encontrar la mejor solución a cada necesidad.

041455 05/19

RAIN BIRD®



¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

Desde Batlle hacemos una valoración positiva del 2020, pese a empezar la que se preveía una campaña de éxito sectorial de forma traumática con el cierre en pleno inicio. El sector salió adelante a base de trabajo admirable y las normativas de permanecer en casa nos han beneficiado, ya que la sociedad ha sabido sacar positividad de la situación y todos los sectores que nos dedicamos al ocio doméstico hemos podido tener un 2020 de crecimiento.

PREVISIONES PARA 2021

Esperamos un 2021 de consolidación en una parte del crecimiento y que muchos nuevos consumidores vengan para quedarse.

Los nuevos hábitos, como el teletrabajo, nos auguran que las personas pasemos más tiempo en casa, lo que sin duda es positivo. Ser capaces de seguir dando valor y contenido será vital, igual que estar preparados para la exigencia del consumidor.

Sin duda confiamos en el 2021 como el año del huerto y jardín.

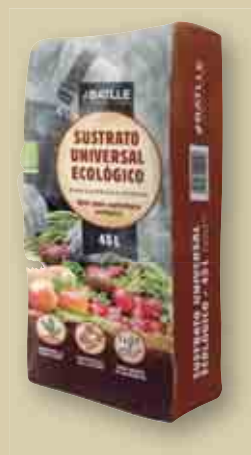
¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

Estamos preparando una nueva gama de producto, pensando en el nuevo target de cliente, que en estos meses hemos detectado como muy potencial. Una realidad que ya se venía produciendo, pero que la situación ha acelerado, haciéndonos ganar nueva cuota de mercado: un consumidor joven, exigente, con ganas de experimentar, y que se preocupa por el que y el cómo.

Queremos generar emoción con unos productos dinámicos, frescos y de resultado satisfactorio.



www.semillasbatlle.com



SUSTRATO ECOLÓGICO

El Sustrato Universal Ecológico Batlle es un sustrato formulado con materias primas de origen ecológico y sin aplicación de ningún componente químico, ofreciendo unas condiciones de cultivo excelente con un medio 100 % ecológico y natural.

La aportación de nutrientes con humus de lombriz y guano le confieren un excelente equilibrio nutricional para las plantas que garantiza su correcto crecimiento y desarrollo. Aumenta la fertilidad.

Para exterior e interior .



INSECTICIDA FRUTALES

Alta acción de choque contra las plagas de frutales.

Acción rápida por contacto e ingestión.

Fosdan 50P M es un insecticida organofosforado que contiene fosmet en forma de polvo mojable.

Actúa por contacto y por ingestión, con rápida acción contra la carpocapsa, psila del peral, mosca de la fruta, grafolita, anarsia, polilla de la aceituna, etc.

Para aproximadamente 20 L.

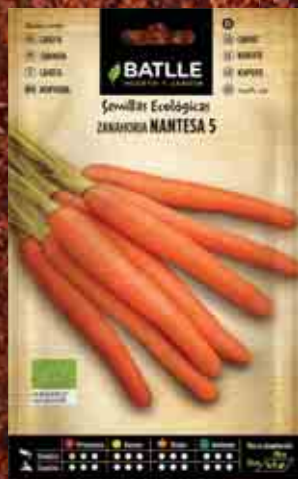
Es la hora de los tops ventas de otoño !!!

Y es el momento de reponer y reforzar toda la colección de los productos más vendidos de la estación: Semillas ecológicas de habas, acelgas, guisantes, espinacas, cebollas, rábanos, zanahorias, lechugas, etc.

En BATLLE tenemos los mejores productos para reforzar la salud y la fortaleza de tus ventas.



Que no falten en tus lineales...





¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE 2020?

2020 ha sido un año excepcional, especialmente en el sector de las empresas de máquinas de jardín y espacios verdes. La pandemia ha exigido una completa revisión de nuestro proceso de negocio para garantizar la salud de nuestros empleados mientras manteníamos el servicio a nuestros clientes. Como sector primario, mantuvimos nuestra actividad durante la pandemia acompañando a nuestros clientes en este año tan extraño. En STIHL hemos tenido el privilegio de incrementar nuestras ventas en un año cargado de incertidumbre.

PREVISIONES PARA 2021

Ante la incógnita de cómo evolucionará la pandemia en los próximos meses, abordamos 2021 como un año de consolidación en el que esperamos afianzar nuestro liderazgo en el sector. Llegarán nuevas máquinas de batería, cada vez más aptas para uso profesional. Seguiremos, por supuesto, apostando por la tecnología de los motores de dos tiempos en nuestras máquinas, como lo demuestra la nueva motosierra MS 400, la primera motosierra del mundo con pistón de magnesio.

¿CUÁL ES LA APUESTA DE PRODUCTO MÁS DESTACADA PARA 2021?

La próxima década habrá un fuerte desarrollo de máquinas de batería. Nuestra apuesta es desarrollar al máximo esta tecnología y seguir siendo líder en máquinas de gasolina. Nuestro objetivo, es que los profesionales tengan máquinas de batería que respondan a sus necesidades en el cuidado de espacios verdes y limpieza urbana. También apostamos por las soluciones inteligentes como la nueva generación de STIHL CONNECTED, que ofrece a las empresas una gran herramienta para optimizar al máximo la gestión de sus flotas.



www.stihl.es



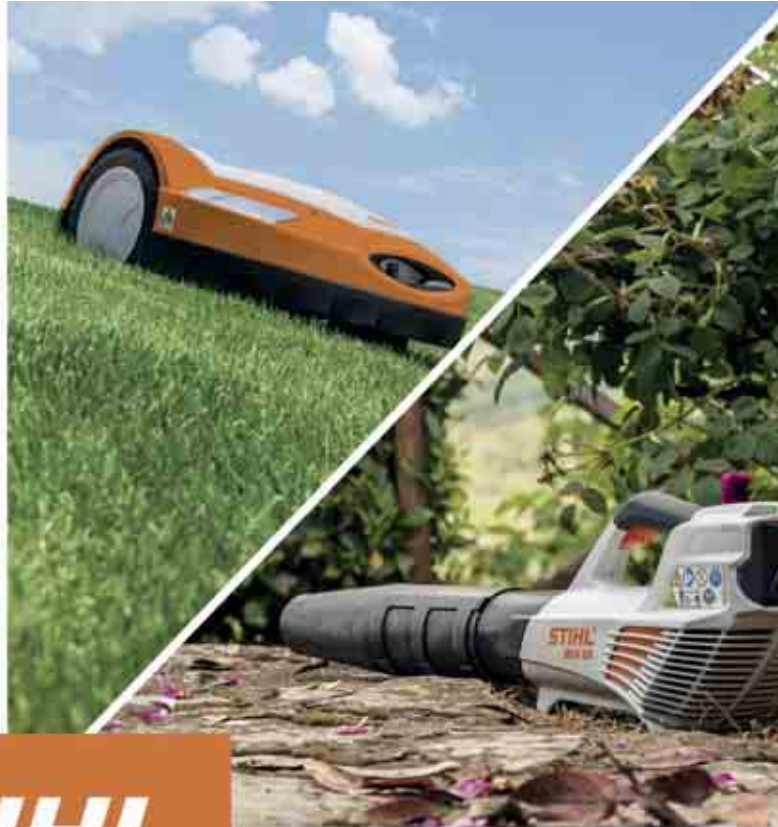
SOPLADOR DE BATERÍA BGA 200

El soplador de batería BGA 200 ha venido a revolucionar el sector de la limpieza viaria, la jardinería profesional y también el sector del olivar. Sus principales mejoras son un diseño mucho más funcional y un mando de control "joystick" ergonómico. Especialmente silencioso, el nuevo soplador BGA 200 es también muy ligero y potente, e incorpora funcionalidades para los más exigentes como 3 velocidades de trabajo, función turbo para las hojas húmedas pegadas al suelo hasta los restos de suciedad fáciles de eliminar y un tubo ajustable para dirigir el aire allá donde se necesite. Estas y otras prestaciones, convierten este soplador en la máquina ideal para espacios abiertos.



PODADORA DE ALTURA HTA 86

Esta podadora profesional está destinada a facilitar el trabajo profesional en el cuidado y mantenimiento de arbolado en zonas verdes. Diseñada con una empuñadura aún más ergonómica y una nueva barra telescópica con un ajuste fácil y rápido de la longitud (270 a 290 m). La batería centrada en el eje de transmisión mejora el equilibrio de la máquina y permite cortes más precisos ya que los giros por la fuerza del motor EC son compensados. Diseñada para rendir al máximo gracias a la salida constante de viruta, la podadora de altura de batería HTA 86 también incorpora otros elementos ergonómicos como el ajuste de cadena lateral, protección antideslizante.



STIHL



EL RENDIMIENTO MAS PERFECTO, DÍA A DÍA

Encuentra tu tienda especialista en



stihl.es



La parrilla de Juan Adán



*¿te gusta
la carne?*

Telf.: 914 167 653

C/ Santa Hortensia, 62

28002 Madrid

www.laparrilladejuanadan.com

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

Impulsando tu negocio desde 1997



El medio sectorial multicanal



Portal web GuíaVerde



Guía del Comprador



Redes Sociales



Emailing

Servicios para promocionar tu negocio entre profesionales



BANNERS



EMAILING & MAILING



PLANES de POSICIONAMIENTO



VÍDEO INFORMATIVO

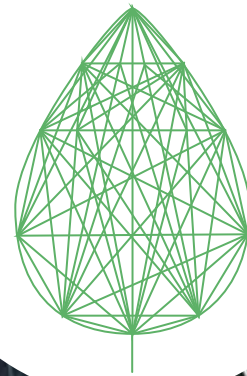


JORNADAS TÉCNICAS ONLINE

GRUPO JARDÍN

RED DE CENTROS DE JARDINERÍA INDEPENDIENTES A NIVEL NACIONAL

NUEVA CENTRAL DE REFERENCIAMIENTO
VENTAS Y SERVICIOS PARA CENTROS DE JARDINERÍA



¿QUIERES LLEVAR A TU NEGOCIO AL SIGUIENTE NIVEL?

NOSOTROS SOMOS TU MEJOR PARTNER

AFÍLIATE A GRUPO JARDÍN Y BENEFÍCIATE
DE INNUMERABLES VENTAJAS PARA TU CENTRO DE JARDINERÍA

12 RAZONES PARA AFILIARTE A GRUPO JARDÍN



¡CONDICIONES
DE ADHESIÓN
INMEJORABLES!

01 Disfruta de las mejores condiciones
y precios negociados a escala de grupo

07 Conserva la independencia de tu negocio

02 Conoce nuestra amplia selección
de proveedores referenciados

08 Descubre las tendencias y las novedades
del mercado

03 Sin compromisos de compra ni objetivos

09 Haz frente a la competencia y a las
grandes superficies

04 Accede a eficaces soportes de marketing
y comunicación

10 Obtén una zona exclusiva de explotación
comercial

05 Utiliza nuestro avanzado portal web

11 Creación de marca propia sin competencias

06 Aumenta tu clientela potencial y tu
posicionamiento online



12 Servicios personalizados para tu centro

Y MUCHO MÁS!

CONTACTA CON NOSOTROS
PARA MÁS INFORMACIÓN

www.grupo-jardin.com
comercial@grupo-jardin.com
+ 34 638 453 722

SÍGUENOS:

 @grupojardin_iberica
 @grupojardinibericaa

GRUPO
JARDÍN 