



PAISAJISMO

- Un espacio de integración entre el arte y la naturaleza
- Paisajismo, jardines y arte: una simbiosis perfecta

INFORMES

- Nuevo estudio de los efectos de la COVID-19 en la venta de flores y plantas
- Beneficios de las plantas durante el confinamiento
- Países Bajos, Francia, Portugal, Italia y Alemania, principales receptores de flor y planta española
- La venta de piscinas y barbacoas se prevé que aumentará más de un 50% este verano

REPORTAJES

- Tendencias en programadores de riego, con la opinión de los expertos

ENTREVISTAS

- Javier Gil-Vernet, director de Jardinarium
- Rosana Almuzara Bertolucci, arquitecta, paisajista AEP y gerente de Paisajismo Digital
- José Soto Pérez, gerente para España, Portugal y Marruecos de Nirit Seeds Ibérica

EMPRESA

- "Nuestros Huertos" de Compo, la nueva red de huertos comunitarios de España

Siempre preparados para la acción

Totalmente automáticos, un recogida de la manguera sin esfuerzo.

Además con las siguientes ventajas;

- Se puede colocar en cualquier lugar
- Recogida de la manguera sin esfuerzo
- Calidad garantizada y sin ningún mantenimiento

Realise your gardening dreams.

GARDENA
gardena.com

5 años de garantía
5 años de garantía
5 años de garantía

VEGETAL LIFE



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**[®]

... ¡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 de información

José Henríquez | jihenriquez@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.

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

M-27952-1993

Servicios Postales
TGIES



Distribución postal

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



Sumario

nº 225

Mayo 2021

TECNO Garden

Síguenos en:
www.tecnogarden.es



08 Actualidad

Últimas noticias del mundo de la jardinería y el paisajismo

16 Ferias

Paysalia 2021 regresa del 30 de noviembre al 2 de diciembre en Lyon Eurexpo

Fruit Attraction presenta un positivo ritmo de solicitudes

FIMA 2022, del 8 al 12 de febrero, inicia su estrategia para reunir a los profesionales del sector agrícola

20 Informes

Estudio de los beneficios de las plantas durante el confinamiento

Países Bajos, Francia, Portugal, Italia y Alemania, principales receptores de flor y planta española

Nuevo estudio de los efectos de la COVID-19 en la venta de flores y plantas

La venta de piscinas y barbacoas se prevé que aumentará más de un 50% este verano

28 Reportajes

Tendencias en programadores de riego, con la opinión de los expertos

36 Entrevistas

Javier Gil-Vernet, director de Jardinarium

Rosana Almuzara Bertolucci, arquitecta, paisajista AEP y gerente de Paisajismo Digital

José Soto Pérez, gerente para España, Portugal y Marruecos de Nirit Seeds Ibérica

42 Evento

“Nuestros Huertos” de Compo, la nueva red de huertos comunitarios de España



44 Tribuna

Treinta años de xerojardinería

45 Empresas

Sustratos “Made in Spain” con tecnología alemana

Grupo Fertiberia y Solex ponen en marcha un proyecto de para avanzar en sostenibilidad

Motosierra Stihl MS 400, la primera motosierra con pistón de magnesio

48 Novedades

Infertosa, paradigma de apoyo a la plantación sostenible

Osmocote 5, la última innovación de ICL

50 Artículo

Plantas poco comunes

52 Paisajismo

Jardín vertical en el Centro Cívico Tabacalera

Un espacio de integración entre el arte y la naturaleza

Paisajismo, jardines y arte: una simbiosis perfecta

58 Artículo

Paisajismo Digital, galardonada con el Premio Europeo de Tecnología e Innovación



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



Los programadores, el corazón de los sistemas de riego



La importancia del agua para flores y plantas, al igual que para la vida humana, resulta capital, al integrar los ecosistemas naturales y sostener la supervivencia en todo el planeta. Aunque el total del agua presente es relativamente constante, no lo es su disponibilidad. Estamos ante un recurso natural escaso y cada vez más valioso debido a los beneficios, servicios y funciones que aporta.

El agua es clave para sostener la biodiversidad y un recurso primordial frente al cambio climático: el calentamiento global provoca aumentos de sequías, lluvias torrenciales e inundaciones que producen migraciones, cambios en los ecosistemas y la desaparición de fauna y flora. Un mayor cuidado y el uso más responsable de esta contribuirá a mitigar sus efectos.

A nivel mundial, más de 330 millones de hectáreas cuentan con instalaciones de riego. La agricultura de regadío representa el 20 % del total de la superficie cultivada y aporta el 40 % de la producción total de alimentos en todo el mundo. Si hablamos de jardines, el agua embellece nuestros espacios verdes y aporta frescura, vitalidad y movimiento. Además, su valor conceptual, poético, artístico y sensorial tiene efectos incuestionables y de sobra conocidos en el ser humano. Por todo ello, conviene destacar la imperante necesidad de una mayor concienciación sobre la importancia de una gestión adecuada del agua, que evite el agotamiento de este recurso y el estrés hídrico.

Gracias al riego de precisión, hoy en día, se determina el mejor momento, la frecuencia y tiempo de riego adecuados en función de las necesidades específicas del cultivo, del suelo y de la climatología, entre otros factores. Dentro de las soluciones de riego, los programadores son el corazón del sistema. La variada gama de soluciones de programación disponibles son componentes clave en el uso eficiente del agua. Muchas son las empresas del sector dedicadas a la fabricación y el desarrollo de herramientas y tecnologías para el uso de agua que están comprometidos con el uso eficiente de esta, mostrando innovaciones que merece la pena destacar. Es por ello que, en esta edición de Tecnogarden, publicamos un exhaustivo reportaje sobre las tendencias y novedades en este tipo de producto, con la opinión de profesionales de primera línea del sector del riego.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

AECJ	Interior contraportada
BURES S.A.U.	23
COMPO	09
FERTILIZANTES NUTRIPLANT	4
FLORAGARD Interior portada	
GARDENA	Portada
GRAMOFLOR	19
INFERTOSA	13
LA PARRILLA DE JUAN ADÁN	25
PINDSTRUP MOSEBRUG	17
RAIN BIRD	Contraportada
SEIPASA	11
SEMILLAS BATLLE	07

¡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

NUEVO



4 TOP VENTAS

que enamorarán a tus clientes
y a tu cuenta de resultados



HUERTO PREMIUM
BABY LEAVES

HUERTO PREMIUM
TOMATES CHERRY

HUERTO PREMIUM
PIMIENTOS PICANTES

MINI HUERTO PREMIUM
FLORES COMESTIBLES



La nueva gama de Huertos Premium Batlle tiene un gran atractivo comercial por su original formato, la excelente relación calidad/precio y la exclusividad de su impactante diseño, que lo convertirán en el TOP VENTAS de la temporada.

Con los Huertos Premium Batlle, prepárate para reanimar tus ventas, enamorar a tus clientes y revitalizar tus beneficios.

La comunidad #yosoygardenista de Gardena, un proyecto divulgativo que suma



A nivel nacional, Gardena ha pasado a formar parte de este gran canal de comunicación, que le permitirá acercarse aún más a su público y a toda la comunidad que siente pasión por la jardinería, para poder transmitir la

identidad de la marca de una forma más directa e interactuar con ellos. Ahora, todos aquellos afines al sector de la jardinería, y sobre todo los #gardenistas, podrán disfrutar de esta nueva aventura de Gardena con presencia en Facebook @gardena.espana, Instagram @gardena_espana y Pinterest @Gardena_ESP.

Una iniciativa con fines divulgativos en la que la firma ha querido compartir información, contenidos de interés y alguna que otra sorpresa, porque, en

definitiva, la jardinería y el cuidado del jardín es para todos nosotros un estilo de vida. "Nos encantará que formes parte de este proyecto con tu participación, comentarios, ideas, opiniones y sugerencias, todo suma", destacan desde la firma.

Además, ha querido inaugurar y hacer partícipe a todos aquellos que sigan sus cuentas con la acción #yosoygardenista. Así, a través de su fácil y sencilla participación la marca reparte regalos ligados a la marca. Una nueva forma para Gardena de recompensar y agradecer la fidelidad de sus clientes y seguidores a través de las RRSS. Facebook: @gardena.espana Instagram: @gardena_espana. Pinterest: @gardena_ESP ●

La AECJ entra a formar parte del Observatorio del Comercio 4.0

"Queremos estar representados y presentes en la 'mesa del comercio nacional', hacernos oír y que la Administración conozca más del sector de los centros de jardinería". Así se expresaba Santiago González, director de la Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ), tras la adhesión de la entidad al Observatorio del

Comercio 4.0. Un paso más de la asociación, esta vez para caminar al lado de este reconocido grupo de trabajo, consultivo, asesor y de colaboración entre la Administración General del Estado y las organizaciones representativas del comercio y del ámbito de la economía digital, incluida la representación de los medios de pago en el entorno digital.



Fue creado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de octubre de 2018 (BOE 279 de 19 de noviembre de 2018) y está adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

El objetivo del Observatorio del Comercio 4.0 es servir de apoyo a los actores del sector en la comprensión de las dinámicas de la transformación di-

gital del comercio, afrontar los retos y orientar la formulación de las estrategias más adecuadas. En definitiva, el impulso y adaptación a las nuevas tecnologías.

Entre los objetivos específicos del Observatorio está el estudio, análisis y difusión de información periódica y sistemática sobre la situación de la transformación digital del comercio y su evolución, con el fin de conocer los cambios que se vayan produciendo en las tendencias de la demanda y la oferta comercial. Otro de los fines es servir de foro para proponer o analizar todas las iniciativas públicas y privadas que se desarrollen en el ámbito del Comercio 4.0, así como la identificación y ejecución de actuaciones de colaboración entre todos los agentes implicados. ●



Herbicida selectivo para césped

Acción sistémica:
Su formulación se absorbe por las hojas y se trasloca a otras partes de la planta

Controla las malas hierbas de hoja ancha más problemáticas

Dosificación de 2,5ml/1L de agua

NUEVO



Para un césped sano,
verde y libre de malas hierbas

www.compo.es



Foro Datagri y Demoagro sellan una alianza para crear la mayor comunidad agrotech del sur de Europa

El Foro para el impulso de la transformación digital en el sector agrario (Datagri) y la principal feria de demostración de maquinaria agrícola en campo de nuestro país, (Demoagro), han sellado una alianza para crear la mayor comunidad agrotech del sur de Europa.

Los eventos de referencia del sector agrario en materia de transformación digital y maquinaria establecerán sinergias para mejorar la transferencia de conocimientos entre todos los agentes de la red agroalimentaria. Todo ello, con el objetivo de sentar las bases de un modelo de producción más sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental. "Queremos sumar esfuerzos para multiplicar el im-



pacto de todas aquellas iniciativas de las que se pueden extraer aprendizajes significativos, poniendo en valor toda la innovación que está detrás de una producción de alimentos de calidad, sanos y seguros", han subrayado los miembros de los comités organizadores de ambos eventos.

El acuerdo se empezará a desarrollar en el presente año. La próxima

edición de Demoagro 4.0, que se celebrará de forma online durante el 15, 16 y 17 de septiembre, contará con un espacio para hablar de transformación digital coordinado por DATAGRI y la experiencia de Demoagro en ferias al aire libre se pondrá al servicio de la jornada de campo que tendrá lugar en la edición 2021 del Foro Datagri en Lleida (25 y 26 de noviembre). ●

JdC Garden Trends cancela su edición 2021

La feria JcC 2021 ha sido cancelada. A pesar del intenso trabajo con las autoridades para poder definir un formato de evento que permitiera su celebración a principios de junio en Marsella, desde la feria han manifestado haber tomado esta medida de precaución ya que "las condiciones sanitarias aún no son favorables

para mantener las Tendencias del Jardín JdC en óptimas condiciones". Y añaden que "ahora estamos centrando nuestros esfuerzos en la edición 2022 de JdC Garden Trends y esperamos verlos del 29 al 31 de marzo de 2022, para finalmente celebrar nuestro reencuentro".

A la espera del próximo encuentro, se ha invitado a los participantes continuar la selección de sus colecciones de 2022 con la nueva "base de datos de productos" de JdC Connect, publicada en el sitio JdC Garden Trends y que hace referencia ya a más de 2.000 nuevos productos de más de 320 proveedores/expositores. Se trata de una plataforma digital que

permite acelerar contactos y referencias entre compradores y proveedores. La plataforma, reservada exclusivamente para clientes de JdC Garden Trends. JdC Connect permite a través de un espacio personal y seguro, intercambiar información sobre productos, identificar nuevos compradores, iniciar debates sobre referencias y hacer reuniones de negocios.

En el ambiente agradable del Parc Chanot, la gama de producto de esta feria se centra en las áreas de jardinería, construcción, paisajismo y vida al aire libre. Incluye tanto plantas, semillas y herramientas de jardín como cercas, iluminación, elementos decorativos, piscinas y fontanas, muebles de jardín, barbacoas y muchos más. El evento también es acompañado por un programa de conferencias. El lugar es fácilmente accesible por transporte público. ●





Efectos
visibles en
1 hora.



Sin
Glifosato



Elimina las malas hierbas en tu jardín

Herbicida Natural

Efectos visibles a partir de 1^h hora. Biodegradable y Respetuoso* con los animales domésticos.

WINNER



German
Sustainability
Award 2021

Premio 2021 a la
empresa alemana
más sostenible

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



Distribuidor exclusivo de Neudorff Garden España

www.neudorff.es





Nueva legislación en materia de productos fitosanitarios para aumentar la calidad y seguridad de los alimentos

El Consejo de Ministros ha aprobado un real decreto por el que se establecen las condiciones de almacenamiento, comercialización, importación o exportación, control oficial y autorización de ensayos con productos fitosanitarios. Al mismo tiempo, modifica el Real Decreto 1311/2012, de 14 de septiembre, por el que se establece el marco de actuación para conseguir un uso sostenible de los productos fitosanitarios.

A propuesta de los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), de Sanidad y de Transición Ecológica y Reto Demográfico, este real decreto refuerza las medidas ya existentes en el Estado español en los ámbitos señalados, con especial incidencia en el terreno de la comercialización e introduciendo disposiciones pioneras

en el ámbito de la Unión Europea.

Así, contiene directrices para controlar el comercio ilegal vinculado a los intercambios internacionales; prohibir el comercio electrónico de productos fitosanitarios (salvo los de uso no profesional); e impulsar el uso obligado de un registro electrónico de transacciones y operaciones, en este caso a través de una aplicación informática centralizada en el MAPA que permitirá realizar la trazabilidad completa de la cadena de suministro.

Por lo que respecta al Programa de Control Oficial de Comercialización de Productos Fitosanitarios, el nuevo real decreto lo incorpora al Plan Nacional de Control de la Cadena Alimentaria.

Además, la norma regula el almacenamiento de los productos fitosa-

nitarios, tanto en las explotaciones agrarias como en las empresas de distribución, y actualiza la normativa referida a los ensayos con estos reorganizando a la vez las actuaciones de todas las autoridades competentes en la materia.

“Los productos fitosanitarios son mezclas químicas cuyo objetivo es proteger a los vegetales y sus productos de organismos nocivos que puedan poner en peligro la producción alimentaria y la disponibilidad de alimentos. Sin embargo, su utilización también puede tener efectos desfavorables para la producción vegetal y riesgos para la salud humana, animal y medioambiental. De ahí la necesidad de regular de una manera estricta su uso”, según fuentes del MAPA ●



Nuevo Sustrato Plantas de interior

Sustrato ideal para todo tipo de planta verde

Más información: www.infertosa.es





Europa Florece muestra su objetivo de impulsar la demanda de flor y planta

El sector productor y comercializador de flor y planta viva agrupado en Fepex ha puesto en marcha la campaña “Europa Florece: más vale una flor que mil palabras” que se desarrollará desde este mes y durante un año, en España y Alemania, con el objetivo de informar sobre los beneficios que aportan las plantas y flores e impulsar su consumo. Con un presupuesto total de 500.000 euros, financiada por la Comisión Europea y el sector, se desarrollará principalmente en redes sociales y plataformas digitales de televisión y video.

El principal objetivo de la campaña Europa Florece es poner de relieve

la influencia positiva de las plantas en el bienestar físico y psicológico de las personas como individuos y en sus diferentes ámbitos vitales: la casa, el trabajo, los lugares de ocio. Sus funciones biológicas esenciales —producir oxígeno, absorber dióxido de carbono— y la capacidad de muchas de ellas de filtrar sustancias nocivas dispersas en el ambiente tienen una repercusión directa en la calidad del ambiente y, con ello, en el estado de ánimo: su presencia relaja, reduce la ansiedad y el estrés, favorece la concentración y eleva el tono vital, según han demostrado diversos estudios académicos. En el plano inter-

personal, las plantas permiten expresar valores y sentimientos positivos como el amor, la empatía, el agradecimiento, la alegría, la solidaridad. El lema, ‘Planta vida’, anima a cultivarlas como una actividad lúdica con múltiples beneficios, que se explicarán en las distintas notas de prensa, así como en la web de la campaña.

Europa Florece tiene también como finalidad, impulsar la demanda de flor y planta en nuestro país y en Alemania, que es uno de los principales países de destino de la exportación española y también contribuir a la recuperación del sector productor y comercializa-



Más de 800 empresas de la producción y comercialización participan en esta campaña durante un año

desde este mes de abril. Con un enfoque digital, se desarrollarán un conjunto de acciones como publicidad en redes sociales y plataformas de televisión y video, dinamización de perfiles en redes sociales y una web. Se contará asimismo con un gabinete de prensa para la generación y difusión de notas de prensa y se producirán materiales promocionales para distribuir en viveros y centros de jardinería.

Acción conjunta el sector de flor y planta

Europa Florece es una respuesta conjunta del sector de flor y planta agrupado en Fepex, con presencia en las principales comunidades autónomas productoras y exportadoras. Forman parte de ella 8 asociaciones productoras y comercializadoras que integran más de 800 empresas y representan más del 76% de la producción y el 65% de la comercialización española de flores y plantas vivas.

