

dyson airblade

La nueva forma de secarse las manos.

El secador de manos Airblade™ es el secador de manos más rápido e higiénico.

El más rápido

Una fina capa de aire a gran velocidad seca las manos en tan sólo 10 segundos.

Manos limpias

Utiliza un filtro HEPA para eliminar el 99,9% del aire que seca las manos.

Más barato de mantener

El secador de manos Airblade™ utiliza hasta un 80% menos de energía que los secadores de manos de aire caliente y es un 97%* más barato que los dispensadores de toallitas de papel.

Para probar el secador de manos Airblade™ o más información:

902 305530 www.dyson.com/airblade

* Cálculo basado en 200 usos por día durante 12 meses, 0,01€ por toallita de papel y 2 toallitas de papel por cada secado.

reportaje

La Arquitectura del Consumo

las nuevas catedrales del S. XXI

"Ir de compras es la última forma de actividad pública, la única que nos queda ya".
(Rem Koolhaas)

Tras la aparición de los hipermercados en los años 70, los centros comerciales y de ocio irrumpen con fuerza en el panorama de nuestras ciudades en la década de los 80 y se erigen en hitos fundamentales que se consolidan en el S. XXI. El papel del centro comercial y de ocio en la sociedad moderna permite asegurar que en torno a él se concentren esfuerzos urbanísticos, decisiones políticas, esfuerzos municipales y proyectos singulares.

Foto: Promateriales

La asociación entre arquitectura, ingeniería y firmas comerciales es, hoy en día, algo más que una cuestión operativa y funcional: A la necesidad de personalizar el espacio global de una agregación de establecimientos, y el espacio individual donde una empresa expone su mercancía, se le ha sumado la presencia del marketing que impone la creación, en unos metros cuadrados de una tienda o expositor, que refleje la personalidad y la filosofía del producto que exhibe. Desde hace pocas décadas, y a medida que la conducta y los hábitos sociales han ido evolucionando en relación al consumo y al ocio-consumo, el diseño de espacios comerciales y de ocio se ha convertido en un género en sí mismo.

El centro comercial y de ocio viene a ser el equivalente a la catedral contemporánea en cuanto a generador de esfuerzos, de identidad para un entorno y aglutinador de crecimiento en torno a sus instalaciones. Desde el punto de vista económico y sociológico produce una revalorización de los terrenos circundantes, una revitalización o aumento de las relaciones comerciales, y un incremento de las plusvalías. Desde un punto de vista arquitectónico incorpora los últimos adelantos técnicos y los más novedosos sistemas constructivos y, en muchos casos, pasa a constituirse en un hito de un determinado entorno nuevo o consolidado.

La espiritualidad reinante en las estructuras medievales es sustituida por "el consumo como motor de la vida y de las relaciones" y, en muchos casos, como último fin de la existencia individual, familiar y colectiva.

En definitiva, el centro comercial y de ocio significa un motivo de "orgullo" para un municipio, genera puestos de trabajo, aglutina el esfuerzo de grandes consultoras, reúne la presencia de firmas comerciales, presta su imagen a un desarrollo urbanístico, abastece a las familias cercanas y cambia (o sacia) el nuevo concepto de ocio ligado al consumo, que caracteriza a una sociedad que ha sustituido los valores espirituales por otros más cercanos a los de satisfacción inmediata de sus necesidades básicas.

Centros comerciales y de ocio. Situación actual

Según previsiones de la consultora inmobiliaria Cushman & Wakefield, para 2007, España se situaría en el cuarto lugar en Europa en cuanto a mayor superficie nueva destinada a centros comerciales y

de ocio. Únicamente sería superada por Rusia, con 1,85 millones de m² nuevos, Reino Unido, con 1,76 millones de m² y por Italia, con 1,59 millones de m².

Un año después, según informe de Aguirre Newman, se asegura que, de materializarse todos los proyectos previstos, España sería el país europeo que tendrá más superficie bruta alquilable (SBA) de centros comerciales en 2008, un total de 1,75 millones de m², con lo que se situaría por delante de los países emergentes del continente.

Según datos de la AECC (Asociación Española de Centros Comerciales), en los últimos cinco años se han inaugurado el mayor número de centros de la historia de España (168) y de superficie comercial (5 millones de m²). En 2006, se abrieron 23 centros y se hicieron tres ampliaciones que aportaron casi 877.000 nuevos m² de superficie, lo que significa un crecimiento del 9% respecto al año anterior. Madrid, Andalucía y Murcia acapararon el 70% de la nueva superficie en 2006.

El año 2007 marcó un récord de inversión, con algo más de 4.000 millones de euros entre transacciones de compra venta y promoción, destacando el papel de operadores extranjeros (88%

de las compras) atraídos por la situación económica y la capacidad de gasto. Entre los centros inaugurados destacan Nueva Condomina, Thader y Parque Mediterráneo en Murcia; Vialia Estación en Málaga, y Plenilunio en Madrid.

