

El Port ha exportado 20.000 cabezas de ganado desde julio

Terberos y corderos viajan hacia Libia y Líbano, mientras ya se han establecido los primeros contactos para entrar también en los mercados de Egipto, Turquía y Argelia

Núria Riu Tarragona

Desde el Port de Tarragona ya se han cargado cerca de 20.000 cabezas de ganado para ser exportadas a Libia y Líbano, siendo de esta forma el segundo puerto del Estado preparado para el tráfico animal. En concreto, se han embarcado 13.000 corderos y 8.000 terneros que en un 80% proceden de las Terres de Lleida y la Franja d'Aragó.

El otro 20% llega de toda la zona de Castilla y, en concreto, de Burgos, Palencia y Toledo. Aunque, la Autoritat Portuària asegura que incluso ha recibido peticiones de ganaderos gallegos, interesados en poder exportar sus terneros desde el puerto tarraconense. Y es que, hasta el momento sólo ofrecía esta posibilidad el puerto de Cartagena. Por ello, muchos ganaderos catalanes utilizaban como puerta de salida a la exportación el puerto francés de Sète.

La exportación de ganado desde el Port de Tarragona nace de la petición del sector. «Fue una reivindicación de los ganaderos ya que, con la exportación estamos des congestionando el mercado nacional. Son animales que no se acumulan en los mataderos», asegura el director general de Agricultura i Ramaderia de la Generalitat, Miquel Molins.

Con más de más de 500.000 cabezas de ganado censadas en Catalunya y unas 2.600 explotaciones, el mercado nacional no puede absorber el exceso de producto ovino y bovino. «Ahora, al menos nos permite mantener los precios y da cierta es-

tabilidad al sector», decía Molins.

La demanda de ganaderos y sindicatos hizo que el Port iniciara las solicitudes pertinentes a la Generalitat y al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para iniciar el transporte animal. El día 8 de julio, y después de invertir 50.000 euros en la habilitación de las instalaciones, salía desde el Muelle de Cantabria la primera embarcación cargada de corderos.

De momento no se trata de un servicio regular. Sino que son los países importadores los que, en función de la demanda interna, deciden cuando se establecerá un nuevo servicio.

Los animales llegan en camión y pasan por el punto de ins-

El nuevo tráfico empezó a funcionar fruto de la necesidad de exportar

pección veterinaria antes de subir al barco. La plataforma a través de la cual se mueve el ganado es en forma de Y, de manera que a la vez pueden descargar dos camiones por cada uno de los extremos.

Si no se producen sobresaltos inesperados, el proceso de descarga desde el camión a la embarcación es muy rápido. «Tenemos a los ganaderos concienciados para que todos los animales salgan con las análisis sanitarios pertinentes», asegura el director de Desenvolu-



Los terneros bajan del camión y tras pasar el control veterinario suben al barco. En pocos minutos se completa el proceso. FOTO: LLUÍS MILIÁN

pament Corporatiu del Port de Tarragona, Joan Maria Basora.

Las embarcaciones, homologadas para el transporte de ani-

males, cargan con el suministro de forraje, el agua y las pajas de paja necesarias para soportar un viaje que aproxima-

Una jornada sobre el sector en Tarragona

La situación y el futuro de la ganadería serán objeto de debate en una jornada que tendrá lugar en el Port de Tarragona durante la primera semana de diciembre.

En ésta participarán responsables políticos en el sector del Estado y la Generalitat. Además de empresarios, estibadores, personal de dunas y sanidad exterior. El objetivo es ofrecer al sector la información necesaria sobre las posibilidades de exportación.

damente dura unos cuatro días.

El hecho de que, de momento, no haya un tráfico regular hace que a veces las salidas se ven condicionadas por la disponibilidad o no de personal sanitario en el punto de salidas. Este personal funcionario, depende de Puertos del Estado.

En este sentido, el Port asegura que ya ha iniciado las conversaciones con la subdelegación del Gobierno para «ampliar los recursos humanos de acuerdo con el incremento de la actividad», según explica el presidente de la Autoritat Portuària, Josep Andreu.

Tanto el Port de Tarragona como la administración de la Generalitat tienen muchas expectativas puestas en este nuevo servicio. Y es que, ya se han iniciado los contactos con Egipto, Turquía y Argelia para abrir mercados también en estos países. «Es una apuesta que es un presente y un futuro. Por un lado, representa una reducción de los gastos de envío para el ganadero, por el otro, una mejora en el bienestar del animal», manifiesta Joan Basora.

Por su parte, el presidente del Port destaca que «el hecho de establecer esta líneas regulares con nuevos puertos, nos lleva también a iniciar una relación comercial con estos, que puede conducir a nuevos acuerdos».

Libros

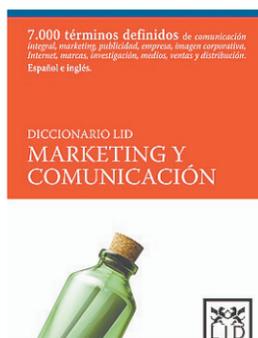
Diccionario de Marketing y Comunicación

Directores de obra:

Antonio Caro y
Marcelino Elosua

Editorial: Diccionarios
Lid

El diccionario más actual y completo en su género, con 7.000 términos definidos en español y traducidos al inglés norteamericano y británico. Incluye los términos más habituales y recientes dentro del vocabulario de la comunica-



ción y el marketing, los que se emplean a diario en el sector. Con definiciones, comprensibles por no expertos.

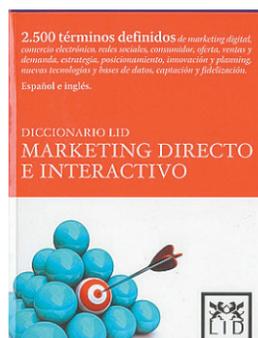
Diccionario de Marketing Directo e Interactivo

Director de la obra:

Joost van Niespen

Editorial: Diccionarios
Lid

Este diccionario cuenta con casi 2.500 términos definidos en español y con sus correspondientes traducciones al inglés. Cubre los términos especializados de marketing digital, directo e interactivo, redes sociales, público objetivo, relación con el con-



sumidor, oferta, demanda, distribución y venta, comunicación, estrategia y posicionamiento, análisis y gestión.

Viagra para las marcas

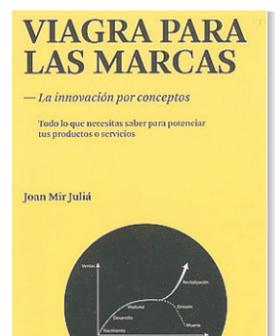
Autor: Joan Mir Juliá

Editorial: Empresa

Activa

¿Qué características tienen en común todas aquellas ideas y proyectos que disfrutan del éxito a largo plazo? ¿Cómo podemos innovar en conceptos? ¿Qué es lo que impulsa y proyecta una marca? ¿Cuál es su viagra?

En los últimos años todo el mundo habla de innovación. Pero innovar es una idea muy amplia.



Viagra para las marcas profundiza en los factores que permiten obtener una innovación capaz de generar resultados.