



El stand de La Rioja Calidad, uno de los más visitados.

# Calidad a gran escala

Más profesional y más centrada en aspectos tecnológicos,  
Salical apuesta por su proyección internacional

La IX edición de Salical y Tecnosalical ha abierto sus puertas por primera vez sólo a profesionales del sector. Con una estética renovada, dos conceptos han ocupado parte de las conferencias y seminarios: la profesionalización y la internacionalización. El sector agroalimentario riojano supone el 40% del PIB, pero éste deberá adecuarse a la reducción gradual de ayudas por parte de la UE, lo que conllevará a las empresas a buscar una mayor calidad en sus productos, mayores esfuerzos tecnológicos y mayor expansión internacional. Por ello, parte de los seminarios ofrecidos se han dedicado a la internacionalización de las empresas y su comercialización con el exterior.

Texto: **Raquel Cano**  
Fotografías: **Riojapress**

La calidad como signo distintivo de La Rioja y la internacionalización de las empresas riojanas han constituido el eje central de la IX edición del Salón Internacional de Calidad Alimentaria, Salical 2007. Un salón organizado de manera conjunta entre la Consejería de Agricultura y la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja. La feria fue inaugurada por la ministra de Agricultura, Elena Espinosa, y el presidente del Gobierno de La Rioja, Pedro Sanz, quienes valoraron la importancia y

repercusión que tienen este tipo de eventos para la promoción de productos alimentarios, especialmente por la cantidad de marcas distintivas que posee La Rioja. En palabras del presidente del Gobierno regional, este tipo de salones consolidan a nivel mundial la imagen de La Rioja ligada a la calidad.

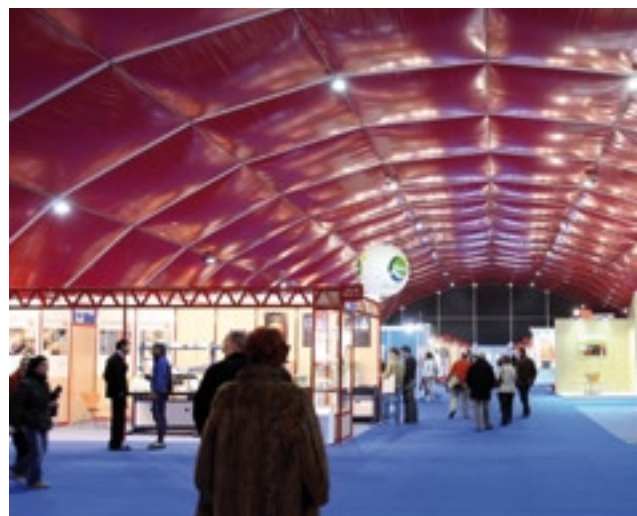
Del 27 al 30 de marzo, la edición más profesional de Salical ha acogido, en sus 14.000 m<sup>2</sup>, 140 expositores, más de 500 empresas alimentarias, profesionales, importadores, Comunidades



La ministra Elena Espinosa, el presidente riojano Pedro Sanz y el consejero Javier Erro recorren la feria tras la inauguración.



Panorámica del recinto ferial, que cuenta con 14.000 m² de área de exposición.



Tecnosalical reunió en un único salón a profesionales, empresas y compradores.

Autónomas, Consejos Reguladores y empresas de maquinaria y equipamiento, todos ellos se han dado cita en este salón, que este año ha recibido más de 8.000 visitantes, de los que 5.000 fueron profesionales del sector. La Rioja se ha convertido durante estos cuatro días en la capital de la calidad agroalimentaria por excelencia.

El crecimiento que ha experimentado Salical en los últimos años ha sido notable, especialmente por la incorporación de diferentes aspectos técnicos en un salón paralelo y la celebración de jornadas, seminarios y encuentros, a los que se ha añadido esta edición Vinomaq, un espacio para la maquinaria vinícola que se ha integrado a la feria con el fin de optimizar esfuerzos y obtener la máxima rentabilidad para las empresas.