Madrid, Asturias, Canarias, Valencia, País Vasco y Murcia han duplicado su densidad comercial durante el último año encontrándose en una situación de saturación. Castilla la Mancha, Extremadura, Galicia, Cataluña y Melilla están en crecimiento y el resto de comunidades se encuentra en equilibrio.

Planificación, gestión y control

Los Centros Comerciales y de Ocio son espacios que precisan de un tratamiento especial, por el elevado número de usuarios, porque tienen que ser atractivos y cálidos durante un largo período de amortización, porque los flujos de clientela tienen que tener un equilibrio en todas las zonas y sobre todo porque al cliente ha de ser fidelizado.

El proyecto, en su unidad, debe estar presidido por un buen diseño conceptual y la capacidad, a modo de "zoom" continuo de lo general a lo particular, de manejo



Foto: ING Real Estate



www.thermochip.com
900 351 713
(llamada gratuita)
info.thermochip@cupagroup.com



ThermoChip. Siempre en lo más alto

ThermoChip es la solución de calidad para la edificación. A su seguridad, sencillez de instalación, y alta capacidad de aislamiento se añaden sus cualidades decorativas, que convierten a este panel sándwich en la elección inteligente en cubiertas.

Cada panel ThermoChip consta de dos tableros de madera unidos a un núcleo de espuma rígida de poliestireno extruido de alta densidad, el Styrofoam, que dota a esta cubierta de una elevada calidad y aporta una alta capacidad de aislamiento térmico.

ThermoChip cumple los más exigentes requisitos que fija el Código Técnico de la Edificación (CTE).

Sus cualidades técnicas convierten el panel sándwich ThermoChip en una solución innovadora avalada en toda su gama de productos por el Documento de Identidad Técnica (DIT) del Instituto de Ciencias de la Construcción Eduardo Torroja.

NO LE DES
MÁS VUELTAS

Detrás de un centro o parque comercial, hay toda una cadena económica para la que un día de retraso es determinante en su cuenta de explotación

de espacios y materiales en un volumen importante, ya que en un centro comercial todo se magnifica: desde los propios planos a las instalaciones, los accesos, las cantidades de material, el número de trabajadores en obra, etc. El diseño de los espacios generales y la modulación deben ser, asimismo, compatibles con la necesaria personalización de los locales individuales.

Y en todo este entramado, el reto económico cobra una enorme importancia con una doble vertiente: evitar el desvío económico y sobre todo, "llegar a tiempo". Los plazos temporales llegan a cobrar una importancia especial pues, detrás de un centro o parque comercial, hay toda una cadena económica para la que un día de retraso es determinante en su cuenta de explotación.

La urbanización, con accesos bien acabados y rematados, el equipamiento interior, la edificación, los medios mecánicos, los de elevación y los de confort, han de ofrecer un buen estándar de calidad y un correcto funcionamiento desde el primer día, para satisfacer las exigencias de los usuarios y de las cadenas y los comercios de toda índole que van a ocupar el espacio comercial.

Como dificultad añadida, los ratios exigidos por los propios centros comerciales se están trasladando a ámbitos que hasta hace poco tiempo eran impensables, como los espacios comerciales en la ciudad consolidada: reconversión de antiguos centros comerciales, mercados o estaciones, y aprovechamiento de esquinas, como los estadios que convierten sus bajos de grada en amplios espacios comerciales.

Por tanto el diseño de centros comerciales y de ocio no se centra únicamente en terrenos de la periferia, donde la necesidad del vehículo exige una infraestructura determinada. Engloba también la intervención quirúrgica en espacios cercanos, a los que se puede llegar andando, en tranvía o metro, que se revitalizan y buscan una cara diferente con una oferta comercial atractiva, que también requiere un buen concepto global, un acabado agradable y duradero y unas instalaciones que cumplan su cometido.

Para cada Project Management ha de constituirse un equipo de trabajo en el que se integran, además del directo, varias personas en Producción cuya misión es coordinar y administrar en la obra todos los movimientos de los diferentes oficios.

Este equipo ha de implantar un método de trabajo estricto, con una fluida coordinación de sus participantes que aborde las diferentes fases del proyecto, siguiendo una metodología que puede simplificarse en: análisis de inversión y dimensionamiento, planificación, elaboración y adjudicación de concursos, seguimiento de licencias, coordinación de estudios de arquitectura e ingenierías, preparación de lotes, lanzamiento de ofertas, comparativos, preparación de contratos, coordinación de gremios y obras, control económico, licencias, certificaciones y liquidaciones.

Operativamente se funciona con reuniones semanales del equipo para analizar lo realizado en la semana anterior y planificar la siguiente. A su vez, quincenalmente, se debe reunir una Comisión de Seguimiento y, mensualmente, ésta con las partes implicadas en la gestión y la propiedad, para realizar un repaso general del avance de la obra, definir acabados etc., además de hacer un seguimiento y control económico.



