

De Toledo a Pamplona (o el vendaval de inauguraciones del otoño 2004, o diez centros en diez semanas)

Arcadio Gil, consejero delegado de LaSBA, expone en esta tribuna la desbordante eclosión de inauguraciones de centros comerciales que hemos vivido en España en el último otoño. Gracias a este frenético ritmo de aperturas también hemos podido percibir un cambio significativo de tendencias que nos permite augurar hacia dónde se dirige el futuro del sector.

De nuevo, sólo seis u ocho días después, nos hemos vuelto a ver en una inauguración. Pero es ya la cuarta o quinta vez en las últimas semanas. Y no sabemos todavía que lo vamos a repetir en algunas ocasiones más antes de que llegue diciembre. Transcurren los últimos meses del 2004, y convenimos todos en que estamos viviendo un período excepcional de los centros comerciales en España. Parece un sueño, y no sólo por el número y tamaño de centros comerciales abiertos, sino por la envergadura y la categoría de prácticamente todos ellos.

De Antequera a Bilbao, de Toledo a Pamplona, en apenas diez semanas, un vendaval de inauguraciones ha dejado sembrado el mapa con muchos nuevos centros comerciales. Y, entre ellos, al menos diez, espléndidos. Diez centros en diez semanas. Describiendo entre mediados de septiembre y finales de noviembre un arco de traza meteorológica desde Andalucía hasta el País Vasco, el vendaval, de sur a norte, ha pasado por Antequera, por Toledo, por Madrid (tres veces), para seguir luego a Pamplona, y a Bilbao, y ha salpicado, en su potente discurso, a Poniente en León, y a Levante, y por dos veces, en Valencia.

Veníamos de Sevilla, en donde habíamos aprendido que entre julio del 2002 y junio del 2004, en un período de 24 meses de insólita fecundidad, 62 nuevos centros habían abierto sus puertas en un panorama nacional ya de por sí, hoy, bastante nutrido. Y cuando en los pasillos y en los cafés del Renacimiento discutíamos sobre el escaso número de mercados



Espacio León se inauguró con un lenguaje rotundo y atrevido.

locales en los que todavía parecía no haber saturación, diez nuevos centros estaban apurando sus calendarios y afinando sus labores de preinauguración, para sorprendernos, una vez más, en estas pocas semanas de otoño.

Probablemente nunca en la historia ya larga de inauguraciones de centros comerciales españoles se han dado al tiempo tantos centros, diez, tanta superficie, más de 350.000 metros cuadrados, tanta profesionalidad, tanta variedad tipológica y tanta calidad global de acabado. Ha sido un ciclo verdaderamente excepcional de producción por parte de un sector adulto, que sabe buscar sus oportunidades, y que, en su espléndida madurez, está preparado para concebirlos, realizarlos y ponerlos en marcha de forma adecuada. Y lo hace sabiendo subir continuamente el listón de su calidad urbana, arquitectónica, comercial y funcional.

El vendaval empezó en septiembre en el corazón estratégico de Andalucía, a medio camino entre Sevilla, Málaga y Granada, proba-



Centro Comercial Príncipe Pío, ubicado en pleno centro de Madrid.

blemente con la pretensión de equilibrar desde su centro geométrico el buen plantel de ejemplos en Andalucía. Abria La Verónica, en Antequera. Y con atrevimiento juvenil nos indicaba un camino futuro, el del equipamiento de ciudades de tamaño medio o pequeño. Y, con una maestría propia de la madurez, planteaba una equilibrada integración física de colores, materiales y texturas, al tiempo que brindaba una reflexiva ceremonia de orgullo colectivo y reencuentro social. Camino hacia el Norte, ya en Toledo, y antes de bañar la ciudad imperial, el Tajo daba a luz en el polígono a una brillante eclosión de fuerza comercial y arquitectónica, Luz del Tajo. En una ciudad que reclama para sí haber sido la última capital de provincia sin un moderno y auténtico centro comercial, sus vecinos disfrutaban hoy de un equipamiento completo, en un sugerente envoltorio, y con capacidad de polarizar un nuevo crecimiento racional de la urbe. Y, orgullosos de lo que ahora les pertenece, no tendrán ya que migrar a las periferias de la capital para abastecerse y disfrutar en sus centros suburbanos.

