

**Agroalimentación.** Tierra de champiñones y pimientos —P4

# La Rioja

**Raquel Pérez Cuevas**  
Presidenta de DOCa Rioja

“El consumo  
se mantiene  
estable en 2025”

—P7



## I+D y tecnología junto al mejor vino

El crecimiento económico se sitúa por encima de la media nacional y el paro es uno de los más bajos de España ► Las exportaciones marcan récord ► La innovación tira de un sector agrario que busca diversificar y la industria se apoya en la ciencia para abrir nuevos nichos





## Balance macro

## El crecimiento riojano aguanta el ritmo en plena diversificación económica

Las previsiones estiman un alza anual del 3% en el segundo trimestre de 2025  
► La región busca nuevas vías ante la crisis de su sector vitivinícola

MARTA PINEDO  
MADRID

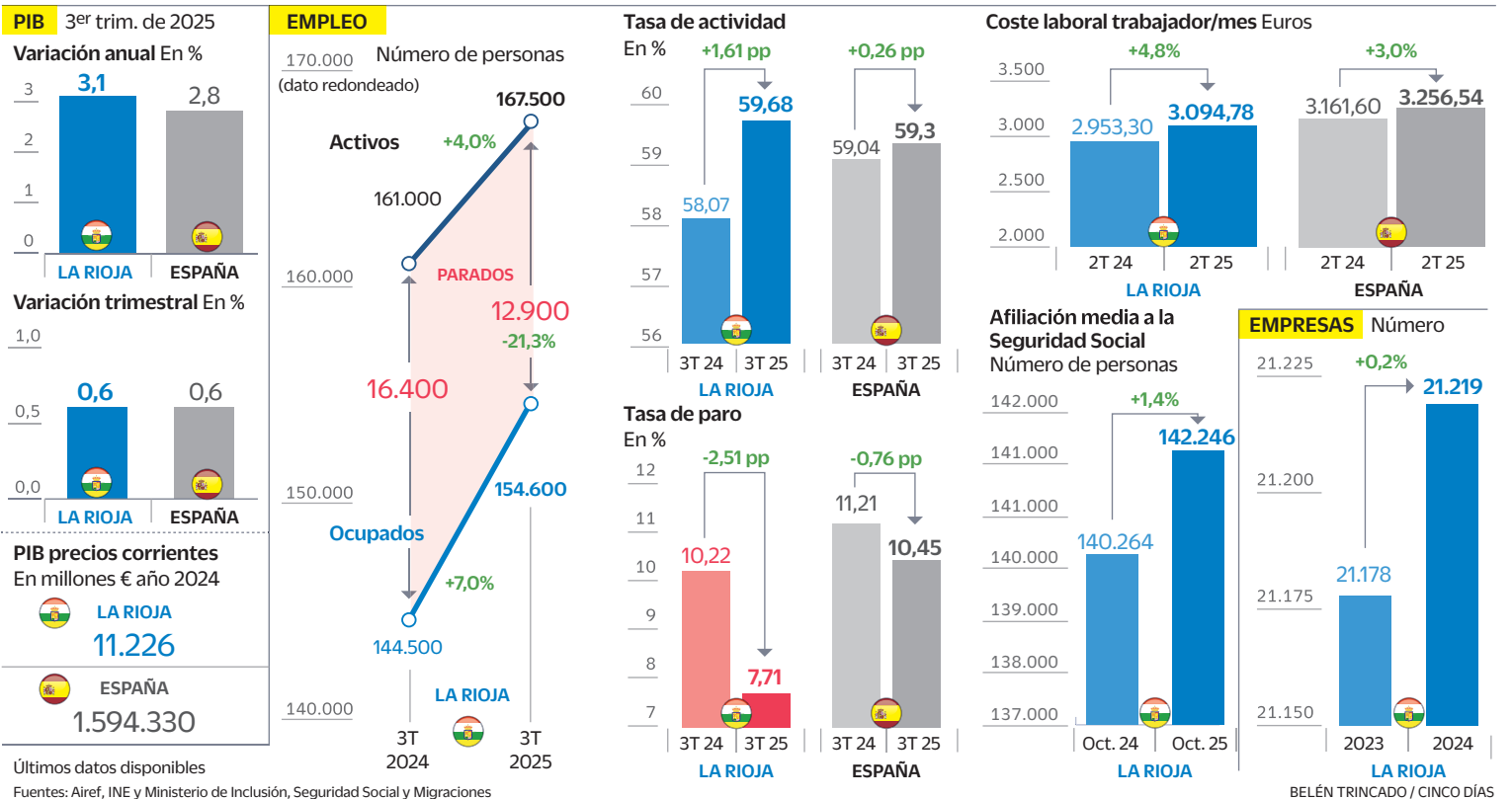
La economía riojana atraviesa un punto de inflexión. Su sector vitivinícola, emblema productivo y cultural, y su tradicional base industrial afrontan el reto de adaptarse al menor consumo y a la desaceleración, mientras la región diversifica su modelo productivo para consolidar el impulso. En este contexto, La Rioja resiste tras registrar un crecimiento del 3,1% en el tercer trimestre de 2025, tres décimas por encima de la media nacional (2,8%), según estimaciones de la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIReF).

El dinamismo económico se equipara al promedio del conjunto de España en términos intertrimestrales, con un incremento del 0,6% respecto al segundo trimestre del año. El sólido comportamiento ha permitido a la autonomía conservar, como es habitual, un PIB per cápita (34.475 euros) superior a la media nacional (32.633 euros), de acuerdo con los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) para 2024. Sin embargo, Fernando Antoñanzas, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de La Rioja, apunta a una distancia cada vez más ajustada: "La economía riojana ha perdido protagonismo en el país respecto a lo que significaba hace años".

Una de las principales palancas de crecimiento ha sido el consumo público y privado, impulsado por el aumento del empleo y la moderación de la inflación y los tipos de interés, recoge BBVA Research en su informe regional. A esto se suma el tirón del sector servicios, que registró en el segundo trimestre un crecimiento anual del valor añadido bruto (VAB) cercano al 4,5%, seguido de un inusual repunte de la construcción (6,2%), como evidencian los datos del Instituto de Estadística de La Rioja (Riojastat). Estas cifras contrastan con el persistente retroceso de la agricultura (2,2%).

La industria, una base tradicional de la actividad riojana, atraviesa un momento de reajuste. El índice de producción industrial (IPI) cayó un 6,5% en 2023, recuperó un 3,1% en 2024 y vuelve a contraerse un 0,8% en los primeros ocho meses de 2025,

## Principales indicadores económicos de La Rioja



**Las exportaciones crecieron un 5,1% en 2024 respecto al año previo, hasta un récord de 2.383 millones**

**En el tercer trimestre registró la quinta tasa de paro más baja del país: un 7,71%, frente al 10,45% nacional**

según el INE. "La industria auxiliar del automóvil, importante para La Rioja, está pasando un mal momento por la indefinición de los cambios tecnológicos entre los motores de combustión y eléctricos", advierte Antoñanzas.

Pese a la irregularidad, la ligera recuperación industrial se ha trasladado al comercio exterior. Las exportaciones riojanas crecieron un 5,1% en 2024 respecto al año previo, hasta marcar un récord de 2.383 millones de euros. Aunque el avance fue menor que en 2023 (10,4%), mantiene una tendencia favorable, señala Riojastat. La tasa de cobertura alcanzó en 2024 el 137,3%, por encima del promedio nacional (90,5%).

La resistencia económica también se deja sentir en el mercado laboral. La comunidad registró en el tercer trimestre de 2025 la quinta tasa de paro más baja del país, con un 7,71% frente al 10,45% nacional. Además, el número de afiliados se situó en octubre en 142.246 frente a los 140.264 del mismo mes de 2024. Antoñanzas señala el papel clave de la inmigración: "Sin la población extranjera habría escasez de mano de obra en las campañas agrícolas y en servicios". BBVA Research estima que los trabajadores inmigrantes han cubierto el 118% de los 3.700 empleos creados en

La Rioja entre 2021 y 2024, frente al 45% del conjunto de España.