Foto: Éole

El seguimiento de la obra, en colaboración con la Dirección Facultativa, exige una buena coordinación con todos los participantes, una verificación de la planificación global y parcial, una gestión de imprevistos y una atención profunda a las facetas administrativas y económicas.

Tras la adjudicación de la excavación se pasa a la de la estructura. Con la entrega de los planos se elaboran las mediciones de la obra y comienzan las adjudicaciones en las que entrarán a formar parte más de una docena de gremios o contratistas. A medida que las ingenierías y los proyectistas entregan los planos de detalle, se someten los cálculos a auditoría para, seguidamente, entregar estos planos a los contratistas.

Estas grandes superficies, convertidas en referente de ocio y compras, concentran una gran afluencia de personas. Esto hace que los complejos deban disponer de infraestructuras tecnológicas avanzadas con las que no sólo poder gestionar y controlar estos servicios, sino además posibilitar el ofrecer otros servicios a través de nuevas tecnologías.

El concepto de gestión y control de instalaciones va más allá que el de las meras instalaciones técnicas del centro comercial, integrando también plataformas de visualización y gestión de

contenidos comerciales, tanto del propio centro como de cualquier producto genérico, informando al consumidor de servicios disponibles, promociones, productos, eventos, etc.

Los sistemas avanzados de gestión y control de instalaciones permiten, gracias a las tecnologías de telecomunicaciones, establecer uno o varios centros de control, tanto locales como remotos que, bajo la misma plataforma técnica distribuida, permitirán gestionar los servicios y controlar las instalaciones. Dentro de estas soluciones se plantea la integración de todos los sistemas susceptibles de poder gestionarse mediante una plataforma de supervisión unificada. Ésta permite aplicar técnicas de gestión y control de edificios orientados al ahorro energético, al confort y a la gestión de los sistemas independientes.

La gestión y control de sistemas de información multimedia se está implantado fuertemente en este tipo de edificios. Estos sistemas se basan en ofrecer contenidos dinámicos generalmente comerciales en paneles informativos, pantallas de plasma, puestos de información multimedia, etc., distribuidos por todo el complejo comercial. Como complemento a éstos, se plantean sistemas de información externa a través de Internet.

La gestión y control de sistemas de comunicaciones globales es la encargada de transportar la información de todos los sistemas del centro comercial a través de distintas tecnologías y de soportar todas las aplicaciones de gestión y control del centro. Todos estos sistemas representan la plataforma técnica global del centro comercial, que debe ser gestionada por el departamento de informática y coordinado con la dirección del centro comercial.

Realizaciones singulares

El mayor centro comercial y de ocio de la comarca, el Itaroa de Pamplona se inauguró en Octubre de 2004, tras dos años de intenso trabajo en la dirección del Integral Project Management en el que participaron doce técnicos de LKS Ingeniería bajo la dirección de Alberto Odriozola. El centro, promovido por

La gestión y control de sistemas de comunicaciones es la encargada de transportar la información de todos los sistemas del centro comercial a través de distintas tecnologías y de soportar todas las aplicaciones de gestión y control del centro



Foto: Ian Lloyd

Vallehermoso, ubicado en Huarte, a 7 kilómetros de Pamplona, ejerce influencia sobre un entorno de 300.000 habitantes en un radio de tiempo de desplazamiento de 30 minutos.

Las locomotoras del centro son Supercor y el Grupo Inditex, además de los 12 cines y la bolera de 24 pistas, a las que se han sumado otros 100 negocios de diferente tipo: textil, alimentación, herboristería, copiado de llaves, ópticas, restauración, librería..., con un parking de 2.200 plazas.

LKS Intelcom ha realizado las instalaciones de telecomunicaciones, megafonía y seguridad del centro comercial Itaroa. Estos sistemas se han configurado como independientes y autónomos, pero su gestión y control se ha centralizado en un centro de control asistido las 24 horas durante todo el año. Esto hace posible gestionar todos los sistemas desde un ordenador central, de forma independiente, por personal cualificado.

Este sistema gestiona un total de 35 cámaras, tanto fijas como móviles (domos), que permiten la supervisión global de todo el centro comercial, tanto interior como exterior, almacenando la grabación en tiempo real. El método de recuento de personas permite conocer, en todo momento, la afluencia de personas a través de un software de monitorización.

La megafonía ha sido diseñada para cubrir distintas zonas de forma independiente o común, con el fin de poder ofrecer distintos mensajes orientados a promociones comerciales, seguridad, etc. Además dispone de diferentes fuentes musicales. Estos sistemas no interactúan entre ellos, pero permiten la futura integración de todos ellos bajo una plataforma común.

LKS Ingeniería, asimismo, ha sido la encargada de realizar el proyecto y la gestión de obra del hipermercado y a su vez, ha llevado a cabo el Project Management de todo el recinto comercial Parque Miramar en Fuengirola. Este Parque tiene un diseño muy moderno y emblemático por lo que resulta muy novedoso. El hipermercado, perteneciente al Grupo Eroski, cuenta con las características propias de esta enseña comercial. Su superficie es de 12.500 m² y la superficie de sala de

ventas es de 8.100 m². Se ha habilitado un parking que alberga 2.000 plazas de aparcamiento. La inversión realizada para poder ejecutar este proyecto fue de 30 millones de euros.

