

CENTRO COMERCIAL A LAXE

4 Cristal para apreciar el mar

Las instalaciones apuestan por aprovechar las vistas privilegiadas

9 Pasarela

El centro tiene conexión directa con el Casco Vello

7 Entrevista

Javier Calles, director financiero del Consorcio Zona Franca

15 Metropolitan

Un gimnasio que combina el deporte y la salud



XOAN CARLOS GIL

La inauguración del centro fue seguida por cientos de vigueses que han disfrutado desde su apertura de las instalaciones

Comprar con vistas a la ría

Tres plantas con más de 45 establecimientos conforman la nueva oferta comercial de Vigo

Textil, tecnología y deportes son algunas de las grandes bazas que el Centro Comercial A Laxe ha puesto como joyas de su corona para ganarse a los compradores vigueses. Situado en un lugar privilegiado, pegado al mar y con

unas vistas facilitadas por sus paredes acristaladas, este nuevo centro pretende convertirse en un referente de Galicia y el norte de Portugal. Pese a ello, sus compradores prometen ser de lo más internacional, ya que entre su público

objetivo se encuentra el turismo de los cruceros que recalan, cada vez con mayor asiduidad, en el puerto de la ciudad. Las instalaciones cuentan con 45 establecimientos entre los que se encuentran grandes marcas de prestigio nacional e

internacional. Además de tiendas, otro de los atractivos está centrado en sus instalaciones deportivas. El club Metropolitan dispone de más de 2.000 metros cuadrados y grandes ventanales hacia el mar desde la piscina.



La mayoría de firmas están relacionadas con el textil



El centro tiene también alternativas de restauración disponibles

Una nueva vida para todas tus ideas

El Centro Comercial A Laxe abre sus puertas con el objetivo de convertirse en una referencia para aquellos que quieren compaginar su ocio con un entorno especial

PABLO CARBALLO

VIGO

Ya es una realidad. El pasado miércoles abría sus puertas el Centro Comercial A Laxe. Un recinto ambicioso, situado en una ubicación estratégica, en pleno centro de Vigo, que se convierte en uno de los puentes de la operación de recuperación urbana del Puerto. No olvidemos que anualmente son miles los turistas que llegan a la ciudad por vía marítima, en alguno de los cruceros con escala en Vigo, lo que nos da una idea del potencial comercial de la zona, punto clave igualmente para aquellos que llegan a la ciudad por otra vía, ya sea terrestre o aérea.

Precisamente ese atractivo, en comisión con la impresionante ría que baña su litoral, quedará reflejado en el muelle de transatlánticos, el de pasajeros, el Real Club Náutico de Vigo y los atraques de las embarcaciones deportivas. Los ideólogos del Centro Comercial A Laxe, promovido por el Consorcio de la Zona Franca, han querido potenciar su privilegiada ubicación con el diseño de una pasarela que, partiendo de la plaza de A Pedra, sobrevuela la calle



A Laxe está enmarcado en una situación privilegiada junto al puerto de Vigo

M. MORALEJO

Cánovas del Castillo y atraviesa el edificio con conexiones en sus tres plantas comerciales. El Centro Comercial A Laxe, que

abre sus puertas al público con horario general de lunes a sábado de diez de la mañana a diez de la noche, cuenta con una

superficie bruta alquilable de 13.200 metros cuadrados, distribuidos en tres plantas, y a los que hay que sumar una planta

GRANDES FIRMAS QUE APOYAN EL PROYECTO

Media Markt ocupará casi un tercio de la superficie comercial

La adjudicación de los locales, en arrendamiento, se efectuó por concurso público. De los 13.200 m² que componen el nuevo Centro Comercial A Laxe, las tres unidades de mayor dimensión son: Media Markt, líder europeo en electrónica, imagen, sonido y electrodomésticos, que ocupa una superficie de 4.200 m² en la planta baja; Metropolitan, sportclub con piscina y spa

dotado de las mejores instalaciones y con espectaculares vistas sobre la ría, con 2.000 m² en la planta superior, y una macrotienda del diseñador ourensano, nacido en Pobra de Trives, Adolfo Domínguez, con una superficie de 1.600 m² desde la que se ofrecerán todas las líneas de esta marca. Allí encontraremos moda de hombre, de mujer, infantil y las últimas tendencias del hogar.