Entre las principales jornadas de esta edición destacan la II Jornada sobre

propiedades saludables del consumo de champiñón, en la que han sido analizadas sus propiedades (nutricionales y dietéticas) como alimento para la prevención de determinadas enfermedades; El VII Encuentro europeo de denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP) y especialidades tradicionales garantizadas (ETG), en cuyo transcurso se ha puesto de manifiesto las dudas que plantea la nueva normativa europea de productos alimentarios de calidad, que establece la apertura a otros países y la llegada de nuevas marcas al mercado internacional; y La II Jornada de gestión y control integral de procesos, que esta edición ha tratado de la logística en las PYMES; sus retos y soluciones y en la que tuvo su protagonismo la presentación del Parque Logístico de La Rioja, un proyecto urbanístico que se

gestiona en la actualidad y cuyas obras comenzarán en 2008.

Este año, Salical-Tecnosalical 2007 ha prestado especial atención a la internacionalización, haciendo hincapié en los mercados estadounidense y alemán a través de dos seminarios organizados en colaboración con el Instituto de Comercio Exterior: "El aceite de oliva en el mercado de EE UU", en el que se han analizado las principales líneas de exportación y las características del mercado estadounidense: un mercado en el que el 40% de las familias consume regularmente aceite, pero no distingue entre "virgen" y "virgen extra". Los expertos recomiendan a los exportadores que definan cuál es el sector de la población en el que quieren introducir su producto y marcar su estrategia para que sus productos tengan identidad propia y lleguen al consumidor.



El consejero de Agricultura clausura, junto a nutricionistas e investigadores, las jornadas dedicadas al champiñón.



El stand del Gobierno de La Rioja.







Salical se convirtió en un gran escaparate de productos de calidad. / Raquel Cano

Dentro de este marco de seminarios dedicados al mercado internacional hay que destacar también el de “La conserva vegetal en el mercado alemán”, en el que se pusieron sobre la mesa las principales particularidades de este mercado. Los datos demuestran que Alemania se ha convertido en el undécimo país destinatario de la producción riojana y, dentro de ésta, los alemanes compran principalmente champiñones riojanos.

Con el objetivo de darle una proyección internacional a esta feria, está prevista en los próximos meses la presencia de empresas, profesionales e instituciones en los mercados alemán y estadounidense dentro de las denominadas misiones comerciales. Además de estos seminarios hay que añadir el seminario práctico sobre la internacionalización con China, que tuvo lugar

el último día de este salón internacional, y durante el cual se analizaron las claves para planificar la entrada de los productos riojanos en este país. El acercamiento entre los dos países es ya una realidad, especialmente con la celebración durante 2007 del “Año de España en China”.

Asimismo, también se han llevado a cabo diversas actividades paralelas por parte de los expositores presentes en la muestra, entre las que destacan las catas de carnes, frutas, embutidos, vino y aceites, y diversas reuniones y conferencias. Igualmente, el recinto sirvió de escenario para que las empresas riojanas presentaran sus productos y sus nuevos proyectos.

### Alimento cinco estrellas

Pocos alimentos influyen de forma tan beneficiosa en la salud como el champiñón. Además de sus cualidades dietéticas, diferentes estudios científicos acaban de demostrar que se trata de un producto excepcional para la prevención de ciertos tipos de cánceres y determinadas dolencias. Estos datos han sido recibidos de forma muy positiva por los productores riojanos de champiñón, que se plantean ahora la divulgación de dichos valores como principal mensaje que transmitir. Un hecho que abre nuevas expectativas. En palabras del secretario general de la Fundación Ayecue, José Antonio Royo, se tiene un buen producto y un buen mensaje que

transmitir, pero es necesario concentrar esfuerzos y saber cómo hacerlo.

La Rioja es el primer productor nacional de este hongo y por este motivo el Gobierno regional ha puesto en marcha la nueva marca de garantía “Champiñón y Setas de La Rioja”, con el fin de fomentar el reconocimiento de este producto, que sigue una línea creciente tanto en producción como en consumo, pero que se ve gravemente afectada por la producción de terceros países como China o Polonia. Sin embargo, en este contexto se aboga por la reestructuración del sector, por iniciativas de promoción para reforzar su competitividad y por el mantenimiento de limitaciones para evitar la entrada en el mercado europeo del champiñón de otros países con costes de producción más bajos.