La arquitectura de concepto y proyecto redactados por LKS Ingeniería para Erosmer, S.A. tuvo como objetivo la definición a nivel Proyecto Básico y de Ejecución del Centro Comercial y de ocio Valdecuna en Mieres. Este edificio, cuya superficie total construida es de 46.548,60 m² con un presupuesto de 11.545.697,73 euros, respondía a la demanda social de un parque comercial con estas características en la comarca. El complejo está formado por un equipamiento comercial y hotelero, gasolinera, espacios libres y un sistema local viario. Los cuatro primeros elementos se integran dentro de una urbanización privada, propiedad de Erosmer Ibérica, S.A. (parking exterior, aparcamiento interior, muelles de carga y zonas verdes), y el sistema local viario se desarrolla dentro del área de urbanización pública, propiedad del Ayuntamiento de Mieres.

El edificio cuenta con tres plantas; en el sótano se sitúan los locales de instalaciones, el parking interior y el bunker o local de seguridad. La planta baja alberga el hipermercado que ocupa el 39% de la superficie de esta planta, los locales comerciales y las oficinas vinculadas al centro. La planta primera está destinada a los cines, un único local comercial y las oficinas conectadas al hipermercado. En cuanto a criterios formales, el edificio se compone de dos volúmenes principales: el primero,

rectangular, se adapta a la geometría del terreno. El segundo, con forma tórica, refleja el carácter lúdico del centro comercial y de ocio. El mall, para ser recorrido acompañado de lucernarios, se convierte en uno de los espacios más significativos del edificio; presenta a lo largo de sus tres recorridos tres configuraciones espaciales diferentes: la primera curva, la segunda de trayectoria lineal y la tercera situada dentro de la parte elíptica.

En las dos primeras zonas los lucernarios, además de luz natural, aportan secuencia y ritmo al movimiento. La tercera zona se define como un espacio para estar, que invita al reposo bajo un gran lucernario triangular. La funcionalidad se manifiesta en la organización espacial. La cubierta muestra los diferentes elementos con sus alturas que se adaptan a los distintos usos. Así la parte correspondiente a los locales comerciales es la más baja. El salto de altura entre ésta y el hipermercado se cierra con un lucernario vertical. Los almacenes son algo más altos que el hipermercado y por último, la zona de los cines, tiene una altura notablemente mayor para ubicar las cabinas de proyección sobre las salas de espectadores. El acceso de mercancías se proyectó para facilitar las operaciones de descarga de grandes volúmenes. El centro comercial cuenta con una entrada principal para peatones, además de varias secundarias para posibilitar la visita al parque sin necesidad de usar el coche.

ING Real Estate y el Grupo Eroski confiaron a LKS Ingeniería el diseño conceptual y proyecto de construcción del Centro Comercial "As Termas" en Lugo. El

LKS y José Ángel Rodrigo han trabajado de forma conjunta para la creación de "As Termas" en Lugo. Esta nueva extensión comercial de 53.860 m² cuenta con tres edificios independientes pero no exentos, para locales de mediana superficie y multicines

trabajo se ha realizado conjuntamente con el arquitecto José Ángel Rodrigo. En la planta baja se sitúa el hipermercado, que desempeña la función de motor del centro comercial, y los locales que albergan diversos establecimientos de moda, deporte, etc. La segunda planta está destinada al sector hostelero, con bares, restaurantes y cafeterías, y se ha reservado un espacio para oficinas. Esta nueva extensión comercial de 53.860 m² cuenta con tres edificios independientes pero no exentos, para locales de mediana superficie y multicines. El parking, exterior en su totalidad, está preparado para albergar 2.200 vehículos. "As Termas" dispone de escaleras mecánicas para acceder a las plantas superiores. Llama la atención especialmente el acceso al parque comercial, presidido por una caja de cristal rematada con un lucernario de tipo cilíndrico que centra el mall. Éste, a su vez, está iluminado por otros tres lucernarios; cilíndrico, cuadrado y rectangular respectivamente que, desde el punto de vista arquitectónico, destacan por su esbeltez y ligereza.



Foto: Tom Carden

Secadoras de Manos de Aire Caliente

Los productos Mediclinics están diseñados, fabricados y comercializados bajo la norma ISO 9001:2000, y dispone de las homologaciones y certificaciones de producto: CE, AENOR, VDE entre otras.



Visítenos en INSTALMAT. Feria de Barcelona, recinto Gran Vía. P-1, Nivel 0, 621

Automatic mediclinics
el Calor de Siempre,
el Calor para Siempre.