Precisamente en estas periferias, en el centro geográfico de esta tercera mayor conurbación española que forma el Sur de Madrid, fructifica el viejo sueño inmobiliario de un antiguo gran capitán de la distribución. Que ve por fin llegado su momento, e inaugurada en Fuenlabrada, Plaza de la Estación. Con un rotundo centro urbano, de concepto potente, diseño asegurado y comercialización modélica. Que permitirá absorber una demanda latente e insatisfecha, y que demostrará una vez más que, en comercio, nada puede sustituir al centro de la ciudad cuando las cosas se hacen planificadas y bien.

A finales de octubre, en Madrid, junto al Palacio Real y al Campo del Moro, se desvela el secreto mejor guardado, la joya de la corona de un promotor que luce su espléndida madurez. En Príncipe Pío, un esperado proyecto tensa magistralmente el encuentro de caudales de tráfico urbano y sabe buscar armoniosamente el diálogo entre la fábrica del siglo XIX, y los volúmenes contemporáneos que necesita ganar el exterior. Una rehabilitación absolutamente ejemplar que apunta indudablemente a merecer varias líneas de la historia grande, todavía por escribir, de los centros comerciales en España.

Y continuando hacia el Norte, sobre el eje de la Nacional I, y en uno de los más codiciados emplazamientos comerciales, en San Sebastián de los Reyes, el vendaval nos deja una meditada explosión de formas, volúmenes y decoración. Sorprendente por su inusual arquitectura, Plaza Norte 2 se integra, con su atractiva oferta comercial, en un complejo sin parangón. Con el más acreditado currículum, la promotora se viste de largo para su regreso a la capital 20 años después, con un proyecto caro pero coherente, con alquileres atrevidos pero estimulantes, y que persevera decididamente en su previo modelo barcelonés.



Itaroa, aporta una fórmula comercial singular.

En su recorrido al Norte, el fenómeno otoñal salpica hacia Poniente, a mediados de octubre, la ciudad del Presidente. Y ejercitando buen talante, un acreditadísimo promotor internacional consigue por fin abrir su primer proyecto en España, en un ejercicio audaz de integración de un

complejo comercial de vocación metropolitana en un nuevo barrio residencial a orillas del Bernesga. Con un lenguaje rotundo y atrevido, y mostrando una desbordante imaginación, tanto en el interior como en el exterior, Espacio León se ha incorporado al panorama comercial de la ciudad, y es ya uno de sus hitos urbanos de referencia.

Y a Levante nos encontramos en Valencia dos ejemplos heteróclitos, MN4 y Espai Campanar, que buscan soluciones de futuro anclados en un sector, como el del ocio, que está necesitando innovación y que merece fortuna. Ambos buscan inteligentemente la complementariedad con las ofertas próximas, y, desde sus muchos niveles, canalizan impulsos muy profesionales en la arquitectura y el comercio. Habrá que analizar con más serenidad y perspectiva el resultado una vez que haya pasado el efecto inmediato de la apertura y sus consecuencias.