MODA, RESTAURACIÓN Y DEPORTE TENDRÁN SU SITIO

Tres plantas para dar respuesta a todos los servicios requeridos

Las tres plantas en las que se distribuye el nuevo Centro Comercial A Laxe darán cabida a los principales servicios. Las cuestiones cotidianas podrán resolverse con la visita a la planta baja, en la que también encontramos la firma Media Markt, espectacular en sus dimensiones. La planta primera será la encargada de cobijar una amplia gama de locales destinados a la moda y los complementos, con

superficies que oscilan entre los 30 y los 1.600 metros cuadrados. En la segunda planta, además de Metropolitan, se ubicarán los locales destinados a cafeterías y restaurantes, con conexión directa tanto con la plaza de A Pedra, a través de la pasarela, como con las otras plantas del edificio, conformando una zona de restauración con terrazas interiores y vistas sobre el Puerto.

EN CIFRAS

13.200 M² DE SUPERFICIE

■ Tres plantas y dos subterráneas que acogen el aparcamiento

TODO VIGO DE VISITA

■ Las previsiones de A Laxe hablan de más de 330.000 visitas mensuales.

1.500 NUEVOS EMPLEOS

■ De ellos 560 serán directos y 900 indirectos.

superior que se destinará a terraza y mirador. Sus 45 locales comerciales conformarán una oferta comercial y de restauración completa, atractiva y dimensionada que dará servicio no solo a los visitantes y turistas, también a los vigueses. Los locales destinados al ocio y la restauración extenderán sus horarios, especialmente durante los fines de semana hasta avanzada la madrugada.

En superficie, las plantas primera y segunda disponen de ascensores y tres núcleos de comunicación vertical con escaleras mecánicas, conectados con la pasarela exterior. Bajo rasante, habrá dos plantas de aparcamiento subterráneo, capaces de albergar más de 500 vehículos. El edificio es obra del arquitecto Francisco Javier Saenz de Oiza, premio Príncipe de Asturias.

CONTRIBUYE AL DESARROLLO ECONÓMICO DE VIGO

Se esperan cuatro millones de visitas durante el primer año

Un proyecto como el del Centro Comercial A Laxe nace con vocación de éxito. Por eso las cifras que se manejan en las expectativas de visitas para su primer año de funcionamiento son ambiciosas. El nuevo centro espera recibir en ese periodo cuatro millones de visitantes, lo que supondría más de 330.000 al mes, o, lo que es lo mismo, una cifra superior a la población censada en Vigo. Todo

un reto que, sin duda, favorecerá también el desarrollo económico del área viguesa con la creación de puestos de trabajo.

A Laxe contribuirá a la creación de empleo con aproximadamente 560 puestos de trabajo directos a los que habría que sumar otros 900 empleos indirectos. En total serán casi 1.500 personas las que encontrarán ocupación laboral con el nuevo centro.

FOTOS: XOAN CARLOS GIL

Un proyecto que pertenece al Consorcio de la Zona Franca

El diseñador Xosé Díaz es el encargado de la imagen corporativa

PABLO CARBALLO

VIGO

El Consorcio de la Zona Franca de Vigo es el promotor y propietario del Centro Comercial A Laxe. Esta institución pública lleva más de seis décadas trabajando por el desarrollo económico de Vigo y su área de influencia. Fue creada en 1947 para la explotación y administración de la Zona Franca de Vigo y en la actualidad sus funciones incluyen también todas aquellas actividades socioeconómicas que fomenten y apoyen el desarrollo integral de su área de influencia.

Una zona franca es un territorio determinado de un país donde se aplica un régimen aduanero especial, como la exención de derechos arancelarios para las mercancías extranjeras y otra serie de ventajas fiscales. En el Consorcio de la Zona Franca están representados el Concello de Vigo, la Cámara de Comercio, la Autoridad Portuaria, la Diputación de Pontevedra y el Estado español.

La Zona Franca de Vigo se apoya en su estratégica situación

para la entrada de productos en los mercados portugués y español. De esta manera pone especial énfasis en potenciar el comercio internacional. Su gran atractivo comercial reside en tres claves fundamentales: ser una de las cuatro zonas francas que existen en toda España, junto a la de Barcelona, la de Cádiz y la de Gran Canaria; ser la única zona franca de todo el Atlántico Norte y contar con una bahía con condiciones inmejorables.

Una de las actuaciones más relevantes que el Consorcio ha llevado a cabo en la ciudad ha sido el conjunto de proyectos englobados bajo el emblema «Abrir Vigo al Mar». Dentro de este diseño de recuperación para la ciudadanía de la parte central del puerto de Vigo, el Centro Comercial A Laxe tenía que cumplir un papel fundamental para que este nuevo centro fuese un espacio vivo y dinámico. El objetivo residía en asegurar la afluencia de gente hacia esta zona de la ciudad durante todos los días de la semana.