Extensa gama de secadoras de manos por aire caliente.
Distintas opciones en acabados.
Larga durabilidad y resistencia

La Experiencia en Equipos y Accesorios de Baño.
Más de 35 años Aportando Soluciones

C/ Industria, 54 08025 Barcelona
Tel. Centralita: 934 464 700
Fax: 933 481 039
E-mail: info@mediclinics.com
www.mediclinics.com

mediclinics

El Centro Comercial Zubiarte de Bilbao, ubicado junto al Puente de Deusto, cuenta con tres plantas en sótano de 10.000 m² cada una, habilitadas como parking con 1.000 plazas. Las tres plantas donde se sitúan los locales comerciales suman una extensión de casi 21.000 m² y la cuarta planta donde se ubican los cines tiene 4.300 m². El proyecto ha sido diseñado por el arquitecto estadounidense Robert A. M. Stern y se compone de seis edificios unidos. El concepto: crear una pequeña ciudad dentro de una ciudad. Para ello los edificios, que imitan fachadas reales, forman calles, recordando a las siete Calles del Casco Viejo bilbaíno, en las que las personas caminan bajo un gran lucernario por el que se puede divisar el cielo. En la fachada se han utilizado los materiales de los edificios existentes en el entorno, tales como la piedra y el ladrillo caravista. Zubiarte resuelve el desnivel existente entre la ría y el puente de Deusto mediante un parque. Son setenta y seis las marcas que alberga el complejo, cuya inversión ha sido de 115 millones de euros.

Situado en Arroyomolinos (Madrid), el Centro Comercial y de Ocio Madrid Xanadú fue proyectado por Chapman Taylor España, Mesa Landscape, Bliss Fassman, Kiku Obata, Comm. Arts y R&P, contando como colaboradores a De Juan Arquitectura en dirección y coordinación del equipo de diseño, organización de los asuntos del departamento, en la supervisión y organización de las presentaciones de diseño y comunicación a los medios, en la distribución de las tareas de los diferentes miembros del equipo y en la revisión de dibujos y alternativas de diseño. Cuenta con una superficie de 160.000 m² y se ejecutó con un presupuesto de 70 M de euros.

Situado en Tres Cantos (Madrid) el Centro Institucional y Recreativo "La Rotonda", proyectado por De Juan Arquitectura, desarrolla un contenedor flexible pero con una imagen unitaria en el que puedan tener lugar las distintas actividades previstas por el Planeamiento Municipal. El edificio consta de tres plantas, en las alineaciones marcadas por el estudio de detalle, con una parte central porticada de una sola altura, cubierta por una terraza en continuidad con el espacio urbano de la plaza, y dos volúmenes más macizos a los costados, con dos alturas. Uno de estos volúmenes se ha destinado a alojar actividades de restauración, etc., y el otro a espectáculos, por lo que se le ha dotado de mayor altura e incluso de una entreplanta para instalaciones.

Obra de L35 Arquitectos, el Centro Comercial y de Ocio Metromar, situado en Mairena del Aljarafe (Sevilla) ha sido



Foto: McBarnicle

De L35 Arquitectos, el Centro Comercial y de Ocio Metromar, situado en Mairena del Aljarafe (Sevilla), se caracteriza por una imagen impactante y vanguardista

proyectado por los arquitectos Ernesto Klingenberg y Tristán López-Chicheri, de esta firma. Se caracteriza por una imagen impactante y vanguardista, espectacular diseño y óptimo mix comercial. Metromar está situado en un lugar privilegiado junto a Ciudad Expo, en los alrededores del Parque Industrial Pisa, frente a la estación de la línea 1 del metro y el intercambiador Aljarafe Central, colindante al nuevo Ayuntamiento del municipio.

Promovido por el Grupo Novaindes, cuenta con una superficie bruta alquilable de 26.000 m², y 65 locales comerciales distribuidos en tres plantas sobre rasante, con diez salas de cine, bolera, gimnasio, el espacio urbano "El bosque Aljarafe" y empresas entre las que se encuentran Mercadona, Master Cadena, Burger King, Pizza Hut o Grupo Inditex, entre otras. Además el centro cuenta con más de 1.200 plazas de aparcamiento.

L35 Arquitectos resultó ganador del proyecto de renovación integral del emblemático Centro Comercial Vélizy 2, inaugurado por primera vez hace 35 años, en concurso con otros 10 equipos internacionales de arquitectura. El presupuesto para la renovación íntegra

de los 102.000 m² del centro ha sido de 38 M de euros; en una segunda fase también se ampliará la superficie del centro. El nuevo centro comercial Vélizy 2 en París es uno de los centros comerciales más importantes de Francia, el segundo construido en la región de París, y el primero de Europa continental en volumen de negocio. La renovación arquitectónica del centro la ha llevado a cabo el despacho de arquitectura según proyecto de los arquitectos Jos Galán y Luisa Badía, de esta firma. La renovación del centro ha sido promovida por Sovalec, sociedad propiedad de Espace Expansión, y Rodamco Gestión.