Ya buscando la salida al Cantábrico, el recorrido del vendaval arquea en la comunidad foral, donde la sabia alianza del promotor local y el gran inmobiliario nacional permiten combinar capacidades en la apertura de Itaroa. Un mercado virgen, al

sentir y respirar el espacio. Hemos visto, alejados de los out-of-town de otra época, interesantes ejercicios de inserción en trama urbana, con calles y aceras siempre rodeando los edificios, y hemos podido aparcar repetidamente en plazas subterráneas. Hemos constatado la pérdida de vigor del hiper, y cómo al supermercado le cuesta tomar el relevo en condiciones. Y hemos comprobado cómo, a pesar de todo, los cines, y sus espléndidas salas en graderío, siguen siendo

protagonistas de altura en casi todas las aperturas, cómo se ha sabido reajustar la dimensión de la restauración, y cómo las medianas de moda están sabiendo imponer su ley y su presencia, y hasta cómo se atreven a tomar el relevo como locomotoras alternativas del conjunto.

Y también, de una forma regular, hemos visto un nivel absolutamente ejemplar de acabado de obras y de terminación de locales. Saber luchar contra las precipitaciones para abrir los centros asegura mejores puestas en ritmo de ventas, sin duda, pero, además permite que luzcan espléndidos en su día de inauguración. Y, para celebrar esta sintonía, sus promotores, orgullosos, han rivalizado en imaginación y compromiso público, con todas las autoridades en línea, en brillantes ceremonias, atractivos escenarios, espectáculos novedosos y espléndidos banquetes.

Desde luego, la costumbre de las ceremonias y cocktails de inauguración es una estupenda idea para celebrar tantos años de entrega, de riesgo y de compromiso. Y, desde luego, mucho se agradece el detalle de invitar a amigos y compañeros de profesión. Ofrece una singular oportunidad de saludarse, ponerse al corriente y hacer un rápido e improvisado balance de la apariencia del nuevo estrenado. No sé si tendremos ocasión de seguir asistiendo a muchas de ellas en el futuro, pero imagino que no volveremos a repetir esta singular experiencia. En diez insólitas semanas de fecundidad de nuestra industria, este vendaval de inauguraciones ha dejado, entre otros, diez espléndidos ejemplos de sur a norte de nuestro país. Me temo que no podremos en el futuro volver a encontrarnos, de inauguración en inauguración, con la frecuencia y la satisfacción sectorial con que lo hemos hecho en este último otoño. ♦

La inauguración de Zubiarte ha sido uno de los hitos de este otoño.

norte de Pamplona, dispone ahora de una fórmula comercial diferente, que se atreve a prescindir del hipermercado-de-toda-la-vida, dibujando un escenario atractivo con volúmenes poderosos y atrevidos, que recuperan la luz catedralicia. Y con una potente zona de ocio que, quizás como homenaje a su ciclista vecino Miguel Indurain, incorpora la terraza reconvertida en polideportivo.

Y probablemente el recorrido no podía encontrar mejor salida al mar que junto al río Nervión. A sus orillas, donde se está estructurando el moderno y orgulloso nuevo corazón de los negocios y la cultura del gran Bilbao. Zubiarte se acomoda entre el museo Guggenheim y el palacio Euskalduna, en una alegórica referencia al diálogo entre arte y ciencia. Una interpretación historicista y una arquitectura contenida y académica abren el interior de una muy ajustada parcela a calles cubiertas entre manzanas interiores herméticas, sabiendo responder al sentir de una capital opulenta pero reservada.

De una forma colateral, este temporal otoñal nos ha traído también un parque comercial, en Salamanca, y dos anticipos, en Granada y Bilbao. Y ha dejado algún otro centro en el arranque, abajo, en Huelva, y arriba, junto al Atlántico, en Pontevedra. Y algún otro desarrollo menor hasta completar los 17 o 18 nuevas unidades que se han incorporado al parque español de centros en este otoño del 2004.

Ahora, cuando el vendaval parece haber amainado, no será difícil escrutar en este inusitado y espectacular ramillete de inauguraciones, algunas de las tendencias que podrían estar modelando las tipologías y características de los centros comerciales en el futuro inmediato. Hemos disfrutado de fachadas exteriores atractivas, curvas en planta nos han hecho percibir fugas sutiles de escaparates, y generosos volúmenes de moles y plazas ayudan a