



La Tefol comenzará su actividad tras la urbanización del próximo año. e. e.

Adjudicada la primera fase de la terminal ferroviaria de Pancorbo

La actuación, a cargo de una UTE, requerirá una inversión de 4, 5 millones de euros y 10 meses de obras

e. GONZÁLEZ BRIVIESCA
La Terminal Logística Ferroviaria (Tefol) de la Autoridad Portuaria de Bilbao (APB) en Pancorbo ha dado el primer paso para comercializar las parcelas de mediante la adjudica-

cación de las obras de la primera fase de urbanización a una Unión Temporal de Empresas (UTE), por un valor de 4,5 millones de euros. La determinación de la adjudicataria se retrasó debido al elevado ni-

mero de postulantes a esta actuación, que precisará de un plazo de 10 meses para su conclusión. De acuerdo al proyecto de urbanizar según la demanda de los clientes de la infraestructura, duran-

te esta primera fase se habilitarán 60.000 m² de los 480.000 m² de superficie que tiene la terminal. El resto se irá urbanizando por fases, de manera flexible, de acuerdo a las necesidades y al tipo de carga de los

clientes interesados en ubicarse en esta zona logística.
La instalación de Pancorbo dispone actualmente de una vía de expedición y recepción de trenes de 750 m, dos vías mango electrificadas para operativa de 650 y 100 metros, así como dos vías de carga y descarga de 750 metros cada una. Además, el ancho de las vías es Ibérico con posibilidad de migración a ancho internacional. La urbanización a medida es una de las principales

La Autoridad Portuaria ya ha invertido 14 millones de euros en esta infraestructura

bazas con las que Bilboport -denominación de la Tefol de Pancorbo- se presenta en el mercado, es habitual la presencia plataformas logísticas diseñadas y urbanizadas de antemano.

La apuesta de la APB por esta infraestructura ha sido muy importante, pues ya se han invertido 14 millones de euros que cuentan con el apoyo del Programa Tent de fondos europeos y por el Plan Reindus del Ministerio de Industria.

La infraestructura está vinculada a las Autopistas del Mar, un corredor desde la Península Ibérica hasta el Reino Unido que tiene como objetivo aumentar la transferencia modal de la carretera al área de influencia de la red ferroviaria española y mejorar la eficiencia del enlace de este corredor en la cadena de transporte multimodal.

Los mercados de Oña y Briviesca atraen a más de 2.000 personas

Con 60 puestos repartidos en ambas localidades, los representantes municipales destacan el tirón de estas iniciativas que promueven el comercio local

GERARDO GONZÁLEZ BRIVIESCA
Aunque es complicado contabilizar con certeza el número de asistentes, se estima que los mercados de Briviesca y Oña han logrado atraer durante este fin de semana a más de 2.000 personas que recorrieron los 60 puestos instalados en la Plaza Mayor y el antiguo claustro monacal, respectivamente. Esta masiva afluencia de público dio buena cuenta de la paulatina recuperación de estas tradicionales citas en las que comerciantes y productores ofrecen de forma directa sus productos.

En el caso de la capital de La Bureba, el formato se diseñó sobre la promoción del comercio lo-

cal y los eventos destinados a los más pequeños con puestos atracciones y espectáculos lúdicos. Por su parte en la villa Condal se optó por una puesta de largo referente y acorde con el lugar de su celebración. Por ello, el monasterio de San Salvador compartió su área comercial con su legado histórico-cultural.

En ambos, casos la satisfacción de los participantes y organizadores fue muy grande y avalada por las cifras de asistencia tanto a los eventos concertados como a los puestos instalados. Así, en Briviesca, los responsables municipales destacaron «el gran tirón de las atracciones para niños», con



La Plaza Mayor de Briviesca se llenó con una treintena de puestos. e. e.

el tren y la Casa de Papa Noel como referentes.

Los comerciantes también valoraron de forma muy positiva el resultado del mercado navideño.

Y es que «aunque no se vende hoy, se promociona lo que vendemos no solo en Navidad sino todo el año», apuntó un vendedor en relación a este aspecto especial-

mente importante en la actual situación económica.

Similares conclusiones se confirmaron en el mercado de Oña, donde los productores agroali-

mentarios de la comarca contaron con una importante representación. En concreto, la del presidente de la asociación de productores del Valle de las Ca-

derechas, Juan José Gandía, con las reinetas de la Marca de Garrañita como estrellas del puesto «pese a que se gasta menos por la crisis la gente sigue buscando productos de calidad».

Gandía explicó que «la reineta es aún poco conocida respecto a manzanas como la golden o la roja», por lo que mostrar de forma directa su calidad es el camino más lógico para seducir al consumidor.

El carácter cultural del mercado onienso estuvo muy marcado por las visitas guiadas a la zona en fase de recuperación del recinto monacal a cargo de miembros de la asociación de El Cronión de Oña. Su presidenta, Berta Ticio, se mostró muy satisfecha por la aceptación popular que cubrió el máximo de las plazas. En este sentido, informó que «en las dos visitas teatralizadas un total de 60 personas realizaron el recorrido» indicó para, acto seguido, recordar que solo se admitía un máximo de 30 visitantes por recorrido.

Por la tarde se reeditó el éxito del recorrido de los monjes ante la presencia de 120 personas que pudieron contemplar las antiguas salas del monasterio.