El champiñón se consume desde la época de los romanos, sin embargo, el desconocimiento de sus propiedades es todavía muy amplio. Como expresa José Antonio Jiménez, presidente de la Asociación Profesional de Cultivadores de Champiñón, “sigue siendo, hoy por hoy, un gran desconocido, pero si nos lo proponemos puede ser el alimento del futuro”. “A mí siempre me han gustado las setas, yo no podría vivir sin ellas”, comenta el prestigioso restaurador, Abraham García, fiel defensor de este hongo, que desconoce los motivos de la escasa relevancia del champiñón en las cartas profesionales.



El salón ha recibido cerca de 8.000 visitantes nacionales y extranjeros.



Degustación de productos ecológicos.

### “Agricultura ecológica, vívela”

Con el lema “Agricultura ecológica, vívela” presentó el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en La Rioja su primera campaña nacional para fomentar el consumo de alimentos ecológicos, cuyo objetivo principal es transmitir a la población información de este tipo de productos.

España ocupa el tercer puesto europeo –detrás de Italia y Alemania– en número de denominaciones de origen y superficie dedicada a la agricultura ecológica; sin embargo, el 70% de la producción se exporta mayoritariamente a Europa. Para el consumidor español este tipo de productos son desconocidos y, según los últimos datos, se gasta menos de 6 euros al año en alimentos ecológicos, lo que significa un gasto muy reducido en la alimentación de los españoles.

Con esta campaña se pretende mejorar esta situación y para ello se tienen previstas diferentes acciones que irán desde la difusión en medios de comunicación hasta la presencia en ferias, restaurantes o actividades formativas en colegios y centros comerciales con el objetivo fundamental de hacer más receptivo al consumidor final y que éste comprenda la agricultura ecológica.

En palabras de Pedro Sáez Rojo, director general del Instituto de Calidad, La Rioja cuenta en la actualidad con 20 marcas de calidad, algunas todavía en trámite de creación, lo que supone que este tipo de políticas van a beneficiar tanto a productores como a consumidores.

### IV y V Gama

Los nuevos modos de vida, los nuevos modelos alimentarios, los nuevos conceptos de ocio y la evolución de la demanda han hecho que la mayoría de los consumidores quieran llevar una dieta sana y equilibrada, pero al mismo tiempo de forma cómoda y práctica. Como solución a estos nuevos modos de vida nacen los productos de IV y V Gama. Los de IV Gama son frutas y verduras frescas previamente seleccionadas, lavadas y cortadas y listas para ser consumidas sin ningún tipo de operación adicional. Por su parte, la V Gama son productos envasados con todas las garantías y todo el sabor, son alimentos precocinados.

Junto a ellos ha aparecido un nuevo concepto: los productos de VI Gama, que son productos “con funcionalidad propia o añadida”, es decir, que a partir de trozos de una fresa fresca (u otras frutas, verduras u hortalizas) puede crearse una nueva fresa, lo que lleva al total aprovechamiento de las materias primas que no se consumen.

Se trata de productos –especialmente los de V Gama– que tienen una elevada fecha de caducidad y una gran capacidad para mantener los sabores. Una nueva forma de entender los productos “en conserva”, que sin duda llenarán las cestas de la compra de los consumidores del futuro. Pero además son productos que vienen no sólo a satisfacer la demanda, sino a hacer resurgir un sector, ofreciendo mayores posibilidades de negocio, ya que aportan un valor añadido a los productores.



### Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria de Calahorra (CITA)

Con el objetivo de aumentar la competitividad de los productos agroalimentarios riojanos, se acaba de inaugurar en Calahorra el nuevo Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria (CITA). Un centro que basará gran parte de sus investigaciones en el estudio de las materias primas (variedades, etc.), los procesos productivos, la ingeniería, el producto final, los tratamientos térmicos y el envasado.

El sector riojano de transformados vegetales, segundo más importante detrás del vino, será el principal destinatario y beneficiario de los servicios que prestará este centro, y permitirá a las empresas experimentar en productos de IV y V Gama. De esta forma, se pretende cubrir las necesidades de los consumidores que demandan productos seguros, de calidad, sanos, prácticos y con una presentación en diferentes formatos, y así permitir a este sector adecuarse a las nuevas exigencias.

Está prevista próximamente una semana de puertas abiertas en la que tendrán lugar distintas jornadas y a las que podrán asistir empresarios y profesionales del sector.



El pasado 2 de abril se inauguró en Calahorra el CITA. / José Manuel Zorzano