L35 Arquitectos ha concebido un nuevo espacio lleno de luminosidad y abierto al exterior. Con una inversión de 38 M de euros se ha realizado un proyecto de remodelación integral de 102.000 m². L35 Arquitectos ha desarrollado un renovado Vélizy 2 respondiendo al entorno del centro y de sus residentes, intentando crear un ambiente de placer, distensión, y por supuesto, comercio. El proyecto de renovación integral de este emblemático centro ha desarrollado la obra intentando en todo momento respetar el concepto arquitectónico

clever
Platinum

Zen
collection



A k i t a

designed by Taisen Sawaki



Foto: ING Real Estate

incluido inicialmente en la propuesta del concurso. La apariencia inicial del centro resultaba bastante desordenada, falta de formas, cromáticamente pobre y sin ningún atractivo. Por ello se decidió acometer una renovación que permitiera resolver todos estos inconvenientes, pero respetando la funcionalidad, las entradas y salidas, los sistemas de ventilación, y otras instalaciones.

Sobre todo era importante no impedir la explotación comercial de los locales mientras se realizaba la obra, lo que se consiguió gracias a una doble capa de materiales ligeros y modernos, metálicos, con paneles de resina de diferentes colores, con formas y volúmenes que aportaran personalidad y ritmo a la enorme dimensión del edificio. Además, se tuvo en cuenta que pudieran integrarse en su diseño las marcas y la comunicación comercial. En el proyecto se hizo especial hincapié en los accesos, otorgando un esmerado diseño a las marquesinas, que permitiera una mejor identificación de las puertas de acceso al centro desde cualquier punto del parking exterior.

La escasez de luz natural y la oscuridad de los espacios interiores daban al centro una apariencia de caverna que no transmitía ninguna sensación de bienestar, especialmente en los momentos de más afluencia de público. En el nuevo proyecto se eliminaron parcialmente las cubiertas y se reconstruyeron a mayor altura, permitiendo así la entrada de luz lateral y, en algunos casos, también cenital, controlando de esta manera un excesivo deslumbramiento. La apertura de los ambientes interiores a la luz exterior transformó el aspecto de caverna por

el de umbráculo. Todos los elementos interiores se remodelaron hasta llegar al aspecto actual, cromático y luminoso, acogedor y de gran calidad. Los suelos, los falsos techos, las barandillas, la iluminación y la señalética, en definitiva todo el interior del centro, se renovó y se añadieron comunicaciones verticales, mediante escaleras mecánicas adicionales y ascensores panorámicos. Se duplicó el número de aseos y se modificaron también todas las instalaciones generales de iluminación, climatización, seguridad y sonorización. En una futura segunda fase en la que se remodelarán las vías de acceso exteriores, el centro presentará una importante mejora en la organización e imagen del parking y de los accesos peatonales así como en el tratamiento urbano y ajardinamiento de dichos accesos.

Promovido por Inmobiliaria Chamartín y diseñado por L35 Arquitectos, el Centro Comercial Área Sur es un centro comercial y de ocio, situado en Jerez, de gran envergadura, ya que su construcción ha precisado de casi tres años de trabajo y 25 meses de obras. El proyecto del Centro Comercial y de Ocio Área Sur constituye un edificio singular de más de 178.000 m² construidos en tres plantas, con casi 47.000 m² de superficie bruta alquilable, que reúne la mejor oferta integrada de ocio y comercio de la zona de Jerez de la Frontera y el sur de Cádiz.

Aprovechando que se trata de un edificio comercial volcado a su interior, el centro se nutre del lenguaje de la arquitectura local donde la influencia mudéjar abunda en muros ciegos y huecos con celosías que administran más eficientemente

la temperatura interior. El énfasis de la composición está en el eje central de circulación que configura una nueva calle y donde se abren todos los espacios públicos. En la esquina noroeste de la zona de restauración de la planta de ocio, el edificio se abre a las vistas de la zona mediante una terraza al aire libre rodeada de una celosía de madera. La ubicación de los locales de ocio en la planta segunda permite que éstos puedan funcionar independientemente durante horarios en que el resto de los locales comerciales están cerrados.

En la planta baja se agrupan más de treinta locales incluyendo un supermercado e importantes medianas superficies de electrodomésticos y equipamiento para el hogar. La planta primera alberga más de sesenta locales de moda, entre los que se cuentan todas las grandes marcas del mercado. La planta segunda ofrece los locales de ocio, entre los que se encuentran ocho salas de cines, una bolera y los mejores locales de restauración con terrazas, tanto cubiertas como al aire libre.