## Nuevas vías

El contexto económico favorable no consigue aplacar los retos más acuciantes. El sector vitivinícola, pilar económico e identitario de la región, atraviesa un periodo complejo. El cambio en los gustos de los consumidores ha reducido el valor de la producción agraria y los ingresos de las bodegas, apunta Antoñanzas. "A La Rioja le ha pillado con el paso cambiado: produce un 85% de vino tinto cuando ahora se demandan más blancos y jóvenes", explica el catedrático. La DOCa Rioja cerró 2024 con una estimación de 240 millones de litros vendidos, un repunte del 0,63% interanual que no logra compensar los descensos de los dos ejercicios anteriores (5% en 2023 y 1,2% en 2022).

El Gobierno regional intenta abrir nuevas vías de diversificación más allá del vino y la industria tradicional, como el impulso del español y lenguas cooficiales como activo económico y tecnológico (en la inteligencia artificial), y la innovación en el embalaje sostenible. Pero Antoñanzas alerta de que "todavía es complicado" pronosticar su éxito y concluye: "La innovación es posible, pero requiere inversión y empresas más grandes para poder aplicarla eficientemente".

## Obstáculos

► **Conexión territorial.** La Rioja arrastra desde hace décadas un déficit de infraestructuras a pesar de su ubicación estratégica en el corredor del Ebro. Las comunicaciones ferroviarias y por carretera siguen siendo deficientes, y el aeropuerto de Logroño-Agoncillo permanece infrautilizado, con escasos vuelos, resume Fernando Antoñanzas, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de La Rioja. "Las comunicaciones, manifiestamente mejorables, condicionan la localización de empresas y la llegada de talento cualificado", sostiene.

► **Vivienda.** El precio del alquiler se ha disparado un 9,9% en el último año, según el último informe de precios de Idealista de octubre. Antoñanzas avisa de que esta tensión, en línea con la tendencia nacional, frena el desarrollo: "Está dificultando la movilidad de personas y de recursos que pueden traer ideas innovadoras, además de las consecuencias sociales que implica".



Entrevista Consejero de Turismo

# José Luis Pérez Pastor: “Queremos que cada pueblo pueda contar su historia a través del turismo”

El político riojano apuesta por un desarrollo sostenible, digital y fiel a la identidad del territorio ▶ Cuenta con un presupuesto de 62,4 millones de euros para 2026

M. PINEDO  
MADRID

**C**recer sin perder la esencia. Esa es la idea que guía a José Luis Pérez Pastor (Logroño, 1978) desde que comenzó a ejercer como consejero de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud de La Rioja en 2023. Los datos de su departamento confirman la fortaleza del modelo turístico regional, con más de 730.000 visitantes hasta septiembre –el 77% nacionales– y un gasto promedio diario de 120 euros.

Los turistas internacionales, en su mayoría de Francia, Reino Unido y Alemania, destinan de media 198 euros al día, lo que revela un perfil de “alto poder adquisitivo” con “motivaciones enogastronómicas y culturales”, se-

gún la Consejería. Con este marco trabaja Pérez Pastor, que presentó en octubre los presupuestos de 2026, dotados con 62,4 millones de euros, para consolidar un turismo sostenible y digital. En una entrevista telefónica, el consejero del PP defiende un modelo centrado en la identidad riojana y la cercanía.

## ¿Cuál es el perfil del visitante en la comunidad y el que se quiere potenciar?

La autenticidad y la escala humana son las señas de identidad de La Rioja. El visitante valora el patrimonio, el paisaje, la cultura del vino y lo pequeños que somos, que es una oportunidad de cercanía. El modelo va más allá de lo enológico y entronca con el turismo experiencial. Buscamos un visitante curioso que encuentre una experiencia completa, no un



TURISMO DE LA RIOJA

turismo que nos “pase por encima”.

## ¿En qué proyectos se traducirán los nuevos presupuestos?

Nos centramos en mejorar la experiencia a través de la digitalización y la identidad local. Hemos licitado

una plataforma de turismo inteligente para que las empresas y los ayuntamientos conecten su oferta y el turista encuentre todos los recursos en un solo servicio. Para 2026, los presupuestos contemplan reorientar las principales oficinas de turismo para ofrecer información ac-

tualizada y homogénea de todo el territorio.

## Describe los principales retos de su consejería.

Trabajamos para desestacionalizar, diversificar y descentralizar la oferta, tres principios que conforman nuestra estrategia. Desestacionalizar supone promover experiencias a lo largo de la semana y el año. Para diversificar, queremos impulsar viajes de negocios o incentivos dirigidos a colectivos prescriptores: el turismo de congresos tiene un carácter multiplicador para el futuro de La Rioja.

## ¿Cómo se combina con la sostenibilidad?

Buscamos descentralizar con el apoyo a iniciativas locales en las que la sostenibilidad emana de la práctica cotidiana. Buscamos un

equilibrio entre el desarrollo y la conservación.

## Resuma el plan para llegar a las zonas rurales

La cohesión territorial se construye poco a poco y el turismo es una oportunidad. La clave está en vertebrar el territorio y dar visibilidad a zonas menos conocidas. Hemos mantenido reuniones con el sector del transporte y creado rutas ciclopeatonales para impulsar la movilidad. Queremos que cada pueblo pueda contar su historia a través del turismo.

## ¿Cómo le gustaría posicionar a la región?

Queremos consolidar La Rioja como un destino gastronómico y cultural que combine patrimonio, paisaje y cultura. En un mundo que circula tan rápido, el gozo está en las pequeñas cosas.



# TE REGALA UNA SUSCRIPCIÓN A LA ESCUELA MASTERCHEF DURANTE 1 AÑO



## PARTICIPA CON TU TICKET DE COMPRA DE 2 PRODUCTOS GVTARRA EN [WWW.GVTARRA.COM](http://WWW.GVTARRA.COM)

PROMOCIÓN VÁLIDA DE 1 DE NOVIEMBRE AL 15 DE ENERO DE 2026. CONSULTA BASES PROMOCIONALES EN [WWW.GVTARRA.COM](http://WWW.GVTARRA.COM)



## Agroalimentación

# Una tierra de champiñones, pimientos e innovación alimentaria

**En Logroño se encuentra la sede de Food+i, un 'cluster' que opera en el valle del Ebro**  
**► Cuenta con un ecosistema de socios tecnológicos para impulsar la competitividad**

ALEJANDRO GONZÁLEZ LUNA  
MADRID

Cuando se piensa en La Rioja, el vino es siempre el primer referente. Pero esta comunidad autónoma cuenta con una rica y diversa industria agroalimentaria que va mucho más allá de la vid, y que ha adoptado la innovación y la sostenibilidad como ejes estratégicos. Desde las riberas del Ebro hasta los valles de Nájera, los productores riojanos están reinventando la manera de producir y transformar alimentos, de la mano de iniciativas como el *cluster* Food+i, una organización empresarial privada que impulsa la mejora competitiva del sector en la región.

Con sede en Logroño, Food+i reúne a más de 120 socios –al menos el 80% de ellos pymes y el 68% de La Rioja– que en conjunto generan más de 6.200 millones de euros en facturación y 15.260 empleos directos repartidos por todo el valle del Ebro. No es casual: la región, que también abarca zonas de Navarra, Cantabria, Castilla y León, País Vasco, Aragón y Cataluña, es una de las cuencas agrícolas más fértiles del continente europeo.