El Consorcio también está

convencido de que la conexión por una pasarela peatonal del propio centro comercial con el casco antiguo de la ciudad, en un enclave como A Pedra, va a contribuir decisivamente a la recuperación del barrio histórico.

Más de tres lustros después

El delegado del consorcio de la Zona Franca, Francisco López Peña, no ocultaba su satisfacción por la culminación del proyecto. «Con esta obra o Consorcio da por rematado o proxecto de recuperación urbana da beiramar central de Vigo, un proxecto de recuperación que escomenzamos alá polo ano 1992 e que chegou ata aquí non sen poucos atrancos», afirmó López Peña durante el acto inaugural del Centro Comercial A Laxe celebrado el pasado martes. Una presentación en la que también han estado, entre otros, Arturo Conde, director de la obra diseñada por Sáenz de Oiza; Javier Calles, director financiero de la Zona Franca y supervisor del proyecto y Jose Luis Eras, gerente del Centro Comercial A Laxe.



FOTOS: M.MORALEJO

El centro comercial tiene una estructura muy accesible



A Laxe pretende copar el turismo de cruceros

METROPOLITAN SPORT CLUB & SPA

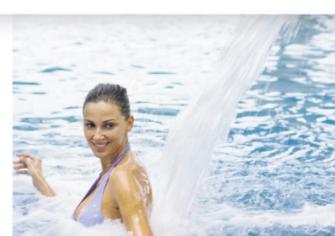


- SALA DE FITNESS
- SPA - BALNEARIO
- PISCINA
- ZONA ZEN

- ACTIVIDADES DIRIGIDAS
- ENTRENAMIENTOS PERSONALES

- AQUAGYM
- PILATES
- CYCLING
- TAI-CHI

- EASY CIRCUIT
- SOLARIUM
- RESTAURANTE
- PARKING SOCIOS



CENTRO COMERCIAL A LAXE

C/ Cánovas del Castillo, 1

986 442 953



www.clubmetropolitan.net

El edificio apuesta por el cristal para disfrutar de las vistas sobre la ría

El objetivo es atraer a público de toda Galicia y del norte de Portugal

MARTA CARBALLO

VIGO

Desde su gestación, el centro comercial A Laxe tenía claro su potencial y también cómo aprovecharlo. Uno de los objetivos del promotor, la Zona Franca de Vigo, es contribuir al desarrollo económico de la ciudad, y el puerto es una de las claves. La situación de área comercial, a los pies de la ría, es un factor clave para lograr este propósito y también uno de los ejes de atracción de los visitantes.

Son más de 500.000 las personas que viven en el área metropolitana de Vigo las que ya pueden disfrutar de esta infraestructura. Y de momento la respuesta ha sido positiva ya que en los primeros días de funcionamiento son muchos los usuarios que se han acercado hasta el centro comercial. Pero junto con los habitantes de la zona de influencia de la ciudad, A Laxe espera atraer también a gente de toda Galicia y del norte de Portugal.

Para ello, al atractivo de su ubicación junto a la ría se une un factor más. Por un lado su proximidad al centro urbano, la comodidad de sus instalaciones y también su conexión con la zona histórica de Vigo. Una pasarela peatonal sirve de conexión del puerto de pasajeros y el casco viejo. Una pasarela que, además, atraviesa todo el edificio y permite el acceso a las plantas comerciales.

Horarios

Pero todavía hay un elemento más para facilitar la llegada de visitante: los horarios. La zona comercial está abierta de 10.00 a 22.00 horas de lunes a sábados, el mismo horario que tendrá los festivos de apertura. Por su parte, el área reservada a ocio y restauración también ajusta sus horarios a las demandas del usuario. Abre de 10.00 a 23.30 horas de domingo a jueves, y de 10.00 a 01.00 horas los viernes, sábados y vísperas de festivos. Muy amplio es también el horario para el público de uno de los apartados estrella de A Laxe, el sport club-spa. Se podrá acceder de 07.30 a 23.00 horas de lunes a viernes, y de 09.00 a 22.00 horas los sábados, domingos y festivos.

Arquitectura

La estética del Centro Comercial A Laxe no pasa desapercibida y es otro de los focos de atención del edificio recientemente inaugurado. El proyecto es de uno de los arquitectos españoles más relevantes, Francisco Javier Sáenz



XOAN CARLOS GIL.