Forman parte de la campaña la Asociación Andaluza de Viveristas y Floricultores, ASOCIAFLOR; la Asociación Profesional de flores y plantas de la Comunidad Valenciana, ASFPLANT; la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería, COEXPHAL; la Federación de Agricultores y Viveristas de Cataluña, FVC, la Asociación de Horticultura de Aragón, Rioja y Navarra, Apharns; la Asociación de Empresarios Viveristas de Galicia, ASVINOR; la Asociación de Cosecheros y Exportadores de Flores y Plantas Vivas de Canarias, ASOCAN y la Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ.

dor nacional tras haber sido uno de los más afectados por la COVID y en especial por el confinamiento derivado del estado de alarma, que supuso el cierre de los establecimientos de venta y en consecuencia la imposibilidad de comercializar la producción.

La campaña se ha presentado en el marco de la convocatoria extraordinaria de la Comisión Europea para programas de información y promoción de productos agrícolas dirigido a los sectores más afectados por la pandemia de la COVID-19 y cuenta por tanto con financiación comunitaria. El presupuesto asciende a 500.000 euros, aportado en un 85% por la Comisión Europea y el 15% restante por el sector.

Las acciones promocionales serán llevadas a cabo por la agencia B Ideas y tendrán un año de duración,

Plantas y flores de España

Los productos de la horticultura ornamental representan un 3,2% de la producción vegetal final de España, con una superficie cultivada que asciende aproximadamente a 5.300 hectáreas y con un valor de la producción nacional en origen de 1.000 millones de euros, siendo las principales Comunidades productoras: Andalucía, la Comunidad Valenciana, Cataluña, Canarias, Aragón, Galicia y Murcia. La rentabilidad social de la producción de plantas y flores vivas es muy elevada, dado el alto contenido en mano de obra que incorpora, generando alrededor de 40.000 empleos.

La producción española está focalizada principalmente en la planta viva o planta ornamental, que ocupa un 78% de la superficie española y más de la mitad de la producción.

En cuanto al comercio exterior, España es uno de los principales exportadores de la UE con una evolución positiva. En los últimos cinco años, de 2016 a 2020, las ventas españolas en el exterior crecieron un 35%, situándose en 442 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex. De las cuatro categorías en las que se estructura la exportación española, la planta viva es la principal, con 358 millones de euros exportados en 2020, un 31% más que cinco años atrás y dentro de la planta viva, la de exterior, interior, los árboles y arbustos y los esquejes son las más exportadas. Tras la planta viva figura la flor cortada, con 58 millones de euros, el follaje, con 19 millones de euros y los bulbos con 6 millones de euros. ●

Paysalia 2021 regresa del 30 de noviembre al 2 de diciembre en Lyon Eurexpo



La 7ª edición de Paysalia —exposición sobre paisaje, jardín y deporte— se celebrará en Eurexpo Lyon —centro de convenciones y exposiciones— del próximo 30 noviembre al 2 diciembre 2021 en Lyon Eurexpo, Francia. Como en cada edición se presentarán las novedades de empresas de Francia e internacionales relacionadas con los sectores de Biotecnología, Plantas, Plantas para jardín, Equipamiento y tecnología, y deportes. Una oportunidad de conocer de primera mano los últimos avances del sector en Francia y en Europa a través de iniciativas como el Fórum profesional, conjunto de ponencias y encuentros profesionales y el certamen Paysalia Innovations, que recompensa las novedades presentadas.

La edición de 2019 acogió a 741 expositores y casi 30.000 visitantes y

Paysalia 2021 se propone hacerlo aún mejor como un lugar donde compradores y vendedores se reúnen para hacer negocios y chatear entre iguales.

Coordinada de la mano de UNEP, Union Nationale des Entreprises du Paysage, (The French National Landscaping Businesses Trade Association), Paysalia tiene lugar, tal y como aseguran desde la feria, “para ayudar a todos en el sector paisajista a enfrentar nuevos desafíos y cambios, como la apertura de nuevos mercados (piscinas, ingeniería ecológica, paisajismo interior...); habilidades comerciales, capacitación y mejora de los niveles de habilidades de equipo; desafíos relacionados con el cambio climático, biodiversidad, ciudades verdes, etc.; adaptación a nuevos desafíos, como fuentes de energía bajas en carbono, digitalización, robótica, etc.

Perspectivas de crecimiento para el sector

Según fuentes de la feria, aunque el negocio del paisajismo cayó (- 6%) en los seis primeros meses de 2020 debido a la incertidumbre sobre el futuro y la crisis médica, volvió a repuntar en el segundo semestre (+3%). “En general, la facturación del sector cayó un 1,5% terminando con una nota positiva, impulsada por el repunte del mercado privado. Las perspectivas para 2021 son optimistas y las empresas se muestran confiadas. El 63% de las empresas afectadas por el empleo prevé contratar en los próximos seis meses. Paysalia contribuye a estas dinámicas como generadora de negocios para las empresas del sector”.

Oferta rica y diversificada

Para satisfacer las expectativas y necesidades del sector, Paysalia destacará varios temas que están de actualidad, como la diversidad, surgimiento de nuevos mercados y habilidades comerciales

Biodiversidad

Hoy en día, la biodiversidad es una de las principales preocupaciones, siguiendo los crecientes niveles de conciencia social sobre la necesidad de proteger el medio ambiente. Son las plantas las que permiten la biodiversidad, tanto como estructuras vivas como refugios para la fauna. El mal uso de los productos químicos, la gestión alternativa del espacio verde, la artificialización del suelo y demás problemas ambientales son desafíos que deben afrontar los paisajistas y Paysalia 2021 propone soluciones que funcionen.



Elisabeth Rull.

Nuevos mercados

El programa de renacimiento francés, lanzado en 2020, impulsa algunos mercados paisajismo como la forestación, la ingeniería ecológica o la agricultura y jardinería en los espacios urbanos y en los hogares son demandados por los ciudadanos y, a su vez, representan oportunidades para el sector. Paysalia 2021 abordará estas tendencias y ayudará a los profesionales a conocer más estos nuevos mercados.

Habilidades comerciales

Un desafío primordial es el conectar a los paisajistas con lo que la sociedad quiere. Para anticiparse a las necesidades futuras, las empresas de paisajismo tendrán que capacitar a su personal en nuevas habilidades. Tendremos que pensar profundamente en los fundamentos de nuestro negocio (conocimiento de suelos, reconocimiento de plantas), para hacer frente a los desafíos de la biodiversidad y adaptarnos a las innovaciones emergentes (robotización, dronización, digitalización) que requieren nuevas habilidades. En este sentido, la formación es otro de los temas que tendrán en Paysalia un gran protagonismo.

Carré des Jardiniers en el corazón de Paysalia

La VI edición de concursos Carré des Jardiniers simbolizará el sector paisajista en su conjunto. El tema de la edición de 2021 es "Un jardín para la vida amable que nutre el cuerpo y la mente". Un "must" en Lyon-Eurexpo, donde los visitantes podrán descubrir los jardines de los cinco finalistas y conocer quién será el ganador del codiciado título de Master Gardener 2021.

Minerales y plantas, un dúo en estrecha armonía

Desde 2017 el Salón de la piedra natural Rocalia —feria de la piedra natural— comparte temas complementarios con Paysalia. Instaurada en 2017, una oportunidad para que los visitantes y expositores de ambos salones se reúnan y discutan sobre los retos que comparten.

En los jardines, los conceptos "mineral" y "vegetal" están en comunión con el entorno. Para armonizar los paisajes de piedra y de plantas, los paisajistas necesitan considerar una serie de factores outdoor, como los colores, las líneas o el uso de los vacíos y las masas. En esto se basa la sinergia entre Paysalia y Rocalia, un encuentro entre dos sectores complementarios que comparten tanto. ●

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

Fruit Attraction presenta un positivo ritmo de solicitudes



Jose María Pozancos, director de Fepex.

Fruit Attraction y Fepex han presentado oficialmente, en formato virtual, las novedades más destacadas de la próxima edición presencial de esta feria internacional de frutas, hortalizas, planta y flor, que se celebrará del 5 al 7 de octubre, en Madrid.

El director de la feria, Raúl Calleja ha señalado que “el ritmo de solicitudes es muy positivo, tanto para las grandes como las medianas empresas”, y que la participación agrupada a través de espacios expositores de comunidades autónomas cuenta este año con un gran apoyo. Asimismo ha destacado que la celebración presencial va ir acompañada de la herramienta digital LiveConnect, puesta en marcha el año pasado tras el inicio de la pandemia de la COVID-19: “En paralelo al encuentro físico, la feria reunirá a toda la comunidad durante los 365 días del año a través de la plataforma Fruit Attraction LIVEConnect. Se trata de un ecosistema digital agregador de oferta expositiva, que ofrece además un marketplace de productos y servicios, una amplia red de contactos profesionales, oportu-

nidades de networking y negocio, además de servicios b2b online, chat, e-calls, y un programa permanente de jornadas, foros y debates sobre mercados internacionales y categorías de productos y servicios. Así, durante todo el año, Fruit Attraction LIVEConnect será el espacio que reunirá a destacados actores internacionales del mercado organizando jornadas y eventos comerciales por categorías de productos, segmentos del mercado, internacionalización”.

Por su parte, el director de Fepex, Jose María Pozancos, ha expresado

el compromiso del sector de frutas y hortalizas con la feria y con su celebración presencial, apuntando, además, que “Fruit Attraction sigue siendo el principal instrumento de promoción, además de contribuir a facilitar el comercio entre todos los actores de la cadena de valor”.

Pozanco ha trasladado también que el sector español ha registrado durante el estado de alarma un buen comportamiento tanto en exportación que ha subido un 7 % en 2020 respecto a 2019, como en la demanda, “ya que el consumo per cápita de frutas y hortalizas en el hogar se ha elevado un 14 % por el confinamiento y por la búsqueda de una dieta más saludable”.

El director de Fruit Attraction ha remarcado que uno de los grandes objetivos del encuentro es “abrir mercados para la exportación hortofrutícola” y que “la ocupación prevista será la de ocho pabellones, igual que en 2019”, en una edición que coincide con la declaración de 2021 como Año Internacional de las Frutas y Verduras por Naciones Unidas (ONU). Además, anunciado que en la cita de octubre uno de los productos estrella será el

La celebración presencial de Fruit Attraction va ir acompañada de la herramienta digital LiveConnect, puesta en marcha el año pasado tras el inicio de la pandemia de la COVID-19

aguacate y que “trabajan para impulsar su programa internacional de compradores”.

Asimismo, ha coincidido con Calleja al prever que “las grandes empresas del sector van a estar, porque hay ganas de feria”, destacando que se trata del primer salón del sector “que se celebrará de forma presencial en Europa” desde la crisis del coronavirus.

Ambos responsables de la feria han mostrado su confianza en que el ritmo de vacunación de la población europea e internacional, junto a los nuevos protocolos de seguridad e higiene adoptados en Ifema, permitirán retomar en octubre la tradicional exposición de la oferta de frutas, hortalizas, flores y plantas de Fruit Attraction: “Con un escenario sanitario europeo optimista tras el verano, ha llegado el momento en el que proveedores y comercializadores de frutas y hortalizas de todo



Raúl Calleja, director de la Fruit Attraction.

el mundo, vuelvan a reencontrarse en Fruit Attraction 2021 con operadores y retailers, bajo un mismo techo, en un entorno de trabajo seguro, de oportunidad comercial, para poner en valor toda la innovación, novedades y tendencias del mercado

mundial hortofrutícola y de toda su cadena de valor”.

En el mes de mayo se celebran las reuniones de elección de espacio, que se harán de forma telemática y, posteriormente, seguirá activa la solicitud de participación online. ●



PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

MATERIAS PRIMAS DE
CALIDAD GARANTIZADA

Con GRAMOFLOR tus cultivos siempre ¡PERFECTOS!

GRAMOFLOR

¡Calidad desde el principio!



Para más información
en www.gramoflor.com

Gramoflor Ibérica SLU · Boquella 1 · E-46640 Moixent (Valencia) Spain
Tel. + 34 96 295 4005 · Fax. +34 962 954 545 · info@gramoflor.es

Estudio de los beneficios de las plantas durante el confinamiento



La AECJ ha elaborado un resumen sobre el estudio "Particularidades de tener plantas en casa durante el confinamiento por la pandemia de Covid-19", encabezado por Luis Pérez-Urrestarazu, investigador de la Universidad de Sevilla y en el que han trabajado asimismo diversos analistas internacionales.

El objetivo del estudio ha sido doble. Por una parte, evaluar el impacto de tener plantas en casa durante el periodo de confinamiento por la pandemia del Covid-19, en el bienestar emocional de las personas, tomando en cuenta variables conductuales, sociales y demográficas. Y por otro lado, determinar las preferencias de los participantes acerca de las diferentes formas de introducir vegetación en ambientes de interior, comparando técnicas tradicionales y modernas.

Una proporción significativa de los 4.205 encuestados —de todo el mundo, pero especialmente de España, Grecia, Italia y Brasil, en un 57,4% residentes en grandes ciudades (más de 300.000 habitantes)— expresó emociones positivas acerca de tener plantas de interior y manifestaron dedicar más tiempo (que antes) al mantenimiento de las plantas.

Influencia significativa de las plantas de interior

El estudio revela que a pesar de que muchos hogares contaban con un número bajo de plantas de interior, la percepción de los encuestados mostró la fuerte creencia de que tener plantas dentro de casa produce un efecto beneficioso en su bienestar emocional (76,0 %). Solo el 20,8 % se declaró indiferente, y un porcentaje mínimo (3,2 %), dijo creer que

las plantas de interior no influyen en su bienestar emocional.

En España, el 72,4% de los encuestados estuvo de acuerdo en que las plantas de interior influyeron en su bienestar durante el confinamiento.

Más de la mitad de los encuestados (55,8 %) declararon que hubieran preferido tener más plantas en su casa durante el confinamiento. En sentido inverso, el 60,3% declararon no estar dispuestos a aumentar el número de plantas una vez finalizado el periodo de confinamiento. Del mismo modo, el 75,2% expresaron su reticencia a invertir en la compra de plantas durante el periodo de confinamiento de la pandemia. Cabe destacar que el 52 % declaró dedicar más tiempo al cuidado de las plantas en casa durante el periodo de confinamiento y el 62,5% expresó su deseo de dedicar más tiempo

al cuidado de las plantas en casa una vez que se reanuda la normalidad.

Asimismo, solo el 3,3% de los encuestados declararon no tener plantas de interior en su casa. Sin embargo, había una clara preferencia por las plantas de exterior en lugar de las de interior, en forma de jardines delanteros, balcones, patios y terrazas. A pesar de ello, el análisis estadístico de los datos reveló una influencia significativa de las plantas de interior en el estado emocional que declararon. En cambio, aunque tener más plantas de exterior no parecía afectar el estado emocional de los encuestados, esto podría atribuirse a la interacción positiva heredada entre el espacio exterior (independientemente de tener plantas o no) y la mejora del estado de ánimo.

La mayoría de los encuestados (73,7 %) se manifestaba de acuerdo en que tener vegetación en casa contribuía positivamente a su estado de ánimo durante el período de confinamiento, en tanto que solo el 3,5% estaba en desacuerdo. Esto se ve reforzado por la frecuencia de emociones positivas reportadas (calma, optimismo y alegría) y negativas (estrés, tristeza, miedo y depresión) durante la crisis de COVID-19 entre los que tienen muchas (más de 7 plantas), algunas (3-7 plantas) y ninguna o muy pocas (menos de 3) plantas de interior en casa.

Un porcentaje similar creía que, en general, tener plantas dentro de casa era favorable para su bienestar psicológico. En este sentido, cuando las personas informan de una mejora general de su bienestar cuando hay plantas de interior, en realidad están experimentando las manifestaciones fisiológicas de los efectos psicológicos, de forma similar a las influencias del entorno natural sobre las partes subconscientes del cerebro de una forma que no se puede describir fácilmente.

Múltiples mecanismos y vías causales

La producción de beneficios para la salud mental resultante de la interacción entre los seres humanos y la naturaleza puede producirse a través de múltiples mecanismos y vías causales, incluida la reducción del estrés o el refuerzo de las capa-

dades cognitivas. Los efectos positivos producidos por la presencia de plantas de interior pueden atribuirse al aspecto visual de las plantas, ya que las respuestas afectivas a estímulos visuales que se consideran estéticamente agradables podrían contribuir a liberar la tensión.

En un estudio citado (Hennigan, 2010) los hombres se veían más afectados positivamente por la vegetación de interior que a las mujeres. Sin embargo, la introducción de plantas de interior con flores ejercía un efecto más positivo en las mujeres.

No se detectaron diferencias de género respecto a la influencia positiva de las plantas de interior en el estado emocional de los encuestados durante la crisis de salud.

Grupos de edad

En cuanto a los grupos de edad, aunque las personas mayores dijeron sentir emociones negativas con menos frecuencia, reconocieron una mayor influencia positiva de las plantas de interior en su bienestar emocional. Más concretamente, mientras que el 84 % de los encuestados de 66- 80 años estaban de acuerdo en que la vegetación en el hogar ayudaba a su bienestar emocional, sólo el 70 % de los encuestados de menos de 40 años expresaban la misma opinión.

Cita un estudio (Ambrose y otros, 2020) que revela que las mujeres que practican jardinería doméstica experi-

mentaban un mayor bienestar emocional, lo cual también aplica en las mujeres con bajos ingresos.

La mitad de los participantes pasó más tiempo cuidando las plantas en casa durante el periodo de reclusión, lo que puede estar relacionado con el hecho de haber contado con más tiempo libre, pero también con los efectos beneficiosos que proporciona atenderlas.

Mitigar el aislamiento social

Lades y otros (2020) señalaron que la jardinería es una de las actividades más eficaces para mitigar los efectos desagradables del aislamiento social por la COVID-19 en el bienestar emocional de las personas. El mantenimiento de las plantas se puede considerar no solo una actividad agradable sino también una forma de centrar la mente en una tarea específica, desviando así la atención de la situación y ayudando a suprimir las emociones negativas. De hecho, se ha informado que mantener y atender las plantas inducen percepciones de alivio del estrés/presión, mejora la capacidad de pensar, la felicidad y reduce el temor (F. Liu, 1999). Tal vez por esta razón, la jardinería ha sido identificada como una de las actividades que muestran una mayor influencia positiva en el bienestar emocional.