Según datos del *cluster*, a lo largo y ancho del valle del Ebro se concentra el 25% de las empresas del sector agroalimentario español, que representan el 36% de la facturación nacional –unos 45.369 millones– y el 33% del empleo total de esta industria, con más de 143.000 empleados. “Es una herramienta para anticipar oportunidades en un entorno colaborativo”, explica Juan Viejo, CEO de Food+i.

La organización no se limita solo a las compañías, sino que vertebra todo un ecosistema de socios tecnológicos, incluidas entidades como el Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), así como las principales plataformas empresariales vinculadas a la digitalización, la innovación y la bioeconomía a nivel europeo. “Ofrece a las empresas una plataforma para innovar, compartir conocimiento y ganar competitividad en un entorno cada vez más global y exigente”, afirma Viejo.

Una de las compañías que forma parte del *cluster* es The Real Green Food Co., propietaria de la marca The Real ChampiON. Desde sus tres cultivos en Autol, los más grandes de España, produce y comercializa más de 14 millones de



Cultivo de champiñones riojanos The Real ChampiON, ganadores del Premio del Sabor de los años 2024 y 2025. CEDIDA



Campo riojano. GETTY IMAGES

**La organización reúne a más de 120 empresas, al menos el 80% de ellas pymes y el 68% de La Rioja**

**La comunidad es líder nacional en la producción de setas y hongos: 70.000 toneladas anuales**

kilos de champiñón fresco al año, lo que representa el 75% de toda la producción en La Rioja. La empresa, que forma parte del grupo matriz Gvtarra–con unas ventas de 85 millones y 850 empleos en todo el país–, apuesta por la agricultura local y de kilómetro cero.

Aunque la fama de la región se debe principalmente al vino, la comunidad es líder nacional en la producción de champiñones y setas cultivadas, con 70.000 toneladas anuales y más de 2.500 puestos directos, cifras del Ejecutivo autonómico. Sin embargo, la sequía y las perturbaciones del mercado llevaron al Gobierno riojano a conceder ayudas en 2024 para paliar las pérdidas y garantizar la viabilidad de la producción. Por ello, la existencia de *hubs* como Food+i

se vuelve cada vez más relevante. “El cultivo es un proceso técnico y exigente. La clave está en una alta calidad y una integración completa y permanente de la cadena de valor”, señala Eduardo López, CEO de The Real Green Food Co. Y añade: “Formar parte de esta entidad nos permite conectar con centros tecnológicos y proyectos europeos que impulsan nuestra innovación”.

### Industria cárnica

En Calahorra, la familia Calatayud lleva más de 50 años transformando el sector avícola riojano. Lo que nació como una pequeña pollería fundada por José Calatayud es hoy Calatayud Cárnica Avícolas, una empresa con renombre nacional. “Si nos hubiéramos quedado haciendo lo mismo que hace 40 años, la compañía no existiría”, afirma Ángel Losantos Calatayud, director comercial y presidente de Food+i.

Con el apoyo del Centro Tecnológico Agroalimentario de La Rioja y del *cluster*, la firma ha desarrollado productos como la gama Chef Ideas (platos de ave listos para servir, sin conservantes ni colorantes), reconocidos con el Premio a la Innovación 2014 y el Premio a la Versatilidad del Salón de Gourmets. “Pertenecer a Food+i nos permite acceder a nuevos proyectos e información muy valiosa para la empresa. Nos abre la puerta a la innovación y a compartir conocimiento”, concluye.

### Otra joya gastronómica

► **Denominación.** Otro de los productos estrella de la región es el pimiento riojano, protegido bajo la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Pimiento Riojano, reconocida oficialmente en 2008. Se produce sobre todo en los valles de Rioja Baja, Media y Alta. Actualmente, bajo el sello de la IGP están inscritas seis empresas elaboradoras que cultivan unas 25 hectáreas. Se comercializan en fresco o en conserva –en tarros de 350 y 700 gramos–, siempre con su etiqueta numerada IGP Pimiento Riojano, explican desde la denominación.

► **Artesanal.** “Lo cultivamos y lo hacemos todo nosotros mismos”, detalla Jesús Martínez, presidente de IGP Pimiento Riojano y responsable de Conservas Marnal, empresa familiar que elabora esta verdura asada al modo tradicional. Y añade: “Mantendremos el mismo sistema de producción que hace décadas, todo es manual, artesanal. El pimiento riojano tiene un sabor único, suave, que acompaña cualquier plato, desde una ensalada hasta unos huevos rotos”.



CONTENIDO PATROCINADO

# La IA irrumpe en la educación y transforma la enseñanza universitaria

**UNIR integra metodologías activas y tutorías digitales, guiando al alumno en un aprendizaje práctico que fortalece su autonomía y lo conecta con su futuro profesional**



EVA ASENSIO, DIRECTORA DE INNOVACIÓN ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA (UNIR). CEDIDA

**L**as universidades viven una transformación sin precedentes. La inteligencia artificial (IA) y los nuevos modelos digitales están cambiando no solo la forma de enseñar, sino también el papel del profesor y las expectativas de los estudiantes. Ya no basta con impartir contenidos: los alumnos, nativos digitales, quieren participar, experimentar y conectar lo que aprenden con la realidad desarrollando competencias útiles para su vida profesional.

La innovación educativa es fundamental para enfrentar estos desafíos y mejorar los resultados. Según la OCDE, los programas que incorporan metodologías innovadoras logran aumentar la empleabilidad de sus egresados entre un 15% y un 20%. Técnicas, por ejemplo, como el *microlearning*, que organiza los contenidos en lecciones breves y muy focalizadas, se ha demostrado que incrementan la retención del conocimiento hasta un 20% en comparación con los métodos tradicionales.

Además, las nuevas tecnologías facilitan una enseñanza más inclusiva, permitiendo que cada estudiante aprenda a su ritmo y

de manera autónoma, independientemente de su contexto o capacidad.

Esta apuesta por la innovación también beneficia a las universidades en términos estratégicos: aquellas con una cultura consolidada de innovación educativa tienden a posicionarse mejor en los rankings y a generar cambios que revitalizan la enseñanza, la investigación y su vinculación con la sociedad.

Para Eva Asensio, directora de innovación académica de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), esta innovación debe tener siempre al estudiante como eje central. “Para eso son las nuevas herramientas, para mejorar la experiencia de aprendizaje, hacerlo más efectivo, motivador y de calidad, y que el alumno perciba que lo que aprende impacta en su desarrollo personal y en su carrera profesional”, señala.

En resumen, todas las nuevas tendencias educativas, sobre todo en el ámbito universitario, se centran en que el alumno aprenda a través de problemas y retos, lo que le permite desarrollar el pensamiento crítico y las competencias vinculadas con el entorno social y laboral, enfocándose en la resolu-

ción de problemas reales. Estas metodologías se están viendo potenciadas por la inteligencia artificial, que Asensio califica como “la tecnología más disruptiva que ha impactado en la educación”. A diferencia de innovaciones anteriores, la IA ya está provocando un cambio profundo al transformar los roles tradicionales de profesores y estudiantes, así como la forma de aprender y los sistemas de evaluación. Por ello, recalca, “la clave

no está en prohibir su uso, sino en enseñar a trabajar con ella de manera crítica, usándola como aliada y no como sustituta”.

## Retos

Estos cambios traen consigo desafíos importantes. La inteligencia artificial va a obligar a repensar las actividades educativas. Muchas tareas tradicionales, como ensayos breves o ejercicios de repetición, pierden sentido si los estudiantes pueden completarlas con ayuda de la IA. Por ello, es necesario rediseñar las actividades para que fomenten el pensamiento crítico, la creatividad y la resolución de problemas reales, potenciando competencias que la tecnología no pueda sustituir.

Otro de los grandes retos para las universidades es la escalabilidad de la innovación. Implementar metodologías activas con miles de estudiantes requiere estandarización y medición constante de resultados.

En este sentido, UNIR impulsa la innovación mediante una metodología sistematizada que comienza con pilotos en grupos reducidos, se ajusta y luego se escala al conjunto de la institución. Este proceso se basa en el modelo 4P

—problemas, proyectos, personalización y portafolio— y se apoya en una potente analítica educativa que utiliza KPI (indicadores de desempeño) para detectar “puntos de dolor” o áreas de mejora mediante el seguimiento de indicadores de rendimiento y experiencia del alumno. La analítica también permite aprender de los errores de manera rápida y ajustar las prácticas docentes en tiempo real, garantizando la efectividad de los cambios.

Entre otras iniciativas innovadoras, UNIR ha desarrollado Súper Edu, un sistema de tutoría que acompaña al estudiante en su aprendizaje autónomo. Ofrece resúmenes de materias, test para medir la asimilación de contenidos, retroalimentación sobre actividades y contenidos en formato podcast, todo dentro de un entorno seguro, acotado a los contenidos y recursos propios de la universidad, con un entrenamiento supervisado por docentes, lo que garantiza respuestas contextualizadas, precisas y seguras. No sustituye al profesor, sino que complementa su labor ofreciendo acompañamiento continuo las 24 horas.

La entidad también está desarrollando pilotos de innovación centrados en lo que denominan “IA profesionalizante”: formar a los estudiantes en el uso crítico y técnico de herramientas de la inteligencia artificial aplicadas a su ámbito profesional (por ejemplo, para marketing digital, análisis de datos o publicidad).

Además, cuenta con asistentes digitales de apoyo a los docentes, que les ayudan a diseñar clases más dinámicas, incorporar ejemplos prácticos y gamificación, generar contenidos de alta calidad y evaluar de manera más eficiente, liberando al profesor de tiempo para poder hacer un seguimiento más personalizado del alumnado. “La IA no sustituirá al profesorado, sino que liberará tiempo para lo más valioso: el acompañamiento humano y personalizado al estudiante”, asegura Asensio. La clave, afirma, está en integrarla de manera ética, segura y pedagógica, garantizando siempre la supervisión humana y la transparencia en su uso.

UNIR, con casi 100.000 estudiantes y aulas virtuales que acogen a alumnos de casi un centenar de países, es un ejemplo de cómo la innovación transforma la experiencia universitaria.

Escalabilidad.

Llevar la innovación

educativa a miles de

estudiantes requiere

medición constante



## Encuentro

## El absentismo y la falta de personal cualificado, los grandes retos empresariales

**Los directivos defienden la agilidad en la gestión de las ayudas y menos papeleo**  
**► Piden que las normativas tengan en cuenta los sectores en los que se van a aplicar**

**B. BARBA DE ALBA**  
**LOGROÑO**

**I**ncentivar el trabajo en el campo y en los oficios, reducir el absentismo y normas acordes a la actividad son las principales demandas de los directivos de Marqués de Cáceres, Mazapanes de Soto Segura y Feralco, convocados por Radio Rioja SER y **CincoDías** para abordar los desafíos empresariales en la región.

Sobre las medidas destinadas a aligerar el papeleo y el peso regulatorio que sufren, coinciden en que “aún queda mucho camino por hacer”. Para César Río, gerente de la empresa centenaria Mazapanes de Soto Segura, “la burocracia es enorme, quita mucho tiempo y es ineficiente porque no produce”.

“Se deberían agilizar un poquito más los trámites”, comenta Rafael Arcos, director de la empresa química sueca Feralco Gestima, especializada en fabricación de productos para tratamientos de aguas, con dos plantas en Logroño. “Una modificación sustancial de la autorización ambiental aquí puede costar seis meses y en otras comunidades, solo tres”, puntualiza.

El trabajo administrativo es una carga muy importante, asegura David Losantos, director general de Bodegas Marqués de Cáceres. “Tenemos que aprovechar la digitalización para invertir en que los procesos sean más ágiles, tanto en la autonomía, a nivel nacional como europeo”, considera. La empresa exporta a 140 países y “para obtener subvenciones, por ejemplo, para promocionar vinos, hay países más ágiles que el nuestro”. Río arguye que aunque haya más digitalización, “en alimentación ha supuesto más impuestos, rellenar más hojas y más trabas. Quita producción, quita margen”, insiste.

Los invitados convienen que la Administración debería consultarles a la hora de legislar, ya que algunas normas deberían ser más flexibles, tener en cuenta las peculiaridades de los sectores productivos en los que trabaja. “No es lo mismo una cadena de montaje de automoción que una bodega”, señala Losantos. Sobre la llegada de fondos, Arcos desvela que Feralco ha solicitado ayuda pública para nuevas inversiones y está en plena tramitación.

Respecto a la subida del salario mínimo, manifiestan que “no les ha afectado porque ya estaban abo-



**David Losantos (director general de Marqués de Cáceres), César Río (gerente de Mazapanes de Soto Segura) y Rafael Arcos (director general de Feralco), en la sede de Radio Rioja SER, en Logroño. D. ALDAMA**

**Faltan trabajadores en los oficios y cuesta atraer jóvenes al sector agrario**

**El recorte de la jornada supondría una merma de productividad y competitividad**

nando salarios por encima”. Río señala que “sí les ha impactado el alza de las cotizaciones sociales”.

Y sobre la posible reducción de la jornada laboral, consideran que es complicado porque el trabajo hay que sacarlo. “Si se reduce el tiempo, al final se sacará menos producción”, estiman.

“La reducción de horario provocaría una pérdida de productividad y nuestra ratio ya es bastante baja”, recuerda Losantos. En Marqués de Cáceres hemos tomado medidas para conciliar como jornada continua los viernes o en verano. Además, añade que “en el sector agrario el verdadero problema es el cambio generacional”. Las 80 horas extra como máximo también puede ser un problema cuando hay picos de producción por ser una actividad estacional. “No es lo mismo horas extras en agricultura que en oficina”, dice.

Al final, en La Rioja, el 7% del PIB depende de la viticultura y “cuesta encontrar personal, en una actividad que depende del clima y no se sabe si se recogerá la uva en tres horas o en 18 porque al día siguiente llueve o hay tormentas”.

En Mazapanes de Soto Segura reconocen la dificultad para en-

contrar personal, faltan oficios. “He tardado dos años en encontrar un pastelero, he probado siete personas y al final ha sido un fichaje”, lamenta Río. Destaca que en la empresa ya trabajaban con fijos discontinuos antes de la ley. Y añade: “Hemos quitado el turno de noche porque era improductivo”.

“Hemos trabajado con una cultura del esfuerzo, pero las nuevas generaciones tienen otras expectativas, hay que incentivar a los jóvenes para que accedan al mercado de trabajo, engancharlos, para que afronten los empleos con entusiasmo. No nos podemos quedar sin tomate, sin huerta, sin cebada, sin vino”, avanza.

#### Impacto del cambio climático

Empresas de tres sectores diversos muestran cómo les afecta el alza de la temperatura. A las bodegas, como Marqués de Cáceres, las inclemencias pueden obligarles a adelantar la vendimia y a recoger en poco tiempo la uva para evitar que se pierda la cosecha. De hecho, este año la producción es un 30% inferior.

También Losantos recuerda que les está obligando a plantar en alturas mayores. “El microclima de La

Rioja, protegido por la sierra está evitando que el cambio climático sea muy extremo”.

El fabricante de mazapán desvela que “otoños fríos favorecen que se venda más dulce que cuando noviembre es más cálido”. Lo que no se haya vendido para año nuevo, ya no se vende, no se alarga la temporada. “En Reyes se liquidan los mazapanes”, recalca.

Feralco comenta que las sequías hacen que vendan menos productos químicos para depurar el agua. “Si no hay correntías, no hay que clarificar el agua, disminuye el consumo de reactivos”.

Recuerda que las peticiones que impone Bruselas en depuración de agua son grandes y cada vez los parámetros son más exigentes. “A nosotros nos viene bien, cuanto más haya que afinar más reactivo habrá que meter”, predice.

Socarronamente Río señala que “el principal reto es vender más”. Y matizan, “y cobrar”. “Sigue siendo un país bananero, donde te pueden dar un pagaré sin fondo que en Francia supondría ir a la cárcel”. El director de Feralco reconoce que aunque la ley de morosidad establece que se tienen que cobrar en 60 días, 30 días en la Administración, luego si trabajas con las grandes empresas, te obligan a firmar contratos de cobro en 180 días.

El bodeguero apunta que se rigen por la ley de cadena alimentaria. Le preocupa la microeconomía, la subida de precios, que provoca que el consumidor pueda comprar una botella en lugar de dos de vino.

Los mazapanes también han sufrido la subida de sus tres productos básicos, la almendra, el azúcar y el chocolate. El chocolate ha aumentado un 50% y el azúcar ha doblado su precio.

El absentismo es un verdadero problema, “que un 10% de la plantilla no venga a trabajar es una barbaridad”, indica Río. Generalmente, añaden, que faltan al trabajo los lunes y los viernes. Esto supone que al final “necesites más gente para que la cadena de producción no se detenga”. Esto provoca “mermas productivas, como empresa tenemos demandas que cubrir”.

Todos son partidarios de crear mecanismos que incentiven el trabajo y aplicar medidas como en los países nórdicos que a la tercera vez que un parado rechace un trabajo, se pierde la ayuda social. “No es de recibo que existan parados y se tenga que ir a contratar fuera de España”, concluyen.



## Entrevista Presidenta del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja

# Raquel Pérez Cuevas: “Veremos vinos con menos graduación alcohólica, pero siempre preservando la calidad”

**Las ventas de Rioja subieron un 0,63% el año pasado y se mantienen en 2025**  
► **Se comercializa en 135 países y las exportaciones suponen un 41% del negocio**

BEGOÑA BARBA DE ALBA  
LOGROÑO

Desde el mes de junio, Raquel Pérez Cuevas representa a 13.000 viticultores y 600 bodegas que generan un volumen de negocio de 1.500 millones de euros al año. Nacida en 1974 en Quel, el corazón de la Rioja Oriental, esta ingeniera agrónoma, enóloga y miembro de la familia Ontañón preside el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja (DOCa Rioja).

### En un mundo de hombres, es la primera presidenta.

Al final, el vino es un mundo rural en el que siempre ha habido mujeres, pero nunca han sido primeras espadas. Ahora cada vez hay más enólogas, más directoras comerciales...

### Las ventas mundiales de vino han caído, ¿cómo ha afectado a la DOCa Rioja?

El vino a escala global está tocado porque es un producto sensible a las incertidumbres, tanto geopolíticas como económicas; es para disfrutar y compartir. Hay denominaciones que lo están pasando mal, como California o Burdeos. Sorprendentemente, Rioja creció un 0,63% en 2024. El 41% de las ventas son exportaciones. Sabemos que la situación está difícil, pero creo que Rioja tiene recorrido. Se tiende a beber menos y con más calidad y ahí Rioja tiene mucho que decir. A julio de 2025, las ventas subieron el 1,7%. El consumo se mantiene estable.

### ¿Y en España?

Rioja es el vino preferido de los consumidores españoles, por delante del resto de denominaciones, acaparando el 27% del mercado. En valor supone el 30,4% de la cuota. En el caso de los tintos, más del 38%, y es la segunda denominación en ventas de vino blanco.

### ¿Qué quiere decir calificada?

Significa que los estándares de calidad son bastante más estrictos. Todo el vino Rioja se embotella en la zona. Tiene etiqueta y franja holográfica. Se controlan los rendimientos por hectárea en el momento de la vendimia, 5.850 kilos



DOMINGO ALDAMA

este año. Se comunica si está en el tanque, en bodega y cuánto stock tiene. Hay control satelital de la producción, por inteligencia artificial y visitas aleatorias.

### ¿Invierten en promoción?

Unos 10 millones de euros anuales en publicidad, eventos, prescriptores, maridajes. Las campañas son importantes, pero cualquiera que venga a nuestra tierra y lleve Rioja en el corazón se convierte en embajador, y eso es un valor incalculable.

### ¿Es posible compensar el impacto de los aranceles de EE UU?

Nuestra vocación exportadora es irrenunciable, vendemos a 135 países; a día de hoy, pocas empresas lo pueden decir. Estados Unidos es nuestro tercer mercado exterior. Tras España está Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Países Bajos. En EE UU se ha notado un poco, veníamos de crecer un 17%, pero un alza de doble dígito es difícil de mantener en el tiempo. Rioja vio la oportunidad en Canadá, donde ha elevado las ventas un 25% en los ocho primeros meses del año.

### ¿Qué ha supuesto el centenario para Rioja?

Rioja es la primera denominación de España (1925) y la primera en obtener el reconocimiento de calificada (1991). Estos cien años no solo nos pertenecen a Rioja, sino a la gente que disfruta del vino, a los apasionados del rioja, y como los hay en todo el mundo, pues lo hemos celebrado en México, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Suiza y China. De ahí la campaña “Vívete un Rioja”.

### ¿Cuál es el impacto económico del vino?

El vino es el sector más importante de la región. Rioja es pionera y líder en enoturismo, es la denominación donde más bodegas abren sus puertas, 200 de las casi 600 que la integran. Recibe cada año 912.000 visitantes. La actividad revierte en la industria auxiliar, en hoteles, restaurantes, comercios... Es cultura, historia, fiesta. Somos una región acogedora, amable. El impacto económico se estima en unos 197 millones de euros, un 11% más que el año anterior. Tenemos algunas bodegas entre las mejores del mundo y las más sostenibles.

### ¿Acumulan muchos premios? ¿Siente la presión?

Triunfar en los certámenes internacionales (DWWA), figurar en la *Guía Peñín*, *Proensa*, *Vinos Gourmets*, *Decanter* o los 100 mejores vinos de *Wine Spectator* supone mucho trabajo y responsabilidad.

### En el vino, ¿es posible innovar?

Vamos marcando camino. Por ejemplo, la categorización de los vinos por envejecimiento: genérico [primer año, etiqueta verde]; crianza [envejecido al menos dos años y uno en bodega, roja]; reserva [tres años, azul], y gran reserva [cinco años, marrón], nació aquí en 1980, después lo tomaron otras denominaciones y, al final, el ministerio lo redactó como norma.

### ¿La pelea con Rioja Alavesa ha terminado?

El Tribunal Superior de Justicia ha dado la razón al Consejo Regulador. Creo que ha sido un gasto innecesario. Tanto Rioja Alavesa como Rioja Oriental o Rioja Alta tienen su propia identidad. Pero la denominación tiene recursos, menciones, como paraguas. Ahora tenemos que trabajar juntos para que las ventas vayan bien.

### Burdeos ha eliminado viñedo. ¿Qué opina de levantar cepas?

Hace tres años comenzamos un plan de recuperación de equilibrio porque veíamos que el consumo se podía reducir. Establecimos 25 medidas y estamos mejor que como estábamos. Preferimos hablar de disminución de la masa vegetal. Haremos lo que dicte el pleno y las decisiones se toman por consenso del 75%. El viñedo es patrimonio de la humanidad, sostenibilidad es cuidar el mundo rural, y a la gente del campo nos cuesta arrancar. Las bodegas centenarias son el origen de Rioja.

