

Entrevista | Javier Calles

DIRECTOR FINANCIERO DEL CONSORCIO ZONA FRANCA

«A Laxe será muy pronto un punto de referencia en Vigo»

El área comercial a través de la pasarela que sobrevuela la calle espera convertirse en un eje lúdico comercial con el centro de la ciudad que repercuta en la rehabilitación del Casco Vello

N.D.
VIGO

Javier Calles ha apostado muy fuerte por el centro comercial de A Laxe, que desde el miércoles se ha convertido en la nueva área comercial de la zona portuaria. El director financiero del Consorcio Zona Franca asegura que el recinto ofrece un nuevo concepto de centro comercial con una arquitectura brillante y una selección de locales, muy alejados de un área comercial común.

—¿Cómo surge la idea de levantar un centro comercial en la zona portuaria?

—El origen del proyecto se remonta hace muchos años con Abrir Vigo al Mar. Un convenio que se firma entre el Consorcio, la Xunta y el Concello en 1992. Una parte de este proyecto era la construcción de este centro. Se abrió un concurso de ideas y se invitó a una serie de arquitectos de prestigio internacional. Se creyó conveniente crear una zona comercial en el ámbito que le diese vida comercial. Otra pieza fue abrir un edificio administrativo en la otra zona.

—¿Qué les llevó a elegir este proyecto de Sáez de Oiza?

—Lo ganó en parte por la pasarela. Sorprendió mucho al jurado. Es lo más importante del proyecto que te permitirá estar en el centro de la ciudad, saliendo del puerto, en tan solo cinco minutos.

—¿El centro comercial es la última pieza para concluir el proyecto Abrir Vigo al Mar?

—Sí, es el último trabajo que cerraría el proyecto inicial que estaba forma-

do por una serie de piezas. Un paseo central de acondicionamientos del tráfico con dos edificios en las cabeceiras que den actividad durante toda la semana. El espacio comercial asegura una gran afluencia de gente.

—A nivel puramente comercial, ¿qué ofrecerán las nuevas instalaciones a los vigueses?

—Es un centro comercial que rompe en Vigo desde el punto de vista arquitectónico y que, además, dejando al margen lo comercial, se convertirá en un edificio de referencia en la ciudad.

—¿Han sido muy exigentes a la hora de escoger las firmas que conforman el centro comercial?

—Sí, muy exigentes. Dadas las características del complejo, la gente ha

hecho proyectos en consonancia con el centro comercial.

—¿No existe ningún local vacío?

—En estos momentos se han abierto todos salvo tres, dos restaurantes y el establecimiento de Adolfo Domínguez por petición del propio diseñador para hacer unos arreglos en el interior, esperarán unas semanas para abrir. Suponemos que hasta marzo no comenzarán su actividad.

—La arquitectura es, sin duda, uno de los mayores atractivos del centro, sobre todo sus terrazas...

—Está claro, otro de los grandes atractivos del centro comercial son las enormes terrazas. Serán miradores sobre la ría y en un principio no habrá ningún servicio de restauración, aunque se estudiará en función del rendimiento del centro comercial.

—¿Qué ventajas ofrece este centro comercial respecto al resto de los de la ciudad?

—El entorno y la calidad de la arquitectura por encima de todo, pero eso al final es solo un atractivo. No es un centro comercial de cines o de hipermercados. Hemos huido de eso y apostamos por el gimnasio Metropolitan, un gigante como Media Markt, que abre su primera tienda en Galicia y los locales de moda, liderados por Adolfo Domínguez. Creo que la elegancia y el diseño es lo que caracterizará a A Laxe.

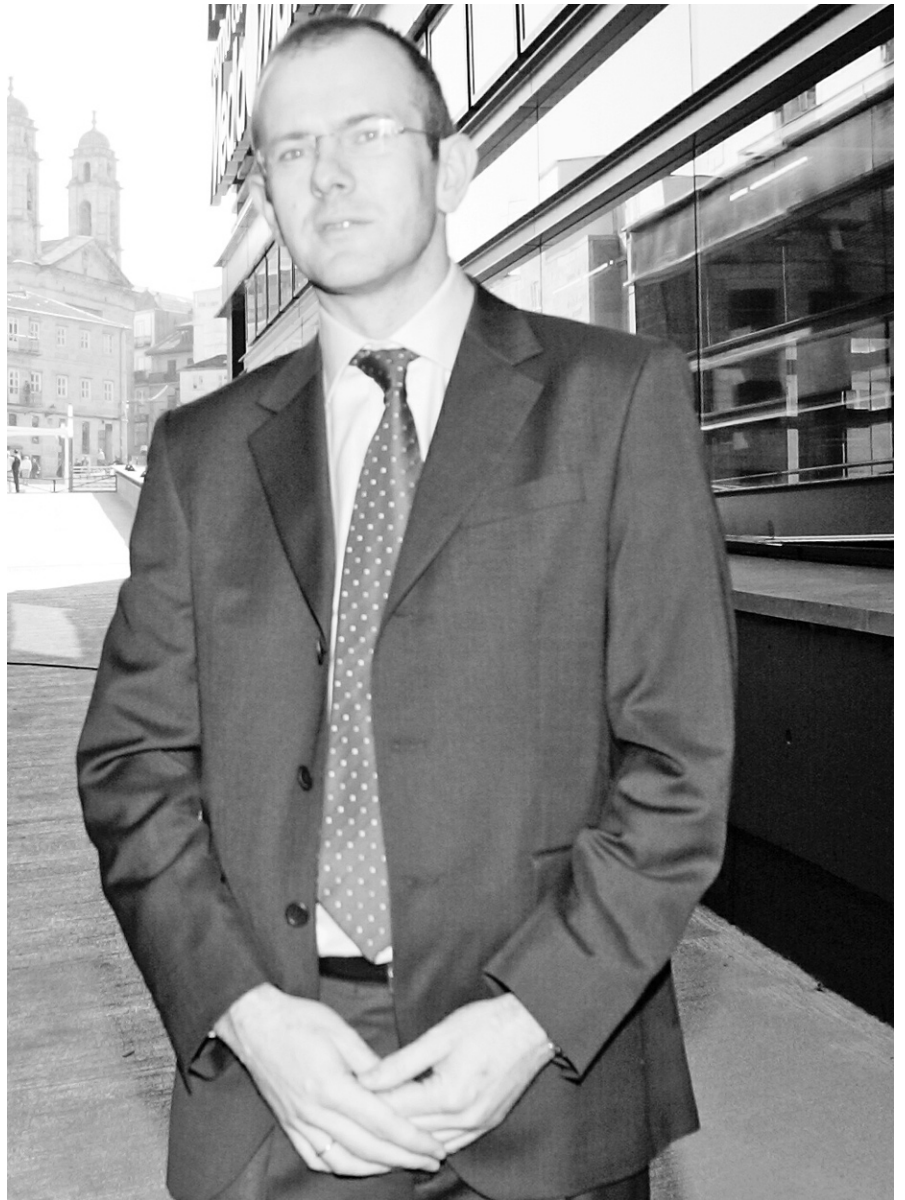
—¿Se convertirá en una nueva parada para los cruceristas que atraquen en Vigo?

—Sin duda, es uno de los objetivos. El otro día un armador vigués aseguraba que este nuevo centro

comercial se convertirá en una parada a pie de barco para los turistas que lleguen por mar y en un atractivo más en la ciudad. Darán una oferta a este sector que hasta ahora se echaba de menos en la ciudad.

—¿Cómo ha sido el arranque del centro?

—El miércoles hemos abierto una hora antes por petición de Media Markt, que tenía unas ofertas de apertura. El resto de los días el horario comercial será de diez de la mañana a diez de la noche en los locales comerciales y de diez a once y media de la noche en la restauración. Salvo los fines de semana que se ampliará hasta la una de la mañana. Por las noches se cerrarán las terrazas y la pasarela.



M. MORALEJO

Calles apuesta por un centro comercial elegante que dinamice el puerto

■ DETALLES

LOCALES

El responsable de la selección comercial, José Luis Heras, asegura que han sido muy exigentes pero «hemos hecho un mix comercial del que estamos muy orgullosos, con tiendas como Media Markt, que está haciendo mucho ruido en la televisión y en la prensa. Un gimnasio espectacular que va a sorprender por sus instalaciones y una zona de moda muy potente con las principales cadenas nacionales, salvo Inditex, junto a locales de restauración».

HORARIO

«El horario comercial será de diez de la mañana a diez de la noche y de diez a once y media de la noche en el ocio y la restauración, salvo el fin de semana que se ampliará hasta la una de la mañana. Por las noches se cerrarán las terrazas y la pasarela», señala Javier Calles.

Muchos locales han montado la mejor tienda de España

José Luis Heras, responsable de Heras y Aguirre, se encargó de la selección de las firmas nacionales y locales del centro comercial. Después de tres días abierto, sus expectativas están muy altas y asegura que muchas de ellas «nos han dicho que está es su mejor local».

—¿Se han quedado muchas tiendas fuera?

—Ha sido una selección muy exigente. En cuanto a la rentabilidad es un centro que va a cobrar unos alquileres medios, ni caros ni baratos, pero cada local ha tenido que negociar su metro, pero la cifra de ventas no es lo más importante que tiene que hacer el centro.

—¿Servirá el nuevo centro para darle más vida a la zona del Casco Vello?

—La pasarela va conseguir crear un eje lúdico-comercial que nace en el puerto y termina en la calle del Príncipe. Creemos que va a revitalizar el Casco Vello y así nos lo han demostrado muchos vecinos de la zona en las últimas semanas.

—¿Considera que este es un centro comercial de

alto nivel?

—Aunque suene cursi podemos decir que se trata de un *shopping* de cinco estrellas. Empezamos a trabajar en este proyecto en el año 2001 y desde entonces, en los estudios que hemos ido llevando a cabo con los arquitectos, siempre nos decían que metiéramos lo que metiéramos en el nuevo centro, la gente iba a venir a visitarlo.

—¿Cómo ha sido la selección?

—Hemos hecho un «mix» comercial del que estamos muy orgullosos, con tiendas como Media Markt que está haciendo mucho ruido en la televisión y en la prensa. Un gimnasio espectacular que va a sorprender por sus instalaciones y una zona de moda muy potente con las principales cadenas nacionales y locales, salvo Inditex, junto a locales de restauración. En general un esfuerzo muy grande de los arrendatarios que se han volcado mucho e incluso algunas firmas han comentado que es su mejor tienda.