Otros servicios ecosistémicos

Los beneficios para la salud mental suelen coincidir con otros servicios ecosis-



témicos (Bratman y otros, 2019), como la mejora de la calidad del aire en el interior o el confort térmico (es decir, la absorción de elementos y compuestos volátiles nocivos, el aumento de la humedad y la disminución de la temperatura en la vivienda), que a su vez también afectan a las respuestas emocionales debido a su relación directa con el estado físico de las personas (por ejemplo, dolores de cabeza, irritación de garganta, etc.). Además, se ha observado una reducción de la mortalidad general, especialmente por enfermedades del aparato circulatorio, en quienes viven en espacios con plantas de interior (Mitchell y Popham, 2008).

Experiencias estéticas

Varios estudios señalan que las plantas contribuyen a la recuperación psicológica al actuar como elementos visuales del entorno que evocan experiencias estéticas y mantienen la atención (Bringslimark y otros, 2009). Para potenciar eficazmente este efecto, las preferencias de los ocupantes y el impacto visual general de la disposición de las plantas puede desempeñar un papel importante (Park y otros, 2008). Este protagonismo visual depende del tipo de elemento vegetal (flor cortada o planta en maceta, verdes o de flor, etc.), el número y el tamaño de las plantas, y su ubicación respecto al observador. El tipo de plantas y la especie determinan propiedades como el color y la forma de las hojas y tienen implicaciones en la cantidad de vegetación que se percibe realmente (Bringslimark y otros, 2009).

El uso de plantas que muestran más flores puede promover emociones positivas (Adachi y otros., 2000) y parece tener un mayor impacto positivo en comparación con las plantas verdes, ya que influyen en el alivio del estrés, la tolerancia al dolor y el atractivo percibido del ambiente (Bringslimark y otros, 2009). Las plantas de color verde amarillento y verde fresco pueden aumentar el confort y la calma, mientras que las plantas de color blanco verdoso pueden estimular emociones negativas (Elsadek y otros, 2017).

El estudio revela, entre otros datos, que a pesar de que muchos hogares contaban con un número bajo de plantas de interior, la percepción de los encuestados mostró la fuerte creencia de que tener plantas dentro de casa produce un efecto beneficioso en su bienestar emocional (76,0 %).

Volumen en relación con el espacio

Tener muchas plantas de interior que ocupen un gran volumen en relación con el espacio disponible puede dar lugar a una simulación de la naturaleza exterior en condiciones de interior (Bringslimark y otros, 2009). En el estudio, la cantidad de vegetación en el interior de la casa sin duda afectaba la percepción de su efecto positivo en el estado emocional: el 88,5 % de los que tenían muchas plantas de interior estaban de acuerdo con esta opinión, frente al 73,3% de los que tenían pocas plantas de interior. Además, cuando se les ofrecieron diferentes escenarios (en imágenes) con niveles crecientes de vegetación interior, más de la mitad de los participantes seleccionaron la opción sin plantas como la menos preferible. Al mismo tiempo, el 55,8 % declararon que habrían preferido tener más plantas en casa durante el periodo de confinamiento, aunque esto disminuye con la edad. Por el contrario, la preferencia por tener más plantas en casa era mayor para quienes declaraban un menor bienestar emocional.

Cambio de percepción

Durante el estresante período del confinamiento, la influencia positiva de las plantas dio lugar a un cambio en la percepción respecto a la contribución beneficiosa de las plantas al bienestar

emocional. Cabe destacar que casi el 40% declaró que su motivación para tener plantas en casa había cambiado a favor de aumentar el número de plantas de interior.

Aparte del hecho de que la gente pasaba más tiempo en casa durante el confinamiento, esta motivación también podría estar influida por el tiempo disponible para cuidar de sus plantas durante ese periodo.

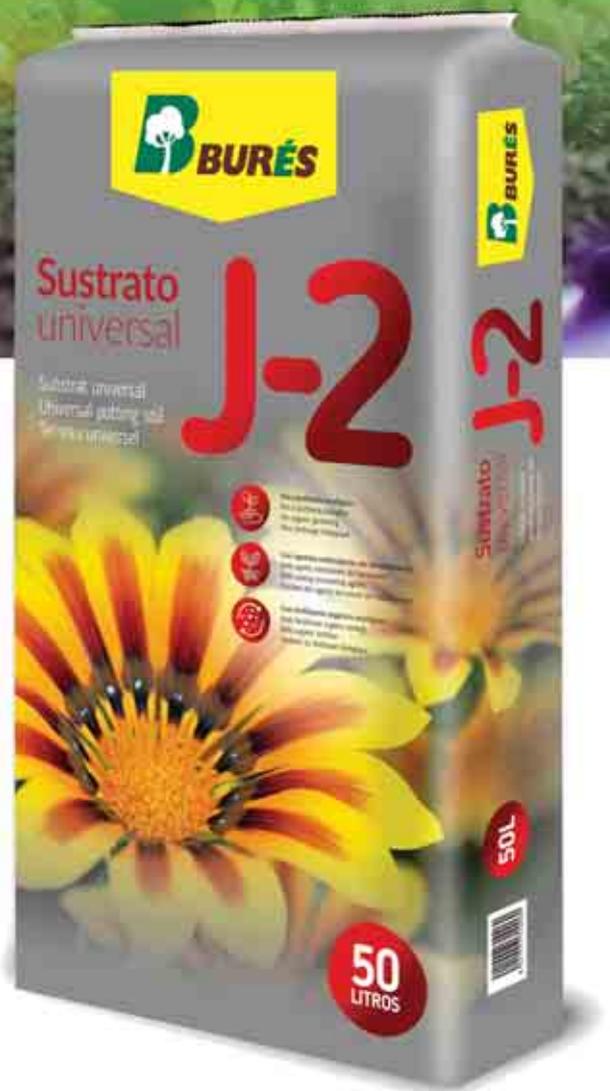
No obstante, los encuestados se mostraron reacios a comprar plantas durante el confinamiento, aunque no estaba claro si esta reticencia era el resultado de una falta de voluntad o se debía a otras razones, como las dificultades de transporte, el miedo a estar en contacto con otras personas, la reducción de sus ingresos junto con la inseguridad respecto a futuras oportunidades de trabajo, que hacían de la compra de plantas ornamentales un lujo inoportuno.

De todas formas, el cambio en la percepción de los participantes sobre los beneficios de tener plantas en casa puede generar una motivación para incrementar la compra de plantas después de la crisis.

Fuentes: Universidad de Sevilla (España-Luis Pérez-Urrestarazu), Hellenic Mediterranean University (Creta), Universidad de Génova y la Universidad Federal Rural de Pernambuco (Brasil). Resumen elaborado por la Asociación Española de Centros de Jardinería. ●



SUSTRATO UNIVERSAL J-2 ECOLÓGICO



Ideal para plantas de
jardín y terraza



Especial para trasplante en
macetas e hidrojardineras



Sustrato natural, ligero
y de fácil manejo

**Todas tus plantas sanas,
fuertes y bonitas**

936401608
bures@buressa.com
www.buressa.com

Países Bajos, Francia, Portugal, Italia y Alemania, principales receptores de flor y planta española



Países Bajos, Francia, Portugal, Italia y Alemania han sido los principales destinos de la exportación española de flor y planta viva en enero de 2021, representando el 72% del total exportado en ese mes, que se situó en 23,8 millones de euros, la misma cantidad que en enero de 2020. Las ventas de flor y planta viva a Países Bajos en enero de 2021 se han situado en 5,5 millones de euros, un 2% menos que en el mismo de 2020, a

Francia se situaron en 5,3 millones de euros, un 9% menos y a Portugal totalizaron 3,4 millones de euros, un 14% menos.

Frente a estos descensos, las exportaciones a Italia y Alemania registraron un fuerte crecimiento del 19% en el caso de Italia, con 2 millones de euros y del 21% en el caso de Alemania, totalizando las ventas a este país 1,07 millones de euros, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por FEPEX.

Alemania es uno de los mercados tradicionales de la exportación española de flor y planta viva, con interesantes perspectivas de crecimiento. En 2020, las ventas a este país se situaron en 43 millones de euros, un 40% más que en 2019, con una evolución ha sido positiva en los últimos años. En 2015 la exportación española de flor y planta viva al mercado alemán fue de 23,8 millones de euros, en 2016 subió a 28,3 millones de euros, en 2017 se situó en 26 millones de euros, en 2018 fue de 27,5 millones de euros y en 2019 se elevó a 30,6 millones de euros.

Por ello, Alemania será uno de los países de destino, junto con el mercado nacional, de la campaña de promoción del consumo de flor y planta viva que pondrá en marcha FEPEX junto con las asociaciones integradas, desde abril y hasta marzo de 2022. “Europa Florece” es un programa de promoción simple, aprobado por la Comisión Europea en el marco de la convocatoria de ayudas extraordinarias a la promoción para paliar los efectos de la COVID en los sectores agroalimentarios, cuyo objetivo es promover el consumo de flor y planta en los mercados de España y Alemania y ayudar a recuperar las condiciones normales de mercado antes de que comenzara la pandemia. La línea básica de comunicación de la campaña es concienciar a los consumidores de los beneficios físicos y emocionales que las plantas y flores aportan a nivel personal y en los distintos espacios y entornos vitales. **Fepex** ●

*La parrilla de
Juan Adan*



*¿te gusta
la carne?*

Telf.: 914 167 653

C/ Santa Hortensia, 62

28002 Madrid

www.laparrilladejuanadan.com

Nuevo estudio de los efectos de la COVID-19 en la venta de flores y plantas

A finales de febrero de 2021, la agencia de investigación Motivacion estudió los efectos de Covid-19 en la venta de flores y plantas por segunda vez en nombre del Consejo de Flores de Holanda. El estudio volvió a centrarse en los consumidores de Alemania, Francia, los Países Bajos y el Reino Unido. La conclusión fue que, en tiempos difíciles, el gasto en flores y plantas no están entre los primeros de la lista si se trata de reducir para economizar.

Resultados de la investigación

Los hallazgos más notables de la investigación a finales de febrero en comparación con el primer estudio a finales de 2020 son que las flores y las plantas siguen siendo importantes durante los encierros, la crisis ha venido a demostrar que todavía hay mucho aprecio por los productos, aumentan las en-

tregas a domicilio de flores y plantas para ser dueños de casa y de otros, hay una visión más positiva de la situación financiera personal, la mayoría de los encuestados están comprando la misma cantidad de flores para sí mismos.

Las flores y las plantas son importantes durante los encierros

A finales de 2020 Motivacion preguntó a los encuestados si estaban de acuerdo en que las flores y las plantas hacen que el ambiente en casa sea mucho más agradable cuando estás pasando tanto tiempo en casa. El 60% estuvo de acuerdo. El estudio reciente exploró el efecto de las flores y las plantas tanto en el medio ambiente vivo como en el ambiente de trabajo en el hogar en mayor profundidad. El 62% ahora indica que su entorno vivo es más agradable con las flores, y el 61% siente que este es

también el caso de las plantas. El 51% indicó que las flores iluminan el ambiente de trabajo en el hogar, y el 52% siente que las plantas tienen un efecto positivo al trabajar desde casa. Esta cifra es del 57% para los millennials (nacidos entre 1985 y 2000).

Flores y plantas mejoran la atmósfera

Si miramos nuestro grupo objetivo principal, el Explorador Estético, esta cifra es del 77% tanto para flores como para plantas. Esta cifra es un 10% más alta en promedio que lo que los consumidores estaban reportando antes de la pandemia. Lo que es notable es que los consumidores franceses y británicos están más inclinados a reconocer que las flores mejoran el ambiente en casa (67%) y decir que están cuidando mejor sus plantas domésticas y plantas al aire libre durante la crisis. Los consumidores



en Alemania informaron proporcionalmente ligeramente más que su entorno de trabajo se hace más agradable por las plantas domésticas (57%).

Más entregas a domicilio de flores y plantas

Casi una cuarta parte de los consumidores dijeron que habían comprado flores (23%) o plantas (24%) en línea por primera vez desde el inicio de la pandemia. Este es un pequeño aumento en comparación con el primer estudio. El 20% ha tenido flores entregadas a su casa desde el inicio de la crisis, y el 26% lo hizo con plantas. El 25% de los encuestados ha entregado flores con más frecuencia que antes de la pandemia. Esta cifra es del 24% para las plantas.

Más tiempo en casa, más flores y plantas

Aproximadamente la mitad de los encuestados están muy contentos de que floristas y centros de jardinería están ofreciendo entrega a domicilio; en el Reino Unido esta cifra es tan alta como el 61%. El 28% de los encuestados dijo que está comprando flores más a menudo porque están más en casa, y el 27% dijo lo mismo sobre las plantas. Esto también es un ligero aumento en comparación con finales de 2020. Aquí de nuevo estamos viendo que los millennials responden más

positivamente que el promedio. Piden en línea más a menudo, y también compran más que el promedio.

Más positivo sobre la situación financiera

En el momento del segundo estudio, el 66% de los encuestados dijo que su situación financiera aún no había cambiado, en comparación con el 68% a finales de 2020. El 65% indicó que tampoco espera que esa posición cambie en los próximos seis meses (frente al 63% a finales de 2020). El 20% informó que su situación financiera ya se ha deteriorado, y el 15% informó que espera que esto suceda en los próximos seis meses (19% a finales de 2020). Por lo tanto, las perspectivas son generalmente más positivas que a finales de 2020.

Los millennials más optimistas en promedio

Los consumidores franceses siguen siendo los menos optimistas sobre su futura situación financiera: el 19% de los encuestados franceses espera que su situación financiera se deteriore en los próximos seis meses. El grupo de investigación de millennials de los cuatro países era más propenso que el promedio a informar que su situación financiera ha mejorado (15%). Y el 19% piensa que mejorará en los próximos seis meses (frente al 13%).

Finanzas en relación con las compras de flores y plantas

En base a su situación financiera prevista para los próximos seis meses, el 63% (61% anteriormente) de los encuestados dijo que compraría tantas flores para sí mismos, y el 64% como un regalo (60% anteriormente). El 11% de los encuestados tiene la intención de comprar este producto con más frecuencia, tanto para ellos como para otros. Aquí también vemos diferencias entre los países y las generaciones.

Diferencias entre países y generaciones

Los holandeses y los franceses están más inclinados que la media a informar que

gastarán menos, mientras que los millennials han indicado que comprarán flores con más frecuencia. Esto es lo mismo que a finales de 2020. En el Reino Unido la intención de compra parecía estable en el momento de este estudio, mientras que vemos una pequeña cantidad de crecimiento en Alemania. Para plantas domésticas y plantas de jardín vemos las mismas tendencias que con las flores cortadas.

Un riesgo pequeño

Los cambios negativos en la situación de las finanzas personales de los consumidores representan un riesgo para el sector. Sin embargo, al igual que en noviembre de 2020, consideramos que este riesgo es pequeño. No solo por el porcentaje de personas que indican que gastarán menos, sino también por los sentimientos positivos en torno a las flores y plantas durante la crisis del Covid-19. Seguimos convencidos, quizás incluso más que el año pasado, de que el gasto en estos productos -en promedio- no será lo primero que se abandone en tiempos difíciles. Por el contrario, las flores y las plantas traen alegría y positividad en tiempos difíciles.

Antecedentes de la investigación

La encuesta de Motivaction fue una repetición de la encuesta de octubre/noviembre de 2020. En febrero, cuando se llevó a cabo la encuesta actual, los floristas holandeses pudieron vender sus productos fuera de su tienda y los centros de jardinería fueron cerrados. En Alemania, los floristas y los centros de jardinería estaban cerrados, excepto en Renania del Norte-Westfalia y Essen, mientras que en el Reino Unido los centros ajardinados estaban abiertos y los floristas estaban cerrados. Los consumidores franceses, a menudo acostumbrados a ir de compras por la noche, tuvieron que tener en cuenta un toque de queda que surtió efecto a partir de las 6 p.m. En todos estos países era posible pedir flores y plantas en línea, y clic & recoger también estaba permitido. **Fuente: Flower Council**





La venta de piscinas y barbacoas se prevé que aumentará **más de un 50% este verano**

La llegada de la primavera y el buen tiempo anticipa la compra de piscinas y barbacoas. Según datos de Comafe (Cooperativa Madrileña de Ferreteros), se estima que este verano la venta de piscinas y barbacoas aumente más de un 50% respectivamente en España en relación al año 2020. Con la llegada del Covid-19 y el confinamiento el verano pasado, solo la venta de piscinas aumentó más de un 75%, llegando a agotar existencias.

La incertidumbre sobre las fechas en las que se cambiarán las restricciones de movilidad y se podrá viajar, así como los cierres y cambios de aforos de la hostelería, unido a la falta de stock

del año pasado, ha hecho que los españoles más previsores hayan lanzado a acondicionar sus jardines y terrazas para disfrutar del buen tiempo de la mejor manera posible.

Piscinas más grandes y de mayor calidad

Además, las previsiones señalan que se va a realizar una mayor inversión destinada a las piscinas, con un crecimiento del gasto respecto al año anterior de entre 150 y 200 euros más de media en la compra de una piscina familiar de superficie (las más demandadas). Se espera también que se opte por piscinas de mayor calidad y de mayor tamaño, pasando a ser el doble, de 4.000 a

8.000 litros, con estructuras más sólidas y depuradoras más potentes que facilitan que el agua esté siempre en perfecto estado.

Asimismo, el mayor uso de estas piscinas hará que aumente más de un 60% la venta de productos para el mantenimiento de las mismas: sal, cloro, estabilizadores de PH, robot limpia fondos, depuradoras, accesorios de piscinas escaleras, duchas, lonas, calentadores, suelos de jardín, césped artificial y ocultación para preservar la privacidad, etc. Como novedad, los spas adoptados a pequeños espacios también están ganando terreno y se espera que sus ventas tengan un crecimiento de más de un 500%.