### Este año la producción ha disminuido un 30%.

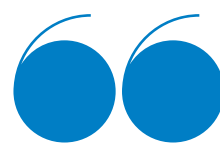
Las inclemencias meteorológicas, el pedrisco y el mildiu han reducido la producción a 227 millones de kilos. Sin embargo, la cosecha es de una excelente calidad. Vamos a hacer vinos que se recuerden muchos años.

### El cambio climático, ¿cómo está afectando?

Las cosechas nos vienen un poco menguadas, pero hay diversidades de variedades y suelos, unas se cultivan en zonas bajas y otras altas, tenemos más recursos para adaptarnos. Muchas bodegas son autosuficientes energéticamente.

### ¿Qué veremos en el futuro? ¿Vinos con menos graduación? ¿Más tratamientos cosméticos?

A lo mejor se consume menos vino, pero de una forma más consciente. Hemos aprobado una reducción limitada del grado alcohólico, pero siempre que vaya acompañado de requisitos de calidad. Del vino se utiliza todo para cosméticos, orujos, vinagres, abono del viñedo y alimento de los animales.



**La cosecha este año es de una excelente calidad. Somos el segundo vendedor en blancos**



**Los aranceles se han notado poco, veníamos de crecer un 17% en Estados Unidos y vimos oportunidad en Canadá**



## Innovación

## Dialnet se consolida como puente entre la ciencia y el tejido productivo

La plataforma de la Universidad de La Rioja es un referente ► Ha lanzado herramientas para empresas, investigadores y Administraciones

RADIO RIOJA / CINCO DÍAS  
LOGROÑO

Desde su creación en 2001 como hemeroteca colaborativa universitaria, Dialnet ha recorrido un largo camino hasta convertirse en uno de los principales referentes mundiales en difusión de ciencia en español. Gestionado por la Fundación Dialnet –vinculada a la Universidad de La Rioja–, el proyecto ha evolucionado hacia una plataforma tecnológica con vocación internacional, orientada tanto al ámbito académico como al tejido productivo.

En la actualidad, cuenta con más de 10 millones de documentos indexados, cerca de 3 millones de usuarios registrados y una red de más de 150 instituciones colaboradoras de España y América Latina. Su objetivo: facilitar el acceso abierto al conocimiento científico en lengua española y conectar a los investigadores con otros agentes sociales y económicos, de acuerdo con datos de la fundación.

Eva Sanz Arazuri, rectora de la Universidad de La Rioja, destaca el valor estratégico que ha tenido el proyecto. “Para nosotros ha sido un orgullo ver que, pese a lo pequeños que somos, hemos sido capaces de convertirnos en referencia mundial, poniendo la ciencia al alcance de todos los actores del sistema: universidades, centros de investigación, empresas y Administraciones públicas”, señala.

El convenio Dialnet Global, firmado entre la Fundación Dialnet y el Gobierno de La Rioja en 2023, ha permitido acelerar el desarrollo de muchos de los proyectos tecnológicos que están actualmente en marcha en la plataforma. Dentro de este convenio hay financiación procedente de los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR), que proviene del Ministerio para la Transformación Digital y la Función Pública.

La Fundación Dialnet se ha consolidado como la mayor base de datos de artículos científicos en español del mundo, con documentos curados y enriquecidos. Eso permite trabajar en aplicaciones avanzadas con total seguridad. Bajo la marca Dialnet Global, la entidad ha ampliado



Equipo de Dialnet, herramienta de la Universidad de La Rioja. DIALNET

su propuesta de productos tecnológicos. Dialnet es la base de datos en abierto, mientras que Dialnet CRIS (*current research information system*) está dirigido a instituciones universitarias y centros de investigación. Dialnet Métricas es una herramienta capaz de ofrecer un mapa del estado de la investigación con todas las reseñas bibliográficas e informes, agilizando todos los trámites. Ahora está dirigido a empresas e instituciones públicas en el marco de los fondos Next Generation.

#### Aliado empresarial

El nuevo proyecto de la Fundación, Dialnet Transferencia, tiene como objetivo acercar el conocimiento académico al mundo empresarial. Concebido como un sistema inteligente de vigilancia tecnológica, esta herramienta permite localizar expertos, proyectos, patentes e investigaciones relevantes para resolver problemas concretos del tejido productivo nacional.

Elena López Tamayo, directora gerente de la Fundación Dialnet, asegura que “van a cubrir, de manera eficaz, una brecha de mercado existente, ahorrando tiempo y costes a empresas, investigadores y Administraciones públicas”, indica. “Queremos que la empresa nos mire como un aliado”. El objetivo de la nueva herramienta

es ayudar a las organizaciones en sus investigaciones porque, según López, pueden encontrar “a los mejores expertos relacionados con sus áreas de interés, permitiéndoles aprovechar el conocimiento científico ya generado y aportándoles, de este modo, la información precisa acerca de quienes investigan en esa área y son los principales expertos”.

También pueden saber cuáles son sus resultados, sus colaboraciones, los proyectos relevantes relacionados con su interés, las patentes y los informes del estado del arte. La plataforma permite la instalación de alertas o avisos ante nuevos descubrimientos, “constituyendo un completo sistema inteligente de vigilancia tecnológica”.

Cree que esta “va a ser una herramienta que va a facilitar al sector productivo encontrar a los mejores expertos y científicos que faciliten el análisis de sus procesos y procedimientos, ayudándoles a mejorar productos y servicios y agilizando su toma de decisiones”. Muchas veces se da el caso de que el investigador no sabe lo que necesita la empresa y ésta no sabe lo que puede aportarle la universidad. Ese es el hueco que quiere cubrir la Fundación con su proyecto de innovación Dialnet Transferencia.

#### En el mundo

► **Datos.** La plataforma Dialnet, en sus diversos desarrollos, ya cuenta con cerca de 3 millones de usuarios, más de 10 millones de documentos indexados y casi 62 millones de alertas disponibles. Además, su red de colaboradores está formada por más de 150 instituciones de España (el 92% de las universidades públicas) y de otras tantas en 14 países de América Latina.

► **Tecnología propia.** La fundación trabaja con comunidades, mapas de conocimiento y otros tipo de tecnología avanzada que ha creado y desarrollado con tecnología propia. En dos años, la organización ha duplicado su personal. En el ejercicio 2025 está formado por 30 personas que combinan perfiles técnicos (ingenieros) y otros más humanistas.

► **CRIS.** El Current Research Information System (CRIS) es un sistema ofrecido por la Fundación Dialnet a organizaciones generadoras de conocimiento para la gestión de su producción científica. El 56% de las universidades públicas españolas cuentan con DialnetCRIS como su portal de investigación. A nivel general, la mitad de los centros universitarios españoles tienen acceso directo a esta plataforma y la entidad ya ha empezado su expansión por Latinoamérica.

► **Velocidad.** El objetivo es que los investigadores sean más productivos. El sistema genera, de forma automatizada, los informes tal y como son requeridos por Aneca (Agencia Nacional de Evaluación y Calidad) y por los distintos organismos de calificación. El tiempo que los profesionales antes dedicaban a temas administrativos, ahora lo pueden aplicar a investigar. Dialnet, que es un sistema tecnológico vivo, en constante evolución, va a incorporar las infraestructuras técnicas de las universidades y de otras entidades generadoras de conocimiento en sus portales de investigación.

**El convenio Dialnet Global firmado en 2023 ha permitido acelerar el desarrollo de las aplicaciones**

**En la actualidad, tiene más de 10 millones de documentos indexados**



CONTENIDO PATROCINADO



UNA MUJER COMPRA VERDURAS EN UN SUPERMERCADO EROSKI DE LA RIOJA. CEDIDA

# El vínculo de EROSKI con La Rioja: territorio, trabajo y futuro

**Con 22 establecimientos y más de 150 proveedores locales, la cooperativa vasca afianza un modelo de empresa que une desarrollo económico, sostenibilidad y cercanía**

**E**ROSKI ha consolidado en las últimas décadas una relación estable y profunda con La Rioja. Su presencia en la comunidad –con 22 establecimientos, 305 empleos directos y una red de más de 155 proveedores locales– se ha convertido en un ejemplo de modelo de empresa que combina rentabilidad, sostenibilidad y compromiso social. La cooperativa refuerza así su apuesta por la economía de proximidad y el desarrollo rural, con compras anuales en la región que alcanzan los 68 millones de euros.