Se utilizan paneles prefabricados de hormigón en la gran mayoría de la envolvente del edificio, incorporando fábrica de bloque de hormigón revestida con revoco monocapa con color incorporado en los tramos retranqueados de fachada. Los muros del local de los cines, que actúan como acento en la composición de volúmenes, se resuelven con fachada metálica sándwich revestida con una segunda piel en celosía de planchas de metal estirado en varios colores. La arquitectura del centro comercial se complementa con intervenciones artísticas en puntos significativos que otorgarán un valor añadido a la identidad del edificio. En el vestíbulo exterior del acceso sur se ha



Foto: McBarnicle

propuesto una gran celosía de acero y cristal que matiza la luz del sol mediante una serie de paneles perforados con cristales de colores. En la Plaza Central y la Plaza de Ocio el tratamiento de los muros y los techos circulares reciben serigrafías al estilo de murales acordes con el espacio que presiden. Y en la planta de ocio se incluye una fuente en un patio inspirado en los cortijos andaluces, que estará rodeada de las terrazas de los locales de restauración.

El Centro de Ocio y Comercio Espacio Mediterráneo ha sido promovido por Multidevelopment Spain y proyectado por los estudios L35 Arquitectos y T+T Design. Gracias a la singularidad de su arquitectura y su estética, y a su amplia oferta, éste se erige en un epicentro de la actividad comercial y de ocio de la zona de Levante. Ubicado junto a las autovías que conectan Cartagena con Murcia, La Manga, Alicante y Almería, Espacio Mediterráneo es un centro

comercial y de ocio distribuido en dos alturas, con una planta adicional para el local de multicines. El programa incluye un hipermercado en planta baja con una galería prácticamente autónoma, y un nivel de aparcamiento subterráneo. El principal paquete de tiendas se organiza en torno a tres calles en triángulo unidas mediante tres grandes espacios vestibulares en los que el diseño y el carácter espacial ha sido especialmente cuidado. El centro se implanta en un entorno agresivo y difícil, dominado por un parque comercial con edificios ciegos y duros en torno a una gran plaza aparcamiento. Como contraste, la fachada sur constituye un telón de fondo amable y escultórico que proporciona una sensación de destino. El edificio se presenta como una sucesión de elementos yuxtapuestos: muros quebrados, velas, cubiertas onduladas, un cono y un prisma-faro como hito para ser divisado desde la autopista.

El proyecto se integra perfectamente en el entorno. Sus perfiles arquitectónicos son una alegoría al mar y a las instalaciones portuarias, dada la personalidad marinera de Cartagena y su zona de influencia. Por ello, se han diseñado partes del edificio que representan un faro, un rompeolas, velas de barco, un edificio portuario, un gran buque y las olas del mar en sus cubiertas. Con un área de 54.000 m² de superficie bruta alquilable, distribuida en dos plantas y tres niveles, Espacio Mediterráneo cuenta con 130 locales destinados a usos comerciales, bolera, cines, ocio y restauración. Sus visitantes tienen a su disposición un aparcamiento con capacidad para 4.206 vehículos.

L35 Arquitectos ha ganado el concurso del proyecto del nuevo Centro Comercial y de Ocio de la Fira que se ubicará en Reus (Tarragona), en los terrenos actuales de la feria de la ciudad, y cuyo promotor es



Foto: Promateriales



Foto: Ceiling

Metrovacesa. El complejo ocupará 83.600 m², con 22.800 m² de locales comerciales y 8.000 m² dedicados a locales de restauración, salas multicine, gimnasio y bolera. La propuesta arquitectónica de L35 Arquitectos ha enfatizado, desde los inicios de su concepción, factores de sostenibilidad medioambiental, aplicando elementos innovadores entre los que destacan los siguientes:

- Una calle interior abierta, climatizada de forma natural mediante la apertura controlada de aireación natural exterior desde las fachadas y cubierta, protecciones solares, cubiertas ajardinadas y la utilización del agua como aislante térmico.

- Una cubierta vegetal con especies autóctonas de consumo de riego bajo en la edificación que contiene los multicines. En ella, una lámina de agua, con frente a la plaza de Pompeu i Fabra, dota de frescor y armonía el espacio exterior destinado a terrazas.

- Control visual y acústico de todos los equipos mecánicos de instalaciones, contenidos dentro de los volúmenes que delimitan lateralmente la traza de la calle comercial.

- Integración en la cubierta principal acristalada de un sistema de placas fotovoltaicas de generación eléctrica.

El nuevo centro comercial de Oviedo, Espacio Buenavista, es una creación arquitectónica del arquitecto español Santiago Calatrava, en la que también han colaborado los profesionales de T&T, departamento interno de arquitectura y diseño de Multi Development. Espacio Buenavista forma parte del gran complejo urbanístico Buenavista.

Espacio Buenavista –proyecto número 130 de Multi Development en Europa y 5º de Multi Development Spain– cuenta con una oferta comercial abanderada por El Corte Inglés, Grupo Inditex, C&A, H&M, Primark y otras marcas de primer

nivel nacionales e internacionales. De un total de 146 locales, un número significativo de los comerciantes presentes en Espacio Buenavista es de origen asturiano. Dispone de 40.000 m² de superficie bruta alquilable distribuidos en 3 plantas y cuenta con 2.200 plazas de aparcamiento. Con 146 locales, el centro acoge una completa oferta en restauración, moda, complementos y servicios.

El nuevo centro comercial, que se construye en los terrenos del antiguo estadio de fútbol Carlos Tartiere, permite al visitante el acceso desde el centro de la ciudad en tan sólo 10 minutos a pie y rápidamente en coche desde la A-66, por el acceso Oviedo Sur, que facilitará el acceso de los más de 335.000 habitantes de su área de influencia directa (menos de 30 minutos de distancia) y los 500.000 visitantes que recibe la ciudad anualmente.

La complejidad de la obra atrasa a finales de 2008 la nueva “Las Arenas” Centro Comercial y de Ocio en Plaza de España de Barcelona. Sin embargo, el futuro centro comercial comienza a ser ya visible. Después de tres años y medio de obras que, desde la calle, parecían no avanzar, los trabajos han cogido velocidad y llegan ya a la segunda planta. La complejidad técnica del proyecto ha generado diversos retrasos y cambios en la fecha prevista de inauguración, finalmente prevista para el último trimestre del 2008. Sacresa, promotora del espacio, está ya cerrando contratos con los principales operadores que se instalarán al centro.

Barcelona dispondrá de un nuevo centro comercial, a finales de año, de Richard Rogers y Alonso Balaguer, que han remodelado la plaza de toros para construir “Las Arenas”



Foto: Christopher Porter

Pese a las importantes demoras, fuentes de la empresa promotora, la Compañía de la Nueva Plaza de Toros de Barcelona –integrada por Sacresa, Dragados y el Grupo Metrópolis– sostienen que el presupuesto se mantiene sobre los 100 millones de euros. El arquitecto Luis Alonso –padre del proyecto junto con Sergi Balaguer i Richard Rogers–, explica que realizar la obra con toda la fachada levitando sobre 25 gatos hidráulicos ha implicado grandes dificultades técnicas y ha sido más complicado de lo imaginable. Sin embargo, después de culminar la planta baja y después de haber trabajado durante años en los 18 metros de profundidad del subsuelo, la obra comienza en ir “a toda máquina”, en palabras de Alonso.

Después de consolidar la primera planta, se trabaja ya en los pilares que encaraman la segunda. Desde el interior, la obra se vertebra como un gran “dónut”, y desde el orificio central entrará la luz a través de la cúpula de cinc que coronará el edificio. En la planta menos uno habrá una zona central con exposiciones de arte. La parte emergente del nuevo espacio, que sólo mantendrá la fachada neomudéjar de 1899, avanza con rapidez mientras Sacresa –responsable de la comercialización– negocia con los

futuros operadores. Los contratos ya están firmados con “Balañá” (que ofrecerá 12 salas de cines en las plantas dos y tres), así como para el Museo del Rock, con piezas de Jordi Tardà, que ocupará media planta circular en la cuatro. La otra media planta (que dará en la calle de Tarragona), la ocupará un centro termal, dedicado al bienestar, con zonas de SPA y de belleza.

La oferta se completará en esta zona con restaurantes y una terraza mirador desde la que podrán verse las fuentes de Montjuïc. Su horario estará vinculado al de los restaurantes, ya que no habrá bares de copas en todo el recinto. En el resto del espacio, el horario será de 10 a 22 h. En la planta primera estarán las dos tiendas de mayor tamaño, de 900 metros, para las que se buscan “formatos innovadores, de moda internacional”. El resto de tiendas de la planta, de 21 a 124 m², según la última planificación, serán de moda y complementos y se contratarán a partir del verano.

En la planta cero, a nivel de calle, se pretende que haya una oferta comercial representativa de Barcelona, con operadores internacionales que, “por la singularidad del proyecto y potencia de la ciudad, quieran tener tiendas insignia al centro.

Serán 30 espacios de unos 200 m². En la planta subterránea, un súper que posiblemente gestione Mercadona o Caprabo ocupará más de 1.100 y se rodeará de área de degustaciones y restauración (al estilo de La Isla Diagonal) y tiendas de servicios. El centro comercial tendrá dos accesos desde la planta menos uno, a través del aparcamiento y directamente desde el vestíbulo del metro. En la planta de calle habrá tres accesos, por la Gran Vía, Tarragona y Diputación, y uno más desde el vestíbulo de los dos edificios de oficinas, E-foro, que se levantarán en la calle de Llançà en los próximos meses. Los responsables de Sacresa creen que el nuevo recinto ejercerá de polo de atracción y reactivará todo el entorno.

Después de consolidar la primera planta de Las Arenas, se trabaja ya en los pilares que encaraman la segunda. Desde el interior, la obra se vertebra como un gran “dónut”, y desde el orificio central entrará la luz a través de la cúpula de cinc que coronará el edificio

¿Dónde puedo encontrar puertas de resistencia al fuego EI2-C 90 según la nueva nomenclatura del CTE?

La respuesta la hallará en la metaBaseITeC

metaBase

ITeC

Sistema de información gratuito *on line* de las bases de datos del ITeC
www.itec.cat