Barbacoas de más calidad y de gas

En cuanto a las barbacoas, también se estima que aumenten su venta un 50% este verano, para disfrutar con la familia conviviente, y en previsión de que se levanten las restricciones de reuniones familiares en la época estival. Además, se prevé que incremente la venta de aquellas de mayor calidad en sus materiales y las de gas. La venta de unidades móviles de carbón y leña siguen siendo mayoritarias, pero las de gas también han aumentado significativamente y ya suponen un 9% de las ventas en el mercado, ya que permiten una mayor limpieza al cocinar y menos humos. Todas ellas son portátiles, corresponden a un 95% de las ventas, y solo un 5% son barbacoas fijas (de obra y construcción).

Consejos para cuidar las piscinas

José Manuel de la Paz, director de ventas de Comafe, señala algunos consejos para cuidar las piscinas:

❖ **Agente desinfectante.** Para mantener unas condiciones óptimas del agua de la piscina es esencial utilizar unos niveles de algún agente desinfectante. El más conocido y utilizado es el cloro, en múltiples formatos: en tabletas, granulado, de disolución rápida, de disolución lenta, tratamientos de choque, etc. Pero también tenemos otras opciones como el oxígeno en tabletas, o el clorador salino. Para este último se necesita añadir sal de piscina al agua, y el clorador la utilizará para producir el agente desinfectante, en este caso hipoclorito sódico. En cualquier modo, son sustancias de naturaleza química oxidante, que basan su acción desinfectante en esta propiedad.

❖ **Antialgas.** Es necesario añadir también un agente específico antialgas



para prevenir la formación de estas en las paredes o en el fondo de la piscina.

❖ **Correctores de pH.** Dentro del mantenimiento básico es importante que el agua esté dentro de unos niveles de pH correctos. Primero, porque de este pH va a depender en gran medida la acción correcta del resto de los elementos químicos de mantenimiento. Segundo, porque dependiendo del tipo de agua de la zona: aguas más blandas o más duras, las variaciones de pH pueden afectar a la solubilidad de las sales e iones que el agua normalmente lleva disueltas, y generar problemas de incrustaciones o turbidez.

❖ **Accesorios.** También es clave contar con elementos como los recoge-hojas, para eliminar hojas o insectos que puedan caer al agua; cepillos, para limpiar la línea de nivel de agua; o limpiafondos, para limpiar las partículas que van sedimentando de forma natural en el suelo o por el uso de floculantes.

❖ **Elementos químicos,** como floculantes o desincrustantes solo de-

berán emplearse en caso de necesitarlo expresamente.

Cómo elegir una buena barbacoa

Para elegir una buena BBQ, las características dependen de la necesidad del cliente, pueden venir marcados por diferentes factores, tal y como explica José Manuel de la Paz:

❖ **Portátil o Fija.** Si se necesita una barbacoa para un uso ocasional, por ejemplo, dos veces al mes y en temporada de verano es recomendable optar por barbacoas portátiles. En cambio, si el uso va a ser más intenso y durante todo el año es mejor contar con una barbacoa de obra, ya que facilita la salida de humos y su mantenimiento y limpieza es sencillo.

❖ **Tamaño.** Se ha de elegir en función del número de comensales.

❖ **Tipo de combustible.** Vegetales, leña y carbón son las principales. Es clave contar con materiales de calidad, hierro fundido y acero inoxidable. Si dispone de doble parrilla mejor, para así poder modificar la altura según el alimento, su ventaja principal es el buen sabor que la madera transmite al asado. La opción de gas es muy interesante, ya que supone menos cantidad de humos, mejor control del fuego y de la temperatura, así como facilidad de limpieza y encendido. ●

Se incrementará la venta de las barbacoas de mayor calidad en sus materiales y las de gas



Tendencias en programadores de riego

Un programador de riego es un dispositivo —analógico o digital—encargado de automatizar el aporte de agua al jardín o zona verde y minimizar, con ello, la necesidad de la actuación humana. Además, incrementa las posibilidades de incorporar nuevos parámetros al riego a partir de los datos recogidos por sensores de humedad, de viento, etc.

Suelen contar con programas prefijados, lo que simplifica su manejo, o se pueden configurar manualmente. Normalmente los programadores tienen una pequeña pantalla y unas teclas para introducirle las órdenes. Así, un riego se puede programar:

- ❖ Por momento de inicio y duración. Se introduce en el programador la hora exacta a que se quiere comenzar a regar y el tiempo que se quiere alargar la labor, ya sean minutos u horas.

- ❖ Por momento de inicio y momento de finalización. Se le indica al

programador la hora a que debe comenzar el riego y la hora a la que debe terminar.

- ❖ Por momento de inicio y volumen. El programador comenzará a regar a la hora que se le indique y durante el tiempo necesario para aportarle al sembrado un volumen de agua fijado. Para ello el programador debe recibir información del contador.

- ❖ Por momento de inicio, duración máxima y volumen máximo. Esta es la opción de programación más abierta. Se puede marcar una duración y un volumen. A lo primero que se llegue será lo que cierre el riego y el otro valor no se alcanzará.

- ❖ Por periodicidad. Consiste en programar el riego para un periodo de tiempo entre dos fechas, seleccionando días y horarios. Por ejemplo, entre el 1 de julio y el 31 de agosto, regar los lunes, miércoles y viernes, de 8 a 10 de la mañana y de 20 a 22 de la tarde.

Evolución y demanda

La manguera como solución para mantener regada una determinada superficie, ya sea una pequeña parcela o una gran finca, ya quedó atrás y la tecnología del programados se ha aplicado para la tarea del riego, en busca de una mayor calidad, eficiencia y seguridad para el mantenimiento de la superficie en la que se instala. Sin embargo, Sylvain Châtelain, jefe de producto de Hozelock explica que, en general, los controladores de riego siguen siendo muy poco utilizados por los consumidores. “Sólo los jardineros informados y expertos están familiarizados con este segmento, y son los principales que buscan soluciones técnicas para gestionar el riego en caso de ausencia. Y en este mercado, que ya es muy específico, hay aún menos jardineros que conozcan y busquen un sistema conectado”.

Pero las mentalidades y los hábitos cambian con el tiempo y más aún en el



contexto que estamos viviendo desde hace un año. Así, —explica Châtelain—, con el desarrollo de las tendencias "Do It Yourself" y "green" (los consumidores cuidan su forma de consumir, son cada vez más sensibles a los residuos, etc.). "Los programadores encontrarán cada vez más su lugar en el jardín. Los productos conectados también son cada vez más buscados, sobre todo por los nuevos jardineros, que quieren gestionar todo desde su Smartphone", asegura.

En términos de innovación, tal y como asegura el experto, Hozelock fue la primera marca en ofrecer gestión de riego a distancia a través de una aplicación en un teléfono inteligente (2016). "En ese momento existían otros sistemas, pero basados en la tecnología Bluetooth, que requiere estar a menos de dos metros del aparato para poder controlarlo. Hoy en día, los sistemas más innovadores ofrecen, a través de una única aplicación de Smartphone, controlar todos los dispositivos relacionados con el jardín. Puede controlar el sistema de riego, el robot de corte, la bomba de riego, etc. Nos acercamos a una verdadera domótica en el jardín, pero todavía está reservada a usuarios muy expertos".

Evolución según los países

Sistemas de riego gota a gota, por aspersión o exudación, analógicos o digitales, solares, wifi, Bluetooth... En los últimos años el riego ha evolucionado en gran medida. En este sentido, tal y como explica el responsable de Hozelock, el riego automático, que incluye todas estas tec-



nologías y modos de riego, se utiliza de forma bastante dispar según el mercado: "En Inglaterra, España e Italia, los sistemas de microrriego son muy conocidos y forman parte de los hábitos de jardinería. En Francia, estas soluciones de riego, aunque son muy prácticas y económicas, siguen siendo relativamente desconocidas para los consumidores. Pero, una vez más, las cosas están cambiando y las tendencias actuales demuestran que estos productos tienen su lugar en las estanterías. No desperdiciar agua, practicar un riego razonado y permitir al jardinero ahorrar tiempo, todo esto es posible gracias al riego automático".

Desde su nacimiento hace más de cincuenta años, Hozelock ha venido reinventando los sistemas de riego con productos que permiten tanto el ahorro de agua como disponer de una adecuada comodidad para los usuarios. Para ello, la empresa planteó desde sus inicios un notable trabajo de investigación y desarrollo que tendría sus primeros frutos en un nuevo sistema de conexión de mangueras, más ágil y

sencillo. Posteriormente llegarían todo tipo de productos adicionales, como los sistemas de riego por aspersión, ahorrando agua y tiempo, y posteriormente los sistemas de programación de riego con los que poder gestionar debidamente su funcionamiento, optimizando así el consumo de agua en cualquier situación.

Ventajas de los programadores de riego

Desde la web de Leroy Merlin destacan diferentes ventajas de los programadores de riego, entre ellas, el ahorro de agua. "El suministro de agua con el uso del programador es más eficiente. El ahorro será aún mayor si se programa para que el jardín sea regado por la noche o al amanecer, cuando la presión es máxima y no hay evaporación por efecto del sol. Además, hay programadores que tienen accesorio de sensor de lluvia y de sequedad, para regar solo cuando sea necesario".

Otras de las ventajas que destacan son el ahorro de tiempo y esfuerzo; el

AZUD

Azud Premier es una tubería de alta precisión, certificada por la ISO 9261, que garantiza el crecimiento uniforme en cualquier terreno, con menos recursos y más respeto medioambiental.

Su tecnología autocompensante y antisucción lo convierte en una óptima solución para el riego por goteo subterráneo de parques y jardines. Entre las ventajas de este sistema cabe destacar: Protección H.E.X (exclusivo triple sistema de filtración en 3D), uniformidad Silitec (tecnología farmacéutica en el corazón del emisor, la membrana), durabilidad Elipsis (un gran aliado para el corazón



del emisor), antiobstrucciones DS Technology (seguridad patentada), antiraíces PIR frente a la intrusión radicular.

SAMCLA

Samcla Infinite es un sistema de telegestión que permite el control, vía internet, de todos los programadores de riego del jardín y la lectura remota de los contadores de agua con corte automático de una electroválvula de seguridad en caso de sobreconsumos, fugas o roturas. También permite el control de automatismos diversos como una piscina, iluminación exterior, etc. La instalación es inmediata, sin obras ni cableados y sin costes añadidos de comunicaciones. Permite controlar los equipos desde un dispositivo móvil o desde un ordenador en cualquier parte del mundo, evitando desplazamientos.



Supone un importante ahorro de agua y gastos imprevistos por fugas. Entre sus características principales cabe destacar la gestión mediante APP y WAPP, programadores autónomos a 9V y 24V, muy robustos y estancos, antenas de los equipos integradas, comunicación bidireccional vía Bluetooth o radio, fácil instalación y envío de notificaciones y avisos

ahorro de espacio, ya que el riego automático enterrado despeja los espacios plantados de mangueras y otros elementos necesarios para el riego manual; la seguridad para las plantas con un aparato funciona de forma autónoma; la mejora de la calidad del ; así como la multifuncionalidad y versatilidad al poder dosificar —en algunos modelos— el suministro de fertilizante líquido en el caudal de agua y aportarlo a las plantas de un modo uniforme a la vez que riega el jardín.

Los más frecuentes

Los programadores de riego son básicos en cualquier jardín, por pequeño o poco poblado que sea. Existen varios criterios que llevan a que el cliente se decante por un modelo de programador u otro entre la variedad existente. La tecnología actual avanza a pasos agigantados y, hoy día, existen en el mercado múltiples alternativas. Si nos limitamos a los programadores utilizados más frecuentemente en jardines pequeños o medianos, terrazas o huertos de recreo, etc., los programadores se divi-

den básicamente en dos grandes grupos según su alimentación eléctrica: eléctricos/electrónicos (alimentación mediante corriente) y autónomos (alimentación mediante pilas). Los programadores eléctricos son programadores centralizados, normalmente de instalación mural, de los que parte la alimentación mediante cable eléctrico a las diferentes electroválvulas del sistema de riego, independientemente de sus distintas ubicaciones y distancia de estas.

Juan García, responsable del área de Jardinería de Rain Bird —empresa estadounidense especializada en productos para el riego, tanto para jardines privados, como para grandes extensiones paisajistas, campos de golf o agricultura— detalla que, hoy en día, hay tres principales tecnologías disponibles: 1) programadores autónomos por baterías. 2) con alimentación mediante corriente 220V y cableado a las electroválvulas — con un cable por válvula más uno común para todos—. 3) con alimentación a 220V con solo dos cables, con los que se alimenta a todas las electroválvulas, intercalando entre la válvula y esos dos cables un decodificador de señal para que el programador sepa qué válvula tiene que abrir. “Nosotros hemos desarrollado el pasado año una novedad, el Módulo de Válvula Integrado (IVM), un programador conectado a 220V que solo utiliza dos hilos para conectar con todas las electroválvulas”. Gracias a esto —detalla el experto— se tiene la ventaja

PROGRÉS

Sistemas Electrònics Progrés cuenta con una experiencia de 36 años en el sector de la automatización del riego, sobre todo agrícola. La gama de programadores para jardinería, en la que encontramos el Agrónic Smart y el Agrónic Bit Cab, ofrece una gran versatilidad y múltiples prestaciones: programación secuencial y alterna, agrupación de sectores, posibilidad de indicar varias horas de inicio, condicionantes de inicio y paro, control hidráulico de la instalación, fertilización, contadores de riego, control de sensores analógicos, posibilidad de configurar el equipo sin tener conexión (*off line*) y actualizarla *online*,



recepción de avisos al móvil, y gestión a través del Agrónic app y el Agrónic web.

de un menor cableado y, por lo tanto, menos conexiones, "que al final son los puntos críticos para el mantenimiento, ya que representan el 80-90% de las incidencias en campo. Así conseguimos una mayor vida útil del producto, mayor fiabilidad y una reducción de los costes de instalación".

Nuevas tecnologías

Cuando hablamos de programadores, hablamos también de nuevas tecnologías, pero, tal y como puntualiza José Luis Velasco, jefe de producto de Gardena, no se debería perder la simpleza a la hora de la programación, "ya que, a veces, la tecnología te da muchas posibilidades que no siempre la mayoría de los usuarios comprende o valora".

En cuanto a las innovaciones más destacadas, Velasco considera que lo que más ha evolucionado en el sector privado es "la automatización de los sistemas de riego a través de las nuevas tecnologías, pero, en el caso de riego gota a gota, aspersión, etc., el desarrollo está siendo más lento y, aunque las ventas han aumentado bastante, no ha habido mucha innovación a lo largo de estos años".

En cualquier caso, el experto destaca "la adaptación de sistemas de riego a jardines y huertos urbanos, con kits sencillos y adaptados a esa tipología de espacios verdes. Esto englobaría a terrazas, balcones, pequeños patios de ciudad, etc."

Hoy en día, según explica Velasco, la tecnología más innovadora que se

TORO

El programador Toro Tempus permite realizar las tareas de automatización de una instalación de riego de forma sencilla y adaptada a las necesidades actuales. Posee un interfaz de usuario amigable, con opciones de manejo adecuadas para el usuario que no requiere complicaciones y, al mismo tiempo, opciones más avanzadas para aquel usuario que quiera sacar más provecho de las opciones de control que posee; ya sea a través de las múltiples opciones de temporización que permite el programador, como al uso de sensores y conectividad wifi.



Por otro lado, la imagen del programador Tempus ha sido diseñada pensando tanto en la facilidad de uso como en una adecuada propuesta visual, alejándolo del programador tradicional y apostando por el futuro.

puede ver en el mercado es "el sistema de conexión a través de Gateway en el domicilio, el cual ofrece la posibilidad de controlar el jardín desde cualquier parte del mundo con un teléfono inteligente. Además, con la posibilidad de añadir un sinfín de productos a dicha aplicación".

Fundada en Alemania hace 65 años, Gardena ofrece una amplia gama de productos para el mantenimiento del jardín, siendo el riego el segmento en el que la empresa ha conseguido algunos de sus más grandes éxitos, como el sistema OGS, conocido como "clic", que permite conectar mangueras y aspersores de forma sencilla.

Uso eficiente del agua

Afortunadamente, el crecimiento del paisajismo y la jardinería ha continuado durante esta crisis por los claros beneficios que ofrecen a la sociedad, dotando a las ciudades de zonas verdes al aire libre, que tanto valor han tenido para todos nosotros. Así lo manifiesta Javier Juárez, director de Agronegocio de Azud. Y añade que "el futuro de este sector depende del uso eficiente del agua y su integración sostenible con el ecosistema. Construir de forma sostenible y eficiente es uno de los objetivos que marcan certificados como Verde, Leed y Breeam". Como solución de riego por goteo subterráneo con la precisión necesaria para conseguir los objetivos a futuro,

GARDENA

El programador de riego Smart Sensor Control Set de Gardena controla automáticamente el riego del jardín y garantiza un riego flexible adaptado a las necesidades de las plantas, con la ayuda de la aplicación Gardena Smartsystem App. Este Set incluye el programador Smart, el sensor Smart para medir la humedad del suelo, así como la temperatura de la superficie y el Router Smart. Además, con la extensión de control de riego Smart, se pueden controlar hasta seis zonas diferentes de riego. Para su funcionamiento es necesario que la aplicación

Gardena SmartSystem App, gratuita para iOS, Android y web, esté descargada en un Smartphone o tablet y conectada con wifi o cable LAN.

Los dispositivos conectados a esta aplicación permanecen enlazados a la nube, pudiendo acceder en cualquier momento y lugar para programar sus funciones.



HOZELOCK

Cloud Controller de Hozelock es un programador conectado y controlado por Smartphone. El sistema Hozelock Cloud Controller se compone de un programador, conectado al suministro de agua exterior, y un concentrador, conectado al *router* de internet de la casa. Fácil de instalar, este sistema no requiere un complejo proceso de emparejamiento.

El concentrador establece un enlace wifi con el programador, hasta 50 m de distancia, y puede gestionar hasta cuatro programadores colocados en diferentes zonas o para regar de forma diferente según las necesidades de las plantas (mi-

corriego para el huerto, aspersión para el césped...). En caso de que se interrumpa la comunicación, el programador mantiene los ajustes en la memoria.

Para que el *hub* se comunique con el programador, el usuario se descarga la aplicación móvil gratuita Hozelock (en Apple Store o Google Play). Dispone de un botón en el panel frontal que permite iniciar el riego inmediatamente para utilizarlo fuera del programa automático.



Juárez destaca Azud Premier. "Con una eficiencia superior al 95%, el riego por goteo subterráneo es el mejor aliado de las ciudades sostenibles. La experiencia de Azud, junto al adecuado manejo del riego con sensores, permite llevar a cabo las labores de riego con una eficiencia máxima del uso del agua, asegurando un caudal siempre uniforme y seguro".

Telegestión de los programadores

Las tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) hacen posible una programación óptima del riego para ahorrar agua, estableciendo el momento, la frecuencia y el tiempo de riego adecuados según las características del suelo, la configuración de la red y el clima. En este sentido, Manuel M. Martí, European Marketing Coordinator en Hunter, considera que, desde la marca, siempre se ha perseguido la mejora de la eficiencia del riego para disminuir el consumo de agua, cualquiera que sea su origen (potable o no), "para ello se han desarrollado toberas de chorros giratorios con gran resistencia al viento, toberas de aspersor con diferentes ángulos de salida del chorro de agua y adaptables a diferentes diseños de la zona a regar, programadores conectados mediante wifi a estaciones meteorológicas que adaptan el riego a las condiciones climáticas reales del emplazamiento, etc.", detalla el experto. "Hay un claro y constante aumento de la demanda de programadores, tanto controlados por

HUNTER

BTT es un programador acoplable al grifo para mantener las zonas más pequeñas adecuadamente regadas. Alimentado por pilas y controlable por Bluetooth con un Smartphone, con sistema operativo iOS o Android. Solución inalámbrica adecuada para el cuidado de jardines, invernaderos, terrazas, plantas en macetas, parterres, viveros y pequeñas áreas de césped.

Incluye pilas alcalinas de larga duración, y el temporizador se instala en cuestión de segundos en cualquier grifo con toma roscada. Fácil de usar desde la aplicación, proporciona una variedad de funciones especializadas. Los usuarios también



pueden activar el riego manual presionando el botón integrado en el programador.

Número de estaciones: 1 o 2. Tiempo de riego: desde 1 segundo a 24 horas, con 4 horas de arranque. Funcionamiento manual pulsando un botón. Para accionamiento rápido sin Smartphone. El apagado automático del riego después de una hora evita el desperdicio de agua.

wifi como por Bluetooth. La ventaja de poder seguir y modificar el funcionamiento, desde una app fácilmente descargable en el móvil, hace que sea muy atractivo, tanto para usuarios como para mantenedores de jardines. A nivel usuario final y mantenimiento de zonas verdes pequeñas y medianas, tanto control a través de wifi y Bluetooth son los sistemas más innovadores actualmente".

Tanto los programadores por wifi, como por Bluetooth permiten controlar y modificar los programas de riego sin la

necesidad de desplazarse físicamente al lugar donde esté instalado. La diferencia entre ambos es que los primeros pueden hacer esto independientemente de la distancia a la que se esté del programador, siempre y cuando se tenga acceso a internet. Por el contrario, aquellos basados en la tecnología del Bluetooth, limitan a una distancia máxima a unos cien metros.

Desde Leroy Merlin, indican que el funcionamiento de este tipo de programadores es bastante sencillo. "Normalmente, el propio fabricante del programador

indica dónde descargar la aplicación para nuestro teléfono Android/iPhone. Una vez tengamos la aplicación, tanto el uso como el funcionamiento del mismo es igual que si configuráramos un programador *in situ*. Es decir, la aplicación nos solicitará que le indiquemos tanto la frecuencia como la duración del riego que deseamos". Asimismo, explican que lo novedoso de este tipo de programadores es que "podemos estar de vacaciones o en el trabajo y, al mismo tiempo, modificar y revisar el riego desde un teléfono móvil. La capacidad de hacer este trabajo es gracias a que el programador de riego está conectado de forma inalámbrica al *router* de nuestro domicilio, y gracias a ello, nos da la posibilidad de poder acceder a él desde cualquier punto con nuestro teléfono móvil, con el ordenador conectado a internet".

Precio frente a prestaciones

Josep María Torres, responsable comercial de Progrés, considera que el usuario de programadores para jardinería está acostumbrado a utilizar las nuevas tecnologías, y requiere poder gestionar el programador desde su móvil, sea de forma local o remota. "Le gusta la usabilidad de los productos, y necesita que sean intuitivos, amigables y fáciles de utilizar. Además, no solo tiene en cuenta el precio en su decisión de compra, sino que cada vez va cobrando más importancia las ventajas y prestaciones que ofrece la solución".

La tendencia más destacada del riego en estos últimos años —explica Torres— es la incorporación de sensores al sistema, no solo para poder conocer el estado de la planta, el suelo y del clima, sino también para condicionar la aplicación del agua y fertilizante a la lectura de estos sensores. Con esto se consigue un riego cada vez más autónomo, sin tanta dependencia del factor manual.

Para el experto, otro punto que suma valor a la hora de escoger un programador es que ofrezca una buena herramienta de gestión: "Es importante poder recibir avisos al móvil en caso de cualquier incidencia o irregularidad en el funcionamiento del sistema, y así poder actuar en consecuencia. O también que permita realizar la gestión con varios usuarios y diferentes niveles entre los mismos".

Anna Castejon Travieso, de Samcla, también coincide en la idea de que este segmento de producto está directamente relacionado con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información y que prioriza cada vez más la gestión eficiente de los recursos: "Un riego automatizado vía internet ya no es una opción, sino una prestación obligada del sector. La mayor innovación que aporta nuestra firma es la capacidad de integrar otros ámbitos de gestión como el control de contadores de agua, iluminación, automatismos, etc. Sin lugar a dudas, la tendencia del mercado, y de la sociedad en general, es la de tener el



control en las manos a través de dispositivos móviles".

La crisis generada por la pandemia de la Covid-19 ha provocado que la sociedad utilice en mayor medida los términos 'teletrabajo' o 'telegestión', y así se ha reflejado también en el sector. Una realidad que desde Samcla también confirman: "La telegestión de los programadores de riego está permitiendo a los profesionales del sector seguir con su actividad sin necesidad de desplazamientos y contacto directo con los clientes".

El precio en tiempos de pandemia

La experiencia de vivir en un entorno amenazado por un virus no deja indiferente a nadie. Muchos son los estudios llevados a cabo durante los últimos meses en los que se pone de manifiesto un cambio en el comportamiento y hábitos de compra del consumidor. Los efectos son diversos, pero existe un amplio consenso en que el precio ha adquirido un mayor protagonismo a la hora de decidir la compra. Es algo que se aprecia en todos los sectores, incluido el del universo del riego y, cómo no, de los programadores. David Fernández, responsable de Servicio Post Venta de Toro, indica que "la necesidad de la población de pasar más tiempo en casa ha afectado de forma positiva a la venta de material de jardinería, siendo una oportunidad para este tipo de producto. Sin embargo, como ante cualquier crisis, la escasez de recursos económicos hace que el cliente elija opciones más económicas". En cuanto al comportamiento del consumidor en este segmento, destaca que este busca que, además del precio competitivo, sea un producto atractivo y fiable, destacando las tendencias hacia productos con conectividad wifi, opciones básicas y avanzadas, así como modularidad". ●

RAIN BIRD

El nuevo Sistema de dos cables ESP-LXIVM de Rain Bird tiene numerosas funciones potentes y flexibles, comenzando con el revolucionario Módulo de Válvula Integrado (IVM). Este "solenoides inteligente" se comunica constantemente con el programador para proporcionar un riego eficiente y un diagnóstico avanzado. Este sistema requiere la mitad de empalmes de cables, y mejora la fiabilidad al mismo tiempo que reduce los costes de instalación.



Destaca por su interfaz simplificada y su diagnóstico mejorado. Hay dos modelos disponibles: el ESP-LXIVM para instalaciones de tamaño medio y el LX-IVM Pro para instalaciones comerciales a gran escala.

Javier Gil-Vernet, director de Jardinarium



como el estado actual del mercado español de jardinería y las previsiones en este ejercicio.

Jardinarium se constituyó en febrero de 2003 como la primera central de compras y servicios de jardinería de España. ¿Qué balance realiza de estos años?

Extraordinario. No puede ser de otra forma. Nacimos en un momento de expansión económica, después vino una sequía, con decretos de prohibición del riego, una crisis económica mundial, que han comportado una profunda reestructuración de nuestro sector y finalmente una pandemia. En todos y cada uno de estos momentos, Jardinarium no solo ha sabido adaptarse a la nueva situación, sino que se ha erigido en un instrumento esencial con el que afrontar los nuevos retos que se planteaban.

decreto del 14 de marzo de 2020 y otra, bien diferente, expansiva, que englobaría el periodo que estamos viviendo desde la reapertura.

El primer periodo, ante la excepcionalidad de las decisiones tomadas, nos centramos en tomar las medidas necesarias para salvaguardar nuestras empresas mientras, en paralelo, construimos una relaciones internas y sectoriales muy fuertes. Fueron meses de infinitas horas de videoconferencias, redacción de documentos, hojas de cálculo, revisión de documentos legales, ... Miles de horas delante del ordenador, de despacho, un tipo de trabajo muy diferente al que habitualmente se realiza en el centro de jardinería.

El segundo periodo, comprendido desde el momento de apertura hasta hoy mismo, ha sido una etapa absolutamente diferente. Una etapa expansiva, en la que el consumidor ha respondido de una forma extraordinaria a nuestra oferta. Todos estamos experimentando una avalancha de ventas, intentando gestionarlas de la mejor forma posible.

Considero que ya nos encontramos arrancando una tercera etapa, en la que deberemos combinar la capacidad de anticipación y planificación con la gestión de la avalancha de ventas. Esto implica dualidad de equipos y trabajos, combinando el trabajo de análisis, viaje, captación y planificación con el trabajo de preparación y atención de la venta diaria.

Hace más de una década que apostaron por sacar al mercado la marca propia Jardinarium. ¿Cómo ha sido esta experiencia?

Muy positiva. La marca propia ha sido, y es, una herramienta extraordinaria con la que estructurar las diferentes colecciones. En nuestra estrategia de producto, ubicamos siempre la marca propia en la BASE

Unirse para competir es un motor de gestión rentable para las pequeñas y medianas empresas. Colaborar suma y Jardinarium lo ha venido demostrando desde hace casi dos décadas, posicionándose como una central de compras reconocida, sólida y con una marcada vocación de liderazgo, de la que forman parte destacadas empresas del sector. Existen unos principios que determinan su éxito y la eficacia de su modelo organizativo: confianza, cohesión, compromiso, fidelidad, solidaridad, respeto a las reglas y orgullo de pertenencia al grupo. Entrevistamos a Javier Gil-Vernet, director de la entidad, quien nos cuenta cuáles son las fortalezas de esta central de compras, así

¿Con cuántos asociados cuentan? ¿Qué facturación anual agrupada tienen?

Actualmente el Grupo Jardinarium cuenta con un total de 32 asociados, lo que representan 40 puntos de venta distribuidos en 11 comunidades. Damos trabajo, de forma directa, a más de 270 personas y la previsión de facturación agrupada para este 2021 supera los 36 millones de euros.

¿Cómo han vivido los garden la crisis por la COVID-19 y en qué momento se encuentran ahora?

Claramente lo debemos dividir en dos fases. Una primera, que englobarían los meses de cierre forzoso provocado por el

de la pirámide, completando el resto de la pirámide, tanto en amplitud como en profundidad de gama, de una forma equilibrada y coherente.

Cada familia de productos tiene su propio recorrido y estrategia, si bien todas ellas responden a nuestra voluntad y vocación de ser reconocidos como especialistas en decoración y jardinería.

¿Cuál es la política que siguen a la hora de elegir proveedores?

Jardinarium construye su colección basándose en cuatro ejes de trabajo. Los dos primeros entiendo que son comunes a toda la distribución organizada.

El primero es la clásica pirámide de producto (separando los tres niveles, básico, colección y exclusivo). El segundo eje sería la matriz de producto, donde trabajamos tanto la profundidad como amplitud de gama, incorporando también en la matriz elementos como PVP, marginalidades, suministros, stocks mínimos, rotación de producto, etc.

El tercer y cuarto eje ya son propios del concepto Jardinarium, y tienen que ver con nuestros universos y nuestras colecciones estacionales. Jardinarium analiza la oferta que recibe de los diferentes proveedores en base a estos cuatro ejes, y es, en función de su encaje en ellos, que se decide si una propuesta interesa o no.

¿Cuáles son las principales líneas de I+D+i en las que trabaja su empresa?

Como señalaba anteriormente, el desarrollo y constante evolución de los cuatro ejes de producto a la hora de construir nuestras colecciones, junto con la implantación de estas en nuestra fórmula comercial forman las principales líneas de I+D+i. Como

nuestra fórmula comercial se adapta a los constantes cambios se están produciendo (en forma, medio y canal de venta) es otro de los ejes en los que se trabaja. Hablamos principalmente de la omnicanalidad y de los nuevos retos logísticos y de servicio a los que nos enfrentamos.

Jardinarium Roots abrió sus puertas en Tenerife el pasado mes de julio, ¿qué supone para Jardinarium el poder intervenir en el proceso de diseño?

Jardinarium Roots abrió en Julio del año pasado, y Eiviss Garden lo hizo en marzo de 2019. Ambos gardens son proyectos realizados completamente desde cero, sin condicionantes estructurales previos, en los que se ha podido implantar la fórmula comercial desarrollada (concepto comercial) al completo.

Intervenir desde el momento cero es un lujo y un gran placer. Adaptas la fórmula comercial del grupo al plan de negocio que se trabaja localmente, participando en todo el proceso (creación, planificación y ejecución) del Garden, así como del posterior seguimiento. Los resultados de ambos gardens nos muestran que nuestro concepto comercial es muy sólido, está muy bien recibido por parte del consumidor, y tiene gran desarrollo.

¿Qué requisitos se necesitan para formar parte del centro de compras Jardinarium?

Interesarse en conocer nuestro modelo, nuestra fórmula comercial, creer en ella y tener ganas de formar parte de un grupo en el que cada día buscamos la excelencia (trabajando de forma constante, ordenada y compartiendo experiencias y resultados).

¿Qué oportunidades se presentan en el momento actual que debemos saber captar, entender y aprovechar?

Estamos ante una fase expansiva, a nivel mundial. Nuestro sector se ha puesto de moda en todos los mercados occidentales y esto debemos saberlo aprovechar.

Se está consolidando un incremento de la oferta al consumidor (tanto online como offline), nuevos operadores están entrando en nuestro sector y, en paralelo, vivimos una creciente dificultad de suministro. Ante estos retos, es muy importante tener claro que quieres ser, que valores aportas, porque van a acudir a ti y no a otros, en definitiva, cuál es tu propuesta de valor (tu fórmula comercial).

Trabajar la propuesta de valor de forma ordenada, planificada y buscando el volumen necesario y las complicidades suficientes como para poder hacer frente a los enormes retos que se nos presentan son las claves del éxito.

¿Cuál es el estado actual del mercado español de jardinería y cuáles son las previsiones de negocio para este ejercicio?

Nuestro mercado se encuentra en un momento absolutamente expansivo. La pandemia ha comportado para nuestro mercado un crecimiento de demanda considerable. Incremento de la demanda por parte de consumidores que ya teníamos y de nuevos consumidores. Consumidores que por primera vez se han interesado en nuestros negocios. Todos ellos hambrientos de productos y de ganas de conocer más. Unas necesidades que en algunos casos no estamos siendo capaces de cubrir. Nuevos operadores y canales se están interesando por dar cobertura a este incremento de la demanda y de necesidades de conocer. En los próximos años veremos quién es capaz de dar mejor cobertura a todo ello.

De cara a este ejercicio, las previsiones son muy optimistas, con crecimientos que hacía años que no veíamos. Creemos que es una tendencia que se prolongará más allá de esta campaña. ●

“Estamos ante una fase expansiva, a nivel mundial. Nuestro sector se ha puesto de moda en todos los mercados occidentales y esto debemos saberlo aprovechar”

Rosana Almuzara Bertolucci, arquitecta, paisajista AEP y gerente de Paisajismo Digital



Paisajismo Digital ha sido condecorado con el Premio Europeo de Tecnología e Innovación, un galardón concedido por la Asociación de Industria, Tecnología e Innovación que distingue a las empresas que realizan avances tecnológicos e innovaciones para mejorar la producción y el futuro de nuestra sociedad. La innovación y la incorporación de nuevas tecnologías son evidentes motores de cambio, algo que parece tener bien interiorizado Paisajismo digital, paradigma de empresa que avanza cada año aplicando nuevas ideas, conceptos y servicios con el fin de crear oportunidades y resolver necesidades del sector. Hablamos con Rosana Almuzara Bertolucci, arquitecta, paisajista AEP y gerente de Paisajismo Digital.

¿Qué acciones ha realizado Paisajismo Digital para ser merecedora de este premio?

Ha sido el esfuerzo a nuestra trayectoria profesional. Nos actualizamos en forma permanente con las últimas tecnologías digitales y tendencias innovadoras en paisajismo relacionadas con las prácticas sustentables. En forma paralela, desarrollamos contenidos

educativos, adaptados a las tendencias del mercado, en el contexto de nuestra escuela de paisajismo online.

¿Qué tipo de simulaciones digitales utilizan a la hora de presentar un proyecto a un cliente?

Utilizamos diferentes herramientas digitales cuya implementación depende de la complejidad y características del proyecto. Al encarar un nuevo proyecto, analizamos cuáles son las mejores formas de mostrarlo. Aquí es donde valoramos si vamos a realizar fotomontajes digitales para mostrar el antes y el después de una intervención, imágenes fotorrealistas (renders), vistas panorámicas interactivas, recorridos animados por el diseño o realidad virtual inmersiva.

¿Qué representa este galardón para Paisajismo Digital?

Además de un gran orgullo y un estímulo importante, significa posicionarnos como un referente de prestigio y confiabilidad, fortaleciendo nuestra reputación y credibilidad empresarial.

En general, ¿qué se entiende por paisajismo desde Paisajismo Digital? ¿Cuál su filosofía?

Paisajismo es crear espacios públicos o privados en armonía con el entorno. Nuestra concepción de diseño se basa en un concepto de paisajismo simple, buscando síntesis en su resolución, colorido e impactante. La ecuación del menos es la que más resume la filosofía de nuestra obra.

¿A quiénes se dirigen sus servicios?

La innovación es un factor relevante y esencial en nuestro trabajo. Nuestros servicios se dirigen a todas aquellas personas o corporaciones, que deseen disfrutar de un espacio propio, común, interior o exterior, jardín o terraza, estético y sostenible, con muy bajo mantenimiento, y un alto impacto visual.

¿Cuáles son sus hitos más destacados como empresa?

Un hito que ha marcado nuestra historia empresarial ha sido incorporar hace tiempo ya las visualizaciones en 3D, cuando todavía eran pocos los paisajis-

“Los profesionales del medio apuestan cada vez más por planificar y diseñar los espacios urbanos donde la naturaleza ‘inmersiva’, es la protagonista, en lugar de incorporar la naturaleza a las ciudades”

tas con el conocimiento de estas tecnologías, y más recientemente la realidad virtual, para mostrar y vivenciar un diseño que aún no existe o se encuentra en etapa de desarrollo.

Por otro lado, un punto de inflexión en nuestra trayectoria ha sido la condecoración por parte de la Asociación Europea de Economía y Competitividad (AE-DEEC), con la Medalla de Oro Europea al Mérito en el Trabajo, en reconocimiento a nuestra labor y gestión empresarial. Esto nos ha permitido afianzarnos en nuestro compromiso con el diseño y la innovación digital.

¿Qué opinión le merecen técnicas como la xerojardinería?

Nuestros clientes cada vez más solicitan jardines o espacios ajardinados de bajo mantenimiento, el uso de materiales de menor impacto ambiental y la elección de plantas con pocas exigencias en cuanto al riego. Es aquí donde la xerojardinería cobra especial importancia, es una técnica que solemos implementar a menudo, buscando un equilibrio en el diseño mediante la utilización de plantas autóctonas que por lo general requieren un menor consumo de agua.

¿El jardín vertical puede ofrecer placer a los cinco sentidos en la misma medida que lo hace uno tradicional?

Cumplen funciones y transmiten sensaciones diferentes, porque conceptualmente son diferentes. El jardín vertical fundamentalmente tiene un desarrollo bidimensional en altura, y por lo tanto no genera una contención espacial, siendo un jardín más contemplativo, un jardín para ser visualizado.

En el caso de los tradicionales jardines de plantas, son lugares que generan una envolvente espacial, un espacio para ser recorrido y vivenciado y que estimulan los sentidos. A través de las plantas aromáticas que nos embriagan con sus particulares aromas, aquellas que atraen diferentes insectos y aves, los elementos de agua con su característico sonido, las plantas que ofrecen diversas e interesantes texturas, las que son comestibles, todos estos ele-

mentos generan un atractivo jardín de sensaciones que estimulan los sentidos.

Paisajismo Digital es también un centro de formación, que cuenta con un campus virtual. ¿Qué aceptación tienen estos cursos entre paisajistas, estudiantes y jardineros?

Nuestra propuesta formativa despierta gran interés entre los profesionales y estudiantes de paisajismo y disciplinas afines. Fuimos una de las primeras empresas españolas, en implementar la formación *online* hacia fines del 2006 año coincidente con el nacimiento de nuestra empresa. Desde entonces, hemos ido incorporando diferentes cursos adaptados a las necesidades de los profesionales tanto en lo referente al diseño como a los avances en la tecnología digital.

¿De qué manera ha afectado esta crisis sanitaria y económica producida por la COVID-19 a la empresa? ¿Han observado si los profesionales invierten más en formación, como valor agregado, a la hora de buscar empleo en momentos de crisis?

En nuestro caso, se evidencia en que ha disminuido considerablemente la cantidad de presupuestos para el diseño y construcción de jardines, pero en contraposición ha aumentado significativamente el número de paisajistas, estudiantes y jardineros que se inscriben en nuestros cursos online, ya que, en época de crisis, invertir en formación se traduce en un alto valor agregado a la hora de buscar empleo.

¿Cómo es el paisajismo en España? ¿Existe alguna tendencia específica clara en los proyectos de paisajismo en España?

La tendencia actual apunta a la creación de proyectos sustentables y minimalistas de bajo mantenimiento, con el uso de plantas autóctonas, un paisaje más natural y silvestre, donde flora y fauna se encuentran apostando a la biodiversidad.

¿En qué medida se conseguirá lograr, desde las ciudades, reco-



Propuesta de Diseño y Ejecución Jardín Mediterráneo de 5.000 m² en Cabrera de Mar, Barcelona.

nectar con la naturaleza a una mayor escala?

Soy optimista, creo que los profesionales del medio apuestan cada vez más a planificar y diseñar los espacios urbanos donde la naturaleza "inmersiva", es la protagonista, en lugar de incorporar la naturaleza a las ciudades. Una ciudad dentro de un gran jardín donde todos los espacios verdes se conectan e integran entre sí.

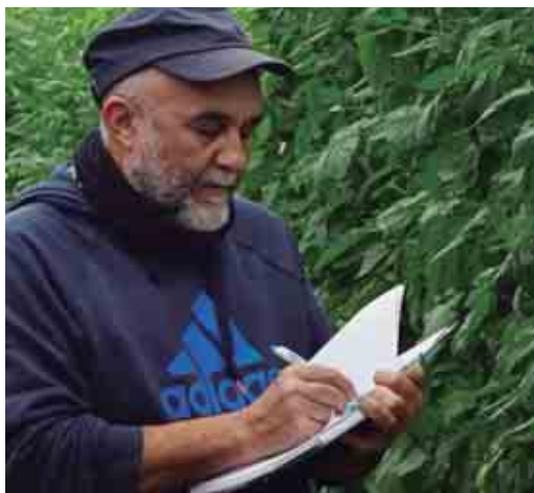
El mercado verde trabaja en un 90% con el sector público, una situación que resulta especialmente sensible en el paisajismo si se reducen las inversiones. ¿Cuál es su opinión?

El desafío que impone pasar a una economía verde debe ser liderada por el Estado, no solo con inversiones directas sino con leyes más estrictas que estimulen la inversión privada y sancionen a los que infrinjan las normas

¿Cómo ve el futuro del paisajismo en España?

Veo un paisajismo cada vez más comprometido con el medio ambiente y la sustentabilidad del paisaje. Sin duda invertir en proyectos sustentables generará rentabilidad a mediano y largo plazo. ●

José Soto Pérez, gerente para España, Portugal y Marruecos de Nirit Seeds Ibérica



Oímos con frecuencia la expresión de ‘plan de abonado’ para llevar a un cultivo determinado a su optimización vegetativa y productiva. También que estos planes, junto con el control climático, llegan a ser únicos ya no sólo para cada especie, sino para variedades concretas.

Por otra parte, las empresas genéticas en el desarrollo de nuevas variedades, al margen de la obtención de resistencias, aumento de producción, valores organolépticos y comportamiento en postcosecha, prestan especial interés en sus planes de abonado por variedades para que los anteriores factores se materialicen con éxito.

A todo ello, la climatología reinante, instalación agrícola y técnicas culturales, se suman al entramado de un cultivo para que este se mantenga comercialmente en la cadena de valor agroalimentaria.

En este artículo, nos centramos en la fertilización y la genética como una de las alianzas clave para la rentabilidad del

agricultor. Para ello entrevistamos a José Soto Pérez, gerente para España, Portugal y Marruecos de Nirit Seeds Ibérica, filial de la multinacional Nirit Seeds Ltd. ubicada en Israel.

José Soto comenzó en el mundo de las semillas sobre el año 1988, momento en el que se iniciaba el desarrollo del sector hortofrutícola en Almería y Murcia. En su trayectoria profesional ha participado en puestos de dirección de varias multinacionales del sector semillas.

¿Nos puedes introducir en las empresas de obtención de nuevas variedades hortícolas?

Te puedo hablar de Nirit Seeds como un ejemplo de todas ellas. Somos empresas multinacionales productoras de variedades híbridas de semillas hortícolas para la producción profesional, en las que invertimos ingentes cantidades económicas en investigación para la obtención de variedades que aporten valor añadido a toda la cadena de valor: al agricultor, a los mayoristas, minoristas del comercio y por supuesto al consumidor final.

La investigación de Nirit Seeds, y como digo extrapolable a la mayoría de casas de semillas, se concentra en la innovación, dando así respuesta a las exigencias de un mercado que en la mayoría de las veces las demandan sin decirlo.

Para ello, con las variedades obtenidas inicialmente, realizamos ensayos de este material en todo el mundo y una vez que el departamento de I+D+i y tras unos rigurosos test, se comprueba que la variedad cumple su cometido, es puesta en manos de los agricultores y estos, mediante las técnicas de cultivo empleadas, serán los que con sus producciones entren en la cadena comercial.

Pero también es cierto que la variedad en sí, es realmente una carga genética y que sólo la capacidad técnica del productor, con la correcta gestión de su control climático, trabajos culturales, fitosanitarios y fertilización, podrán sacarle su máxima rentabilidad.

¿Cómo ha sido la evolución varietal a lo largo del tiempo?

Te puedo hablar del mercado de semillas hortícolas híbridas para cultivos de alto rendimiento, ya que es donde he desarrollado todo mi trabajo profesional.

En sus comienzos se usaban variedades autóctonas en tomate como Flor de baladre, Raf, Muchamiel, etc. Todo se basaba en un comercio de mercado local por lo que no eran necesario grandes producciones y la conservación no era un factor tan relevante.

Con el desarrollo y crecimiento de las nuevas zonas productoras todo fue cambiando. En un principio la zona de Canarias era la mayor productora de tomates que, con el paso del tiempo, en la actualidad ha pasado a ser la zona de Almería.

Las exigencias del mercado nos requerían a las empresas de semillas variedades híbridas una alta producción y conservación, porque pasamos a ser un modelo de producción hortícola local a otro orientado para abastecer a toda Europa. Esto nos obligó a trabajar en ello: sectores de semillas, fitosanitarios, riego, producción, manipulación, etc. con el propósito de ofrecer lo mejor al mercado.

Con la entrada del híbrido ¿Qué aporta?

En un principio se trabajaba en obtener de cada planta la mayor producti-



vidad posible. Con el paso del tiempo ha habido que introducir resistencias a enfermedades de suelo y virus en las variedades.

En la actualidad, además de producción y resistencias, se tiene muy en cuenta al consumidor y por lo tanto el trabajo en especialidades y mejores cualidades organolépticas son vitales para tener sentido en un mercado cada día más exigente y competitivo.

¿Especialidades y cualidades organolépticas?

Sí. Los diferentes tipos de tomate de carácter local son muy valorados por el consumidor y un ejemplo sería el tomate Raf. Una variedad que en determinadas épocas del año su calidad es exquisita, pero para ello también se requiere unas condiciones de cultivo especiales como aguas de riego muy salinas y aportación de abono especiales. A pesar de todo ello, la producción es muy baja y la rentabilidad al agricultor se puede ver mermada en demasiadas ocasiones.

Ahora tenemos especialidades de tomate tipo chocolate, tipo pera, con buen sabor y bonitos a la vez que atractivos para el consumidor, siendo variedades cuya producción es aceptable. También entran en juego el tomate vino, perla, cherry, canario, etc. pudiendo afirmar que el abanico de tipos se incrementa en el tiempo.

Dentro de cada tipo también se producen variantes. Por ejemplo, en tomate de tipo pera se está incrementado su producción y se buscan variedades productivas y de calibre grueso tipo Carbino, que tenga buena conservación, pero manteniendo su sabor y textura para ensaladas.

También vivimos una tendencia para conseguir más tomates sin cuello verde doble GG, pero que pueda ser vendido como ensalada o tomate suelto. Por poner un ejemplo, está el caso de la variedad Avalancha, dentro de este tipo de variedades que tratan siempre de mantener sus cualidades organolépticas exigidas por el consumidor a la vez de dar respuesta al agricultor permitiéndole acceder a varios segmentos de mercado con un solo producto.

¿Todo desde la genética?

Sí. De hecho, podemos afirmar que no vendemos semillas, sino genética. Y eso es fácilmente entendible. Una variedad de tomate, por ejemplo, Avalancha o Carbino antes mencionadas, puede llegar a producir determinados kilos de tomate por planta en manos de un productor profesional y no llegar a recolectar ni un solo kilo en manos de un aficionado que lo pudiese llegar a cultivar como hobby.

La genética es la misma, pero la fertilización, control climático y manejo, son fundamentales a la hora de cultivar 'industrialmente'. Y utilizo esta palabra porque en realidad estamos hablando de empresas productoras que se rigen bajo esquemas como cualquier otro tipo de industria, en las que todo está evaluado al milímetro.

A nivel profesional ¿qué papel juega la fertilización?

Es un factor fundamental. Tanto que se debe llegar a crear un plan de abonado específico para determinadas variedades. No tienen el mismo tipo de abonado un tomate cherry que un tomate gordo tipo Avalancha.

Esto es así y te pongo un ejemplo. En nuestros campos de ensayo de nue-

vas variedades, todas estas se abonan en fertirrigación con una especie de 'menú general'. Con el tiempo, durante el proceso de evaluación, aquellas variedades prometedoras son evaluadas a mayor escala, con plantaciones monovarietales y con un plan concreto de fertirrigación para que estas, junto con otros parámetros de cultivo, den lo mejor de sí.

¿Un plan de abonado es estable para una variedad concreta?

No exactamente. Se marca un equilibrio variable según el estado de la planta y a las condiciones climáticas de la zona donde se cultiva y además en el tiempo.

Es evidente que la planta no vegeta igual durante los meses de diciembre con días más cortos y menos radiación, que en marzo con días alargando y noches menos duras. El desarrollo de la planta va condicionando su fertilización, dependiendo de todo ello y a lo largo de todo el ciclo.

Pero evidentemente también entran en juego otras variables como calidad del agua, época climatológica del año, estado fenológico de la planta, método de fertilización, etc.

¿Aquí entra en juego el asesoramiento técnico del genetista?

Sí y también el fabricante del fertilizante, porque estas empresas también innovan y hace tiempo que dejaron atrás los NPKs clásicos.

También nos encontramos ahora mismo ante una revolución en la fertilización, en la que el suelo es tenido en cuenta como nunca lo ha sido. Bioestimulantes y microorganismos están en plena actualidad y sin duda obligan a un cambio en las técnicas tradicionales de cultivo.

¿Entonces?

Está claro, como en toda evolución, las diferentes tecnologías están vinculadas entre sí para llegar a un objetivo común. En este caso, fertilización y genética deben de ir de la mano como fórmula de éxito para agricultores y consumidores. Fuente: AEFA ●





“Nuestros Huertos” de Compo, la nueva red de huertos comunitarios de España

El proyecto “Nuestros Huertos” de Compo —proveedor de productos para el cuidado de plantas del hogar, el jardín y la agricultura— nace como punto de encuentro para los huertos comunitarios de España. Actualmente existen más de 20.000 huertos comunitarios en el país, por lo que el proyecto “Nuestros Huertos” surge

con la voluntad de crear una red de huertos donde poner al alcance de éstos información sobre el cultivo, además de mejorar el acceso a los productos para la agricultura ecológica, fomentado así la conservación de estos espacios sociales.

La iniciativa “Nuestros Huertos” surge de la mano de la marca de productos ecológicos “Huerto Urbano” de Com-

po, una línea de productos destinados a la agricultura ecológica. Además de ofrecer productos BIO más accesibles para los miembros de la red, tiene como objetivo ser un canal de conocimiento y formación a través de contenidos sobre el cultivo y la agricultura.

El proyecto también pretende fomentar el consumo sostenible de alimentos de proximidad, apostando por



Ainhoa Marin, responsable del área de Prevención y Promoción de la Salud de la AECC-Barcelona, e Ignasi Puertas, director comercial de Compo Iberia & Latam.

la agricultura urbana y peri-urbana. Como resultado de este compromiso con la sociedad, "Nuestros Huertos" de Compo ha sellado una alianza de patrocinio con la AECC-Catalunya contra el Cáncer de Barcelona para el proyecto social "Huerto Urbano", que tiene por objetivo mejorar la salud y la calidad

de vida de las personas, promover la adopción de hábitos de vida saludables y ofrecer un espacio de encuentro. Un proyecto "dirigido a pacientes oncológicos mediante el cual tomaran contacto con la agricultura de huerto urbano con el objetivo de potenciar el cultivo y el aumento de consumo de productos frescos. Queremos que el huerto sea una herramienta de aprendizaje para después practicar en casa y poder mantener así el consumo de productos frescos de manera constante. Queremos promover estilos de vida más saludables" afirma Ainhoa Marin, responsable del área de Prevención y Promoción de la Salud de la AECC- Barcelona

Según Ignasi Puertas, director comercial de Compo Iberia & Latam "Queremos aportar nuestro granito de arena a la agricultura urbana y peri-urbana, ya que permite maximizar la producción de distintos productos agropecuarios en los espacios que están sin utilizar de las ciudades y sus alrededores. Queremos contribuir a conservar estos espacios verdes y sumarnos a la filosofía del consumo sostenible y de proximidad. Preservando estos espacios, podemos continuar haciendo pedagogía sobre la agricultura de autoconsumo y el cultivo responsable y no masivo. Además, queremos fomentar el placer de cultivar y de transmitir el amor por la agricultura a las generaciones futuras".

El proyecto ya se ha puesto en marcha con la creación de su propia página web www.nuestroshuertos.com, donde los diferentes huertos de España pueden cursar sus inscripciones para empezar a formar parte de la nueva red de huertos comunitarios. Además, los usuarios interesados podrán encontrar información de interés sobre el cultivo y la alimentación saludable. ●



"Nuestros Huertos" ha sellado una alianza de patrocinio con la AECC-Catalunya contra el cáncer de Barcelona para su propio proyecto social de huertos

Treinta años de xerojardinería



El pasado mes abril se cumplían treinta años desde que Silvia Bures creó el concepto de Xerojardinería.

En el año 1991 Silvia Bures estaba realizando su doctorado en Horticultura en la Universidad de Georgia, en los Estados Unidos. Compaginaba sus estudios con la labor de corresponsal para la prestigiosa revista española Horticultura, donde cada mes nos sorprendía con nuevos avances tecnológicos.

Nos cuenta Silvia Bures que visitando una feria de jardinería, donde había acudido buscando ideas para sus artículos, se sorprendió al ver que el concepto de ahorro del agua estaba muy

extendido. “Había empresas de riego que tenían como eslogan ‘cada gota cuenta’, sustratos que ahorran agua, plantas resistentes a la sequía, materiales de cubierta del suelo para evitar la evaporación, variedades de césped que necesitaban poco riego, y un largo etcétera de empresas auxiliares del sector

de los viveros de planta ornamental y la jardinería que se publicitaban como eficientes en el uso del agua”.

Fue allí donde Bures encontró un stand sobre Xeriscape, que era de una asociación que promovía el ahorro del agua en jardinería. “Enseguida pensé que este concepto se podía extrapolar a nuestro país, en el que el clima mediterráneo no goza precisamente de abundancia de agua”.

Escribió un artículo para una revista del sector en abril de 1991, que se titulaba “El Xeriscape, un nuevo concepto de jardinería”. Avanzaba en el artículo que el término se debería traducir como Xerojardinería. “Fue un éxito, me llamaban por teléfono a mi casa en los Estados Unidos para conocer más sobre el tema, lo que nos llevó junto a Pere Papasseit, creador de Ediciones de Horticultura, a publicar dos libros sobre Xerojardinería” Pocas personas que se dedican a la jardinería en España desconocen hoy en día este término. “Me siento orgullosa de haber contribuido a la sostenibilidad de los jardines, aunque queda mucho recorrido. Por ejemplo, hace poco junto con el IRTA desarrollamos un sistema para tratar los lixiviados de la jardinería, lo que nos mereció el primer premio a la innovación de Mercabarna. Pero quizás hacen falta treinta años más para que todos seamos conscientes del valor de la preservación del medio ambiente”. Concluye Silvia Bures.

Más información en www.xerojardineria.com y www.buresinnova.com/jardineria/blog

“Quizá hacen falta treinta años más para que todos seamos conscientes del valor de la preservación del medio ambiente”



Sustratos “Made in Spain” con tecnología alemana

Desde principios de año, Gramoflor cuenta con una nueva planta de producción de sustratos ubicada en Valencia. La nueva fábrica Gramoflor Ibérica es una de las más modernas de Europa, ya que en ella se puede ver todo el *know-how* de la marca alemana. Estas instalaciones constan de un edificio de oficinas, con una capacidad para más de veinte personas, que alberga despachos, sala de reuniones, salas polivalentes, laboratorios, zona social y vestuarios. Además, cuenta también con tres naves industriales y espacios descubiertos que suman más

de 29.000 m² de parcela, para albergar los diferentes procesos de almacenaje de las materias primas, preparación y elaboración de los sustratos y una línea de envasado propia.

Gramoflor Ibérica dispone de una planta de mezclado con ocho bunkers para las diferentes materias primas, y nueve dosificadores para la incorporación de los diversos aditivos: fertilizantes, bioestimulantes, tensioactivos, arcillas, etc., mediante los cuales se pueden realizar miles de combinaciones de sustratos personalizadas, siendo su capacidad de producción de alrededor los 200 m³ de sustrato/hora.

De entre la maquinaria que más destaca, cabe citar la estación de cribado de la turba, mediante la cual se separa la turba en cuatro fracciones/estructuras diferentes. También, la máquina de deshilar el Ligonfibre o fibra de madera, única en toda la península, y desarrollada en Alemania por el equipo técnico de Gramoflor. Esta máquina garantiza una distribución adecuada y homogénea y la perfecta incorporación de la Ligonfibre en la línea de mezclado.

Por su parte, el Volumeter, también único en España, mide de forma continuada durante la producción el peso por volumen del sustrato que se esté fabricando, según la normativa UNE-EN 12580. Al mismo tiempo se encarga de recoger muestras de cada lote, independientemente de que se produzcan 20 o 200 m³, para su posterior análisis en el laboratorio y almacenamiento, con el objetivo de garantizarle al cliente un volumen de sustrato exacto al adquirido. ●

Gramoflor Ibérica dispone de una planta de mezclado con ocho bunkers para las diferentes materias primas, y nueve dosificadores para la incorporación de los diversos aditivos

Grupo Fertiberia y Solex ponen en marcha un proyecto de para avanzar en sostenibilidad



La compañía Solex Thermal Science se incorporará al proyecto que ha puesto en marcha Grupo Fertiberia en su planta de Puertollano para implantar un sistema de enfriamiento indirecto que permitirá reducir la huella de carbono, así como ampliar la oferta de productos y mejorar su calidad. Este proyecto se enmarca en el proceso de transformación que ha acometido la fábrica y que supondrá una inversión global de 17 millones de euros en 2021, en el marco de la política del Grupo Fertiberia de avanzar en una producción más sostenible y comprometida en la lucha contra el cambio climático.

Solex colaborará con Grupo Fertiberia en el desarrollo de un sistema de enfriamiento indirecto adaptado

específicamente a las necesidades del proceso de fabricación de urea perla para uso en la industria de automoción, controlando la temperatura de la producción y reduciendo el consumo de energía y las emisiones respecto a la tecnología de enfriamiento directo actualmente en uso en la planta.

La urea de grado industrial (Urea deNOx) que se fabrica en Puertollano se usa para producir AdBlue, utilizado para tratar gases de escape de motores diésel de vehículos e instalaciones industriales y reducir los óxidos de nitrógeno (NOx). "En Grupo Fertiberia apostamos por la producción sostenible y este proyecto en Puertollano con Solex es una muestra más de este compromiso. No solo mejoraremos la calidad

de nuestra urea de grado AdBlue, sino que, gracias a las innovadoras soluciones de enfriamiento de Solex, reduciremos nuestro consumo de energía y minimizaremos las emisiones de esta planta", ha destacado el director Industrial de Grupo Fertiberia, David Herrero.

Por su parte, Lowy Gunnewiek, CEO de Solex Thermal Science, ha manifestado que "nos complace ser parte de la importante inversión que Grupo Fertiberia está llevando a cabo en su planta de Puertollano para mejorar su sostenibilidad a largo plazo". "Este acuerdo de colaboración representa años de contactos y trabajo conjunto entre nuestras respectivas empresas y sienta las bases para el éxito de nuestra relación de cara al futuro", ha afirmado.

El proyecto de Grupo Fertiberia se suma a un número creciente de proyectos en los que Solex ha estado involucrado en España desde 1997. Además de fertilizantes, la compañía tiene referencias con aplicaciones de azúcar, polímeros, detergentes, arena de sílice, productos químicos y oleaginosas.

"Estamos muy orgullosos de la continua confianza que diferentes clientes de varias industrias siguen depositando en nosotros para ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas que satisfagan las necesidades de procesos de producción en constante evolución", ha señalado el director global de la división de Productos Alimenticios de Solex Thermal Science, Pedro Morán. "La innovación siempre ha estado a la vanguardia de lo que hacemos. Es lo que nos seguirá impulsando a medida que fortalecemos nuestra posición en diferentes industrias y en regiones clave de todo el mundo", ha manifestado. ●

Enmarcado dentro de una inversión global para el año 2021 de 17 millones de euros, el sistema supondrá reducir la huella de carbono en la producción, así como ampliar la oferta de productos y mejorar su calidad

Motosierra Stihl MS 400, la primera **motosierra con pistón de magnesio**

En el corazón de Stihl late el magnesio y, para que esto haya sido posible, un equipo de profesionales interdisciplinarios ha trabajado en aplicar la tecnología de la Fórmula 1 al diseño de los motores de las máquinas de la firma alemana. Cuanto más ligeras, más apreciadas, más manejables y más eficientes.

El último ejemplo de este desarrollo en i+D, es la motosierra MS 400 C-M, la primera motosierra del mundo con pistón de magnesio. Pesa 20 gramos menos que los modelos con pistón de aluminio, lo que se traduce en un 25% menos de peso y un 10% más de rendimiento.

La nueva motosierra Stihl, la primera en el mundo con pistón de magnesio, está diseñada para obtener más desplazamiento con menos peso. Su diseño universal la hacen perfecta para un uso extendido en tareas de poda y desrame. Probada en los entornos y por los profesionales más exigentes, la MS 400 C-M ha demostrado ser una motosierra resistente para talas y ligera para desramar y cortar.

"La idea era incorporar un nuevo modelo entre la MS 362 C-M y la MS 462 C-M, cumpliendo además con el objetivo de reducir las emisiones y aumentar la potencia" –asegura el responsable del proyecto Jonas Lank. Incrementar la comodidad para el usuario hubiera supuesto aumentar el peso de la máquina, pero "en Stihl hemos trabajado en la línea opuesta. Utilizar el magnesio requiere un conocimiento especializado, que nos ha proporcionado contar con nuestra propia fábrica de magnesio en Weinsheim, Alemania" – dice Lank.



“Incorporar este nuevo material ha supuesto menos peso y ha cambiado el interior de la máquina”

Nuevo material, nuevos retos

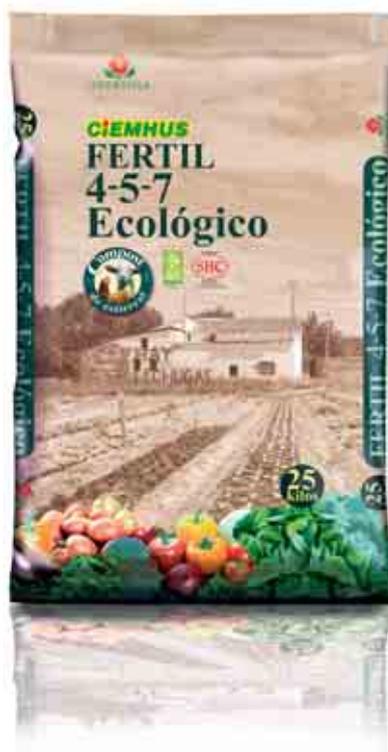
Incorporar este nuevo material ha supuesto menos peso y ha cambiado el interior de la máquina. Al contrario que el aluminio, el magnesio se dilata bajo condiciones extremas, lo que afecta al resto de componentes de la máquina. Como consecuencia, se ha rediseñado y optimizado el interior de la máquina y todos sus componentes, incluido el software.

Además, la nueva Stihl MS 400 C-M incorpora un motor con sistema M-Tronic 3.0 que ofrece al usuario la opción adicional de calibrar él mismo la máquina, mediante un sencillo procedimiento. "Por todo esto, esta mo-

tosierra es verdaderamente, una obra de arte" – concluye Lank. El pistón de magnesio desarrollado para la motosierra Stihl MS 400 C-M recibió el primer premio de la Feria Industrial Euroguss 2020, en la categoría de "Componentes de magnesio".

Una vez más, Stihl se ha volcado en el diseño, desarrollo, fabricación y prueba de un modelo que nace con vocación de facilitar el trabajo de los profesionales, aunando potencia, calidad, potencia y ergonomía. "Todo el Grupo ha participado en desarrollar este modelo, la experiencia común hace que los resultados sean realmente buenos" – afirma el responsable del proyecto. ●

Infertosa, paradigma de apoyo a la plantación sostenible

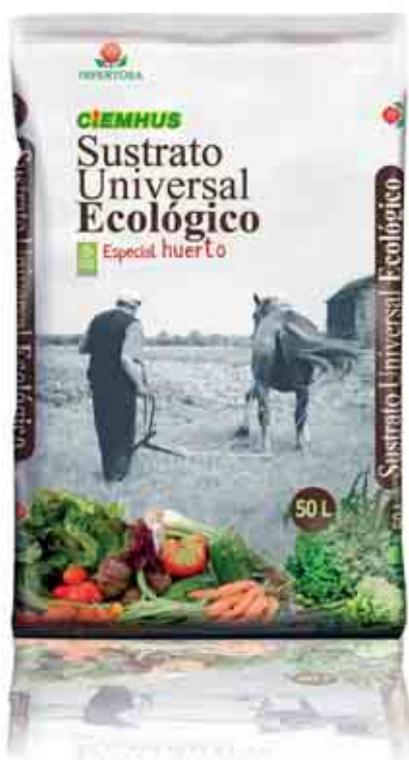


Desde que nuestra especie deja de ser nómada y empieza a planificar los cultivos, el huerto ha estado asociado a nuestra historia, convirtiéndose hoy en día en una vía de escape para evadirse del imparable ritmo urbano. En este sentido, los objetivos que Infertosa se plantea consisten en conseguir una plantación sostenible y en armonía con el ecosistema y para ello cuenta con productos que se unen a esta tendencia ecológica y sostenible. Ejemplo de ello es su abono peletizado Ciemhus Fertil 4-5-7 —disponible en saco de 25 Kg y como



novedad, en cubo de 2,2 kg—, o el sustrato Ciemhus Universal Ecológico en 50 L.

Infertosa representa un modelo de referencia por su sistema de extracción de turba, que ejemplifica cómo la extracción de esta puede contribuir a una mayor diversidad biológica, siendo respetuosa con el medio ambiente. Para la fabricación de sus productos, la firma dispone de extensas turberas de turba negra en España, que se explotan siguiendo principios de sostenibilidad y respeto de la biodiversidad de la zona. Asimismo, esta empresa especializada en el suministro de materiales de origen orgánico para la agricultura, viveros y el medio ambiente, se abastece también de turba de Sphagnum de los países bálticos y de cocopeat de India y Sri Lanka para producir diferentes mezclas de turbas, sustratos y fertilizantes orgánicos.



Ciemhus Fertil 4-5-7

Para el cultivo de huertos urbanos, Infertosa recomienda su Ciemhus Fertil 4-5-7, un compost en pellet de alta calidad que contiene los nutrientes necesarios para el crecimiento y desarrollo de gran cantidad de cultivos. Contiene compost vegetal y compost de estiércol de oveja alimentada en monte y gallinaza campera. Disponible en sacos de 25 Kg y en nuevo formato de cubos de 2,2 Kg.

Ciemhus Sustrato Universal Ecológico

Un sustrato ideal para huertos ecológicos y mesas de cultivo, ya que su estructura mejora la circulación del aire y del agua y su abono en pellets ecológico y el humus de lombriz que incorpora facilita el desarrollo correcto de cualquier cultivo. Disponible en formato de 50 L. Este sustrato se engloba dentro de la gama de productos ecológicos de Infertosa. ●

Osmocote 5, la última innovación de ICL

Con más de cincuenta años de experiencia, ICL ha desarrollado la quinta generación de innovadores fertilizantes de liberación controlada: Osmocote 5. El futuro de unas plantas más fuertes y sanas se esconde en cada uno de sus pequeños gránulos. Con el ingenioso sistema OTEA y la nueva tecnología NutriMatch de liberación controlada, los productores de planta tienen acceso a un nivel avanzado de fertilizantes, que ofrecen una excepcional salud para las plantas y un fantástico color para las hojas. Productores de todo el mundo, que ya han probado el impacto de Osmocote 5 en sus plantas, están entusiasmados.

Cada pequeño gránulo de Osmocote 5 contiene las tecnologías más novedosas para unas plantas más sanas y fuertes. Osmocote 5 cuenta con la tecnología NutriMatch-Release para ofrecer un patrón de liberación de NPK que se ajusta mejor que nunca a las necesidades de la planta. Este producto logra que la absorción de los nutrientes sea más eficiente y eficaz que nunca.

Osmocote 5 ofrece el ingenioso sistema OTEA, que optimiza la dispo-



ponibilidad de oligoelementos esenciales en el medio de cultivo y su absorción por las plantas. Esto garantiza el mejor color, salud y crecimiento de la planta.

Como cada innovación de Osmocote, Osmocote 5 se sometió a rigurosas pruebas en varios lugares del mundo antes de su introducción. Gerard Klein Onstenk, gerente de categoría global de horticultura ornamental en ICL, dice: "Empezamos a realizar pruebas hace tres años y después realizamos

múltiples ensayos de campo en Europa, e incluso en Australia. Estos ensayos de campo se llevaron a cabo de diferentes maneras, en diferentes condiciones climáticas, utilizando diferentes cultivos, sustratos, longevidades, métodos de aplicación y dosis. Las pruebas realizadas en estaciones de investigación independientes de Europa validan nuestras declaraciones y los resultados de los ensayos realizados en nuestras propias estaciones de ensayos de campo".



Ventajas para el productor

❖ Una absorción efectiva de los nutrientes gracias a la tecnología NutriMatch-Release.

❖ Sistema OTEA, para un color de hoja asombroso, así como para una mejor salud y crecimiento durante el cultivo e incluso después de su venta.

❖ El mejor rendimiento de su inversión en fertilizantes.

❖ Máxima seguridad para las plantas.

❖ Máxima uniformidad y control total: cada saco de producto ofrece un rendimiento idéntico. ●



La bella rareza: plantas poco comunes

Entre la belleza y la rareza existe una fina línea, que muchas veces llega a ser invisible. Donde los ojos de algunos ven extravagancia, otros encuentran belleza. Pero no todo es blanco o negro, también hay grises. Siempre hay unos terceros ojos, que son capaces de hallar en lo poco común un placer sensorial.

Por definición, rareza alude a la condición o esencia de singular, caprichoso o extraño. En cambio, belleza es la cualidad de provocar un placer sensorial, intelectual o espiritual. Desde el punto de vista biológico el concepto rareza es sinónimo de baja abundancia y de encontrarse en un área restringida.

En botánica los criterios de rareza ayudan a establecer categorías y priori-

dades de cara a la conservación de ciertas especies. Las plantas raras tienen una probabilidad más alta de extinción que las especies comunes, quizás en la escasez reside su belleza.

En 1981 se propusieron tres criterios para ayudar a establecer la rareza de las especies. El primer criterio es vivir en un área restringida. Como por ejemplo las especies endémicas de las Islas Baleares, que se encuentran localizadas en una determinada zona geográfica. La flora de las Baleares se compone de alrededor de 1.500 especies, de las cuales alrededor de 150 son características de la zona.

El segundo criterio es vivir en hábitats muy concretos y poco frecuentes. *Borderea Chouardii* es una especie que ha encontrado refugio entre las grietas

de las rocas calizas en la localidad de Sopeira, Aragón. Fue descubierta en 1951 y se sabe que puede llegar a los 300 años de vida. Se trata de una especie dioica, tiene individuos machos y hembras en distintos pies, provista con un tubérculo alargado que se hunde en los roquedos.

El tercer y último criterio, es tratarse de especies con poblaciones reducidas, es decir, con pocos individuos. En 1909 el botánico Francisco de Paula Jiménez Munuera descubrió una planta, *Astragalus Nitidiflorus*, que vive exclusivamente en el campo de Cartagena. Unos años después fue declarada planta extinta tras no conocer datos sobre su existencia y conservando solo un pliego y una descripción de la planta. Se le consideró como especie en-



Rafflesia Arnoldii en el bosque Sumatra.

démica de Cartagena, siendo la única población a nivel mundial. En 2004 el biólogo Sergio Martínez, especialista en botánica, la identificó en uno de los parajes de Cartagena. Tras el primer hallazgo se prospectó la zona y se localizaron otras 40 plantas adultas. En 2011 fue declarada como especie en peligro de extinción y en 2012 se inició un proyecto de conservación.

Existen algunos ejemplares de plantas poco comunes, en las que en su rareza se puede encontrar belleza.

Rafflesia Arnoldii es una planta parasitaria que habita en algunos de los bosques húmedos de Indonesia. Fue descubierta en 1818 en uno de los bosques tropicales de Sumatra. Esta planta se encuentra actualmente en peligro de extinción debido a la deforestación. La que es considerada como la flor más grande del mundo emana

de esta planta. Esta flor puede llegar a medir casi un metro de diámetro y pesar hasta 11 kg, son carnosas, de color rojizo o anaranjado y suelen florecer cada varios años. Como mecanismo de defensa emiten un fuerte olor fétido, similar al de la carne podrida, y calor para adoptar la apariencia de un animal muerto y así atraer la atención de las moscas carroñeras, que son los insectos que las polinizan. Rafflesia Arnoldii carece de hojas, brotes y raíces, por lo que no realiza la fotosíntesis. Se trata de una planta que parasita a los árboles creciendo sobre sus raíces, de donde obtiene todos los nutrientes necesarios.

Welwitschia Mirabilis es una planta endémica del desierto del Nimib, entre Angola y Namibia, que lleva más de 100 millones de años sobre la tierra. Se trata de una planta o árbol enano desértico con un tronco semienterrado, que apenas sobresale un metro de altura, y con dos únicas hojas de crecimiento continuo. Tras la germinación, las primeras hojas crecen entre 25-35 mm y dentro de ellas aparecen los capullos que crecen en forma alargada. Esta especie se reproduce por semillas, que deben mantenerse húmedas las dos primeras semanas y expuestas a la luz y calor. Se cree que la planta absorbe el agua a través de estructuras



Wolffia Arrhizae uno de los ríos europeos.

peculiares en sus hojas que le sirven para aprovechar el rocío nocturno del desierto. El Dr. Friedrich Welwitsch la descubrió en 1860. Fue considerada como una de las plantas más raras que existen y es bastante apreciada por coleccionistas.

Wolffia Arrhiza es una planta acuática, conocida comúnmente como lenteja de agua. El diámetro de esta especie oscila entre 0,8 y 1,3 mm de diámetro, lo que la convierte en la especie más pequeñas de las plantas vasculares. Tiene una forma globular con una superficie superior aplanada de color verde oscuro. Su estructura es muy reducida ya que carece de tallo, con 1 a 3 pequeñas hojas y con una inflorescencia diminuta, de estambres y 1 pistilo que no es visible a simple vista. Esta especie es capaz de flotar en la superficie de las aguas estancadas o tranquilas y se reproduce con facilidad. Se encuentra en las zonas templadas, subtropicales y tropicales de Europa, África, Asia occidental, Venezuela y Brasil oriental.

La naturaleza nos sorprende una vez más con innumerables especies atípicas. Estas plantas poseen características poco usuales y estas es lo que las vuelve, a nuestros ojos, más bellas.

Marina Agulló Antón ●



Welwitschia Mirabilis en el desierto Nimib.

JARDÍN VERTICAL CENTRO CÍVICO TABACALERA



Las medidas impresionan. Nada menos que 32 metros de ancho, 17 de alto y casi 24.000 plantas. Un proyecto de "altura" llevado a cabo por FDA Arquitectos y la instalación del jardín vertical ha sido realizado en junio de 2020 por Jardinería Diego. El proyecto técnico del jardín vertical ha sido desarrollado por Terapia Urbana utilizando el sistema modular Fytotextile RF, con clasificación de reacción al fuego B,s2,d0.

Los 558 metros cuadrados de instalación cuenta con un total de 22564 plantas de interior, suministradas por Corma, de 32 especies diferentes, con una densidad de plantación superior

a 41 plantas por metro cuadrado. Los diferentes tipos de plantas se seleccionaron cuidadosamente a partir de un estudio de soleamiento previo, teniendo en cuenta las horas de luz natural directa e indirecta recibidas en cada nivel a lo largo del día en las diferentes estaciones.

La particularidad

La particularidad de este jardín vertical es que puede tener distinta percepción dependiendo del punto de vista. Hay vistas cerradas desde los diferentes niveles y salas o vistas amplias, principalmente desde la planta baja o desde cubierta, donde se puede observar la mayor superficie del jardín vertical.

La idea principal del diseño se basa en la mezcla de estos puntos de vista que combinan dos escalas diferentes, una pequeña y una grande. La pequeña escala pone el foco en los detalles y en la paleta de plantas, mientras que la gran escala da una idea amplia del concepto de jardín vertical mostrando líneas más generales. Estas dos variantes en la percepción y la escala, se abordaron pensando en los patrones de mimbre y la obra del pintor expresionista abstracto americano Jackson Pollock (1912-1956). El "patrón de mimbre" ayuda a romper la rigidez de líneas horizontales y verticales dando coherencia al conjunto, mientras que la "técnica del goteo" o "dripping" de



Pollock, consistente en verter o salpicar pintura líquida sobre una superficie horizontal, permite apreciar detalles diferentes desde diferentes ángulos y "sumergirse" en el cuadro.

Técnica del goteo

La idea principal del diseño paisajístico vino influenciada por la distribución del edificio, ya que establece diferentes puntos de vistas, desde diferentes niveles. Una estructura de mimbre que combina la coexistencia del formato de línea horizontal y vertical combinada, y la «técnica de goteo» inspirada por el expresionista abstracto pintor estadounidense Jackson

Pollock, fueron las principales referencias para desarrollar el diseño final.

Aunque la parte superior del jardín vertical recibe luz natural del lucernario, se realizó un estudio de iluminación natural y se instaló un sistema de alumbrado auxiliar para asegurar que todas las plantas reciban una iluminación óptima durante el día. La luz artificial se controla por sensores, de forma que, en casos de insuficiente aporte natural, la luz artificial se activa gradualmente.

Este jardín vertical utiliza tecnología avanzada de riego controlado remotamente. Un sistema de recirculación,

respetuoso con el medio ambiente, garantiza el óptimo consumo de agua, y aporta información crucial como los niveles de humedad del sustrato en diferentes niveles del jardín, la temperatura interior, los niveles de pH y CE. El sistema cuenta con alertas para controlar posibles incidencias a través de sensores específicos.

Sensación de movimiento

El diseño "paisajístico" combina líneas audaces y vívidas que evocan una sensación de movimiento, o incluso una sensación de ondas acuosas en sus patrones abstractos. Se ha jugado con la selección de plantas en el diseño para provocar diferentes efectos basados en la morfología de cada especie. Sus colores y texturas, desarrollo, volumen y forma de crecimiento guían el uso de las plantas para cubrir áreas más amplias o más pequeñas. Para el fondo del diseño se ha creado un tapiz uniforme con plantas de cobertura de poco volumen. Por otra parte, se han utilizado plantas con mayor volumen para conseguir el efecto de patrón de mimbre deseado. En cuanto a las áreas salpicadas, se han utilizado plantas decorativas para dar un mayor énfasis basado en los colores.

Edificio biofílico

La posibilidad de abrir todas las estancias al atrio y tener un fondo biofílico es lo que explica la presencia del jardín vertical interior. Existe evidencia científica de que el contacto del ser humano con elementos naturales hace que mejore su confort físico y mental. Se considera que la biofilia (del latín bio+philios, atracción hacia el medio natural) es algo innato ya que el origen del ser humano se sitúa en el medio exterior, rodeado de naturaleza diversa. Los jardines verticales son una herramienta que promueve los beneficios del contacto del ser humano con el medio natural, consiguiendo un mayor confort, mejorando el bienestar, la concentración, la creatividad, la expresión verbal, el sentido estético o las emociones, entre otros. ●



UN ESPACIO DE INTEGRACIÓN ENTRE EL ARTE Y LA NATURALEZA

El proyecto del Conservatorio de Música de Shenzhen, en la costa sur de la provincia de Cantón, en la República Popular China, se caracteriza por el diálogo con el paisaje, y la integración de la música y las artes en la naturaleza. Todo ello bajo una propuesta de arquitectura orgánica y sostenible insertada en un paisaje excepcional.

Este masterplan del estudio Miralles Tagliabue EMBT, merecedor del primer premio del concurso internacional para la creación del Conservatorio de Música en esta ciudad, se basa en un diálogo equilibrado con el entorno natural, resaltando como prioridad la conservación del valor medioambiental del emplazamiento. El diálogo con el agua y lo verde crea una forma de entender el aprendizaje en un espacio de calma y conexión con la naturaleza para la educación y la creatividad.



El teatro principal destaca como protagonista y sitúa el campus desde las lejanas perspectivas abriéndolo al público y a la ciudad. La división de los límites entre el interior y el exterior se difumina totalmente gracias a la fluidez de la conexión con la naturaleza y la fusión completa con el paisaje.

El eje principal del complejo articula la posición de los edificios para la inter-

pretación artística: sala de ensayos, sala de conciertos y teatro. Mientras, las luminosas y verdes plazas interiores unen verticalmente los espacios de aprendizaje con los de interpretación musical, como si de un organismo vivo se tratase, en el que todas las partes quedan interconectadas. El conjunto de edificios crea un modelo educativo basado en la relación con la naturaleza. ●

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





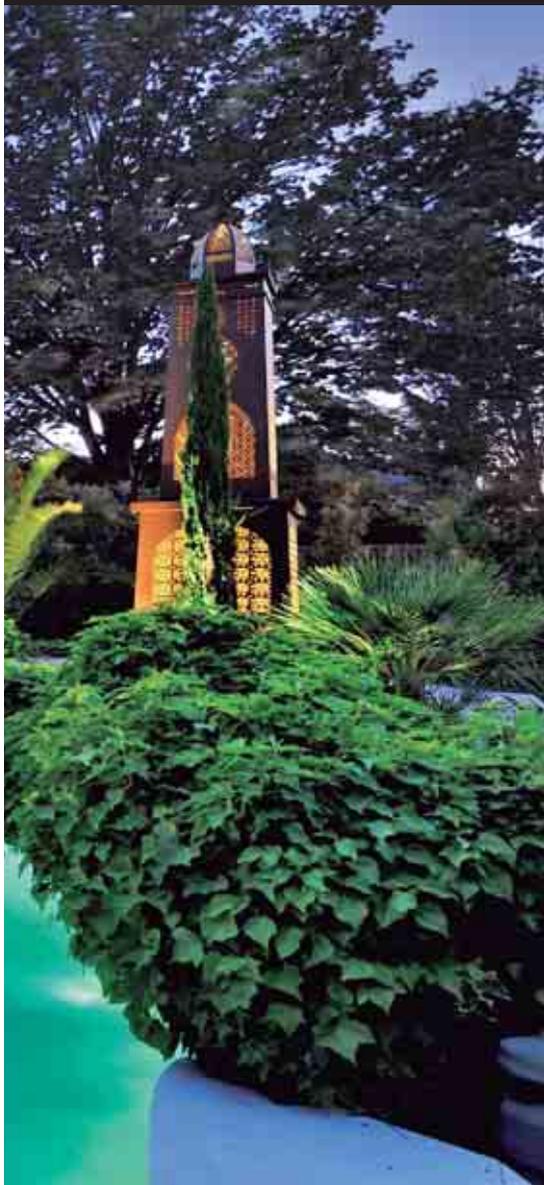
PAISAJISMO, JARDINES Y ARTE: **UNA SIMBIOSIS PERFECTA**

El ser humano siempre ha sentido la necesidad de expresarse, plasmando aquello que lo ha rodeado. Desde las pinturas rupestres hasta el arte más vanguardista, se han

reflejado aquellos aspectos más destacados en cada momento histórico.

Paisajismo y arte son dos conceptos que llevan conviviendo muchos años. Aunque el paisaje ha formado parte de las obras artísticas desde la antigüe-

dad, siendo un elemento recurrente a la hora de pintar, no fue hasta el siglo XVII cuando la pintura de paisaje, o paisajismo, se constituyó como un género autónomo en la pintura holandesa. Durante el Renacimiento fue el momento



en el que cogió mayor fuerza, ya que paisajes y jardines pasaron a convertirse en uno de los elementos principales de las obras artísticas.

La relación con la naturaleza es un elemento que se ha utilizado en infinidad de obras artísticas y por reconocidos creadores de la talla de El Bosco en una de sus obras más icónicas, "Jardín de las delicias", o posteriormente, en el Barroco, por Velázquez en "La Villa Medici". Y aunque la forma en la que ha sido usada la naturaleza ha ido evolucionando según las diferentes épocas o corrientes artísticas, el paisajismo y los jardines han estado siempre presentes.



El arte también es una fuente constante de inspiración para los profesionales del paisajismo, ya que desde el primer momento en el que se comienza a diseñar un jardín, se hace uso de la creatividad artística. En muchos de nuestros proyectos se hace una clara apuesta por enriquecer su efecto gracias a la inclusión de elementos artísticos de otras disciplinas o diversos elementos, como pueden ser las líneas lumínicas, tanto artísticas como escénicas, que nos ayuda a otorgar al jardín diversas formas de expresión.

La pintura es una de las artes que más podemos ver reflejadas en un jardín, ya sea en esta etapa temprana de creatividad y referencias, donde comenzamos a plasmar la idea de lo que será nuestro proyecto en un futuro, o a través de la incorporación de estas obras en el propio espacio, donde se puede contar con estas creaciones plásticas. El uso de la escultura quizá sea lo más extendido a la hora de incluir en un jardín, ya sea a través de obras escultóricas u otros elementos arquitectónicos como pueden ser bancos, fuentes, o cualquier

elemento que sea trabajado de una forma personal y única, para aunar funcionalidad y diseño.

Por otra parte, y aunque a priori no sea algo que solemos relacionar con un espacio verde, la literatura también puede formar parte de los jardines, y es algo en lo que desde el estudio de paisajismo Fernando Pozuelo Landscaping Collection creemos y apostamos firmemente como la forma más personalizada y memorable de diseñar un jardín. Son espacios concebidos a partir de un relato o cuento en el que los dueños son partícipes, dejando su huella en ellos.

El paisajismo, y más en detalle, los jardines, tienen que ser vistos como un lugar en el que se genere un espacio donde todos sus elementos, las plantas, la luz, el diseño e incluso las personas que se concentren en él, contribuyan a la fluidez de la armonía y la estética, y el arte juega un papel fundamental en ello. ●

Fernando Pozuelo, director del estudio de paisajismo Fernando Pozuelo Landscaping Collection.
www.fernandopozuelo.com

Paisajismo Digital, galardonada con el Premio Europeo de Tecnología e Innovación



Paisajismo Digital ha sido condecorado con el Premio Europeo de Tecnología e Innovación, un galardón concedido por la Asociación de Industria, Tecnología e Innovación. De acuerdo con Jordi Bentanachs Palomar, presidente fundador de la Asociación, este premio "se ha instaurado con el fin de distinguir a todas las empresas que realizan avances tecnológicos e innovaciones para mejorar la producción y el futuro de todos los españoles".

Asimismo, Bentanachs considera que el galardón "representa un paso adelante para conseguir la competitividad dentro de Europa de las empresas españolas".

La gala 2021 para la tercera edición del Premio Europeo a la Tecnología e Innovación se llevó a cabo la noche del pasado 26 de marzo, en el Hotel Marriot Auditorium de Madrid. La Dra. Gabriela Saravia fue la encargada de recibir el premio, como delegada de Paisajismo Digital, empresa fundada

y presidida desde 2006 por Rosana Almuzara Bertolucci, Arquitecta (Universidad Nacional de Buenos Aires) y Paisajista AEP, (Asociación Española de Paisajistas).

De igual forma, el acto sirvió de escenario para el nombramiento de socios de honor a personalidades conocidas por estar comprometidos con la tecnología y la innovación. Además, se realizaron nombramientos especiales a personas comprometidas con la Asociación.

Para seleccionar a los ganadores del premio, cada empresa galardonada ha pasado un estricto proceso de selección realizado por los analistas de la Asociación, hasta llegar a la aprobación por parte de la Junta Directiva de la concesión del reconocimiento. En este sentido, el objetivo de la organización es ayudar y apoyar a las empresas españolas a avanzar dentro de Europa, con la aspiración de liderar la tecnología e innovación en el Viejo Continente.

Desde Paisajismo Digital han agradecido a la Asociación de Industria, Tecnología e Innovación de España "por tan honorable distinción. Con ella reafirmamos nuestro compromiso por estimular el desarrollo y la innovación tecnológica desde nuestra perspectiva paisajista. La formación y capacitación online, a través de nuestra Escuela Online de Paisajismo, así como nuestros servicios integrales de arquitectura del paisaje seguirán a disposición de toda nuestra comunidad online, en aras de construir entornos que optimicen la calidad de vida del usuario, siempre mediante técnicas amigables con el medio ambiente". ●

El objetivo de la organización es ayudar y apoyar a las empresas españolas a avanzar dentro de Europa, con la aspiración de liderar la tecnología e innovación en el Viejo Continente

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**



Tel. 932 405 072 - info@aecj.org - www.aecj.org

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.

D41455 05/19

RAIN BIRD®