El corazón de esta estrategia es el producto local y de temporada. Este enfoque alcanzó los 1.300 millones de euros en compras a productores agroalimentarios a escala nacional en 2024. Actualmente, 1.100 artículos elaborados en esta comunidad llenan las estanterías de sus tiendas, llevando al consumidor frutas, verduras, vinos, conservas y aceites de hasta 59 pequeños productores.

Este vínculo permite ofrecer alimentos frescos y de calidad para los consumidores, pero también contribuye a fijar población en el medio rural y a sostener un tejido

productivo que da sentido al lema de la empresa: “Crear y crecer contigo”.

El compromiso de la compañía con el territorio va más allá del mostrador. La empresa colabora con asociaciones y entidades del sector agroalimentario riojano para impulsar la innovación, la sostenibilidad y el relevo generacional. Su red comercial actúa como escaparate de esa diversidad, un punto de conexión entre las manos detrás del producto y los consumidores que valoran la cercanía y la calidad.

En esta línea, la cooperativa ultima la apertura de un nuevo supermercado en Calahorra, prevista para finales de noviembre. Será un espacio diseñado bajo el modelo de tienda “Contigo”, orientado a ofrecer una experiencia de compra más eficiente y sostenible.

El vínculo de EROSKI con las personas también se expresa en su modelo cooperativo. Más del 85% de la plantilla riojana es socia trabajadora, una cifra que refleja el espíritu participativo de la organización. Este sistema garantiza la estabilidad laboral de los empleados, fomenta el compromiso con la gestión empresarial y con una mirada a largo plazo.

## El impulso al sello de calidad de la región

**La empresa refuerza su compromiso con la comunidad al ofrecer en sus tiendas una amplia gama de productos de denominación de origen e indicaciones geográficas protegidas, como los vinos DOCa Rioja, el Pimiento y el Chorizo riojanos (IGP), el Aceite de La Rioja, el Queso Camerano, la Pera de Rincón de Soto o la Coliflor de Calahorra; así como elaboraciones tradicionales bajo marca colectiva, como el Pan Sobao de La Rioja.**

**Esta apuesta por la riqueza agroalimentaria del territorio impulsa los sellos de calidad y autenticidad locales, la economía regional, apoya a los productores y genera valor compartido.**

Esa misma confianza la comparten los 95.000 socios-cliente que forman parte del programa EROSKI Club en La Rioja, producto de unos lazos contruidos a lo largo de los años. Ellos pueden gozar de ventajas personales, promociones y contenidos centrados en la salud y el ahorro familiar. Un ejemplo es el acuerdo con la Asociación de Celíacos de La Rioja (ACERI), que facilita el acceso a productos sin gluten. Además, las líneas EROSKI Natur y EROSKI Bio amplían su oferta de alimentos saludables, con menos azúcares, menos sal y certificados de producción responsable.

El modelo de la cooperativa vasca, con más de medio siglo de trayectoria, ha demostrado que es posible combinar eficiencia económica con propósito social. Los resultados del primer semestre del ejercicio fiscal de 2025 lo confirman: la firma alcanzó ventas brutas de 2.949 millones de euros, cifra que rebasa en un 2,9% al monto correspondiente al mismo periodo del año anterior. El beneficio neto se elevó a 55,5 millones, un 10,6% superior, y el ebitda ascendió a 157,5 millones, un 1,8% más.

El crecimiento económico llega junto a una profunda transfor-

**El grupo da empleo**

**a 305 riojanos,**

**de los cuales**

**más del 85% son**

**socios trabajadores**

mación digital. La cooperativa ha lanzado su propio *marketplace*, que ensancha la oferta comercial en línea y crea un ecosistema virtual cada vez más integrado. A ello se suman inversiones en analítica avanzada e inteligencia artificial para optimizar la gestión de promociones y la relación con los clientes.

En el ámbito operativo, la modernización de la logística y los sistemas de gestión de tienda refuerza la productividad. Todo ello se enmarca en un plan tecnológico de más de 100 millones de euros hasta 2026. La presencia de EROSKI en La Rioja refleja una manera de hacer empresa que une territorio, empleo y futuro. Una apuesta por el desarrollo local que, lejos de agotarse, se renueva a cada paso.



## Formación

## De Logroño al mundo: la educación superior cruza fronteras

**La Universidad de La Rioja lidera la alianza europea sobre vino y alimentos de calidad**  
**► Con su modelo digital, UNIR amplía horizontes hacia Latinoamérica**

VÍCTOR ESPUELAS  
LOGROÑO

**E**l himno de Logroño es premonitorio sobre la importancia de la educación superior en La Rioja. “En Logroño no hay tranvía, pero hay universidad”, reza esta popular jota que glosa algunas de las principales señas de identidad de esta región –la menos poblada en España, con 329.522 habitantes, según el INE a octubre de 2025–.

En Logroño conviven la Universidad de La Rioja (UR), que ha superado por primera vez la barrera de los 5.000 estudiantes, y la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), con más de 90.000, en su caso, gracias a un modelo en internet en constante crecimiento en el mundo hispanohablante. Dos universidades diferentes que, lejos de ser competencia, son perfectamente complementarias.

Ambas instituciones comparten el mismo entorno en Logroño –sus respectivas sedes se encuentra a menos de 300 metros–, desde donde tratan de ampliar fronteras. La UR lidera la alianza europea EU-GIFT, en la que participan otros seis campus de Portugal, Francia, Italia, Alemania, Hungría y Rumanía, sobre bebidas y alimentos de calidad y agricultura sostenible. “EU GIFT marida lo local y lo global, lo regional y lo internacional, poniendo el valor en la identidad geográfica”, subraya la rectora, Eva Sanz. “Permite una expansión de la UR y La Rioja por Europa y es motor de la transición de los sistemas alimentarios hacia la sostenibilidad”, añade sobre esta iniciativa –una de las 65 alianzas de universidades europeas–, que agrupa a 56.000 estudiantes y 3.000 investigadores y docentes en siete países.

UNIR tiene un objetivo muy claro. “Nuestra vocación es ser la principal universidad en línea en español del mundo”, subraya su director ejecutivo, Javier Galiana. Una ambiciosa estrategia que tiene en Latinoamérica su principal mercado de expansión. “América Latina pasará de 32 a 60 millones de estudiantes universitarios de aquí a 2040. Las universidades presenciales no podrán atender solas esta de-



El campus público ha superado por primera vez los 5.000 estudiantes. UNIVERSIDAD DE LA RIOJA



Cerca de mil estudiantes de grado y máster participaron en el acto de graduación en Logroño. UNIR

**1,9**

**millones de estudiantes de grado y máster en 10 años**

**Es la demanda prevista en la próxima década en el entorno académico, de acuerdo con un informe reciente elaborado por UNIR. De ahí que el futuro de la enseñanza sea a la vez presencial, virtual e híbrido.**

manda y necesitarán recurrir a la formación en línea e híbrida”, apunta. Para ello, ya han formado a cerca de 70.000 docentes procedentes de esta región del mundo.

Pero el crecimiento de la UR no es solo exterior sino también interior. El campus público tiene previsto poner en marcha el próximo curso dos nuevos grados, Medicina y Tecnología del Lenguaje, además de un máster en Enseñanza del Español. “Con Medicina aspiramos a generar,

atraer y retener talento médico en La Rioja”, explica Sanz. Las otras dos enseñanzas están vinculadas a uno de los ejes prioritarios para la región, el valle de la lengua, diseñado para impulsar el español como palanca de desarrollo económico y social.

UNIR fundamenta su crecimiento en las nuevas tecnologías y, en especial, la inteligencia artificial. “La IA constituye un pilar estratégico”, reconoce Galiana, con un “profundo” potencial transformador en el plazo

de cinco años, aunque esta universidad privada, perteneciente al grupo Proeduca, tampoco renuncia a crecer en su emplazamiento actual, donde proyecta un nuevo edificio. “Queremos seguir creciendo desde La Rioja hacia el mundo”, sostiene.

Una educación superior orientada a la excelencia en la formación académica y la investigación. “La investigación forma parte de la misión social de UNIR”, resalta Galiana, convencido también de los beneficios de la transferencia de los resultados a la sociedad. En la actualidad, cuenta con 69 grupos de investigación en sus seis facultades y con especial predicamento en ciberpsicología, riesgos laborales, ciencia de datos y comunicación y sociedad digital. Acaba de lograr la máxima calificación y se sitúa entre las mejores universidades en internet del mundo, según la consultora británica QS Stars.

La UR es la segunda universidad pública en España con mejor inserción laboral, de acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. “La investigación es lo que hace que nuestra educación sea superior, la mejor inversión de futuro”, resalta Sanz. Prueba de ello, la UR, que cuenta con 66 grupos de investigación y 554 investigadores, ha puesto en marcha en los dos últimos años dos nuevos institutos para avanzar en los ámbitos de la química y la computación científica.

“La UR lleva desde 2000 empleando la enseñanza online y fue la primera universidad en implantar estudios oficiales en esta modalidad íntegramente”, admite la rectora sobre un campus que “no pierde su esencia presencial”. Por su parte, en UNIR están convencidos de que “el futuro de la educación superior es a la vez presencial, virtual e híbrido”, agrega Galiana.

Por ello, aunque “UNIR va a seguir siendo siempre una universidad predominantemente digital”, ya se imparten clases en determinados estudios. Una flexibilidad con la que pretenden dar respuesta a una realidad. En su informe *Universitarios en España. Estudio sociodemográfico de su demanda futura (2030-2035)* contemplan más de 1,9 millones de estudiantes de máster y grado en 10 años.



CONTENIDO PATROCINADO

# La Rioja, destapar el tarro de las esencias

**La región fluye con las estaciones, ofreciendo actividades de naturaleza, culturales y gastronómicas, rurales y urbanas, durante todo el año**

**M**enos de 40 minutos en coche separan el monasterio de San Millán de la Cogolla, al suroeste de La Rioja, considerado cuna del castellano, y Logroño, al norte, con su vibrante calle Laurel llena de vino, tapas y vida. Entre la concentración de icnitas o huellas fósiles de dinosaurio grabadas en el sureste –Enciso, Igea, Cornago– y los viñedos de la Denominación de Origen Calificada Rioja que alfombran, al noroeste, Haro –su Barrio de la Estación tiene la mayor concentración de bodegas centenarias del mundo– o Briones –con su Museo del Vino– distan apenas 115 kilómetros.

La más pequeña de las comunidades autónomas peninsulares –5.045 kilómetros cuadrados,



ruta de cicloturismo entre viñedos. FOTOS: DANI ACEVEDO/ TURISMO DE LA RIOJA



PAREJA DE TURISTAS EN SANTO DOMINGO.

El paisaje sirve

de escenario

a una variada

oferta de

turismo activo

325.000 habitantes– se muestra a los visitantes como el frasco de un perfume concentrado y riquísimo. Abrirlo es darse un paseo por la historia, una caminata por la naturaleza, un festín gastronómico.

En La Rioja no hace falta mirar el calendario para saber que ha llegado el otoño. Por estas fechas, sus más de 500 bodegas se encuentran en plena ebullición debido a la vendimia. A continuación llegará la sobriedad invernal de las vides sin hojas. Hasta que el deshielo y las lluvias provoquen una explosión de verde, y las yemas, después las primeras bayas, asomen para anunciar que ha llegado la primavera. El sol del verano las engordará y cargará de zumo, preparándolas para comenzar el ciclo de nuevo.

Este paisaje cambiante sirve de escenario a una oferta de turismo activo muy variada. Rutas en bicicleta, a pie, a caballo, incluso en globo o en *quad*. Si la estación de Valdezcaray invita a esquiar cuando la nieve cubre las laderas del pico san Lorenzo, a partir de



CAMINO DE SANTIAGO TRAS DEJAR NÁJERA.

marzo es un disfrute conocer las cascadas naturales de Puente Ra –en la Sierra Cebollera–, las lagunas glaciares en Urbión, los humedales protegidos en Alfaro; o darse una vuelta por la frondosa huerta de La Rioja Baja.

Julio y agosto son buenos meses para perderse en las estrellas que titilan en los cielos libres de contaminación lumínica de los valles de Leza, Jubera, Cidacos, Alhama –Reserva de la Biosfera desde 2003, Destino Starlight desde 2012–; y para sumergirse en los deportes náuticos del embalse González Lacasa –el popular pantano de El Rasillo–, y en las actividades de kayak, piraguas o *rafting* que se organizan en algunos ríos.

Inmutables al constante fluir de las estaciones figuran dos ex-

periencias que se pueden realizar durante todo el año: el golf –hay tres campos, en Logroño, Cirueña y Sojuela– y el enoturismo. Tras la vendimia, el agricultor cede su protagonismo al enólogo, quien deja que (en la bodega) la naturaleza siga su curso, y se produzca la transformación del zumo de uva en el vino. El visitante puede conocer las tolvas donde se reciben los racimos, los depósitos en los que inicia la fermentación, las barricas donde se cría, el botellero en el que “el vino ya duerme su último sueño antes de llegar a la copa”.

Las primeras evidencias de la vida en la región se remontan a fenicios y celtíberos –estos últimos habitaron Contrebia Leucade (actual término municipal de

Aguilar de Río Alhama)–, alrededor del siglo XI antes de Cristo. Los distintos pobladores han ido conformando el paisaje, como se percibe en Calagurris (Calahorra), Ilurcis (Alfaro), Vareia (Varea) o Trinium (Tricio), donde los romanos dejaron su huella. Y en los castillos medievales de Clavijo –donde la leyenda sitúa la aparición milagrosa de Santiago durante la Reconquista– o los de Aguas Mansas en Agoncillo, Arnedo, Inestrillas, Briones, Sajazarra y San Vicente de la Sonsierra, el de Leiva o el de Davalillo.

Junto a los torreones y fortificaciones defensivas asoman el monasterio de Santa María la Real de Nájera –el segundo panteón real más importante de España después del de san Lorenzo de El

Escorial–, el de Vico en Arnedo, el de la Piedad en Casalarreina, el de Valvanera en Anguiano –con la patrona de La Rioja– o el bello gótico cisterciense de la Abadía de Cañas.

El patrimonio sale al paso en el tramo riojano del Camino de Santiago, donde confluyen el Camino Francés con el del Ebro y el Vasco del Interior. En su recorrido asoman monumentos como la concatedral de La Redonda (barroco churrigueresco), las iglesias de Santiago El Real, San Bartolomé o la Imperial de Santa María de Palacio, en Logroño, o la catedral de Santo Domingo de la Calzada. En La Rioja, el saludo peregrino podría tener una apostilla: “Buen camino, y disfruta del arte de las pequeñas cosas”.

<https://lariojatourismo.com>



# #Vívete un Rioja



**100 RIOJA**  
Desde 1925

**WINEinMODERATION**  
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR  
"El vino solo se disfruta con moderación"