El negro antracita, el cristal y los espacios diáfanos caracterizan al nuevo edificio de A Laxe

de Oiza. Una obra que él diseñó y que continuaron sus hijos Marisa y Vicente Sáenz Guerra. Ambos estuvieron presentes en la inauguración, el pasado martes, de este centro comercial al igual que el director de la obra Arturo Conde.

Siguiendo el proyecto diseñado por Sáenz de Oiza, el edificio

alza sus fachadas en hormigón gris antracita y cristal sobre dos dársenas, conformando un elemento esencial en la remodelación del puerto de Vigo. El cristal se convierte además en un material clave que permite al visitante disfrutar del privilegio de las vistas de la ría mientras se encuentra en

el centro comercial. Volúmenes de geometría triangular y aristas cortantes en el exterior dan paso, por dentro, a espacios diáfanos, racionales y elegantemente vestidos también de negro. Son elementos que, sin lugar a dudas, dan un carácter peculiar al nuevo edificio de A Laxe.

El logotipo realizado por Xosé Díaz pretende transmitir una imagen dinámica del centro

Toda iniciativa lleva a aparejada una imagen que se convertirá en su seña de identidad y que la convierte en singular. Un logotipo que en este caso sirve como referencia para identificar de forma inmediata el centro comercial A Laxe. Una seña que lo que busca es reflejar la imagen de dinamismo del nuevo área que acaba de abrir sus puertas en Vigo y que ya ha recibido una avalancha de visitantes desde el pasado miércoles. Por ese motivo, el logotipo se convierte en un elemento fundamental en la andadura de todo proyecto emprendedor.

En este sentido, el Centro Comercial A Laxe ha encargado el logotipo al que va vinculado al diseñador Xosé Díaz Arias de Castro de la firma Imago Mundi Diseño en la que ha demostrado una

excelente trayectoria en la creación de identidades corporativas.

Xosé Díaz posee el título de diseñador gráfico que fue expedido por el BEDA —Bureau of European Designers Associations— y es miembro también de la Asociación Española de Profesionales del Diseño.

Trayectoria

Su amplia trayectoria y experiencia profesional está más que avalada por sus trabajos y en su extenso currículum destaca también el cargo de presidente de la Fundación Sargadelos. Xosé Díaz Arias de Castro es además miembro de la ponencia de Artes Plásticas del Consello da Cultura Galega y secretario del patronato de la Fundación Luis Seoane. Todo esto además de haber



El logotipo de A Laxe refleja la filosofía del centro comercial

realizado la primera publicación divulgativa sobre el ambicioso proyecto «Abrir Vigo al Mar».

Este diseñador ha logrado una imagen dinámica que ya

Tres plantas dedicadas a las compras y aparcamiento para 500 vehículos

El Centro Comercial de A Laxe tiene un total de 13.000 metros cuadrados distribuidos en tres plantas comerciales y dos más de aparcamientos, además de la terraza que permite disfrutar de una vista privilegiada sobre la ría.

Las dos plantas bajo rasante son las del aparcamiento para 500 vehículos. Solo una zona de esta superficie está ocupada por espacio comercial, concretamente por la firma Media Markt que está conectada a su vez con la superficie que ocupa en la planta baja. Es precisamente en la planta baja en la que están los accesos peatonales y de la que nace la pasarela que conecta con el centro histórico de Vigo. En este piso hay 20 locales comerciales destinados fundamentalmente a servicios, así como dos establecimientos de restauración con terrazas exteriores.

Las plantas primera y segunda están conectadas por ascensores y escaleras mecánicas y a ellas también se puede acceder desde la pasarela. En la primera predominan los locales de moda y complementos liderados por la firma Adolfo Domínguez que ocupa 1.600 metros cuadrados. En la segunda hay 5 locales de restauración y el sport club-spa Metropolitan de más de 2.000 metros cuadrados.

forma parte de la ciudad de Vigo y en la que pretende reflejar la filosofía del Centro Comercial de A Laxe y su papel de integración en la trama urbana.



Los miradores ofrecen una vista panorámica de la ría que alcanza hasta las Islas Cíes

Cerca de 4.000 metros cuadrados de terraza vigilan la ciudad

Los miradores permanecerán cerrados por las noches por temor a actos vandálicos

N.D.A.

VIGO

La arquitectura del centro comercial está diseñada para impactar. Para hacerlo no solo con el interior del edificio sino también con el exterior. Desde lo más alto del edificio, los turistas podrán descubrir una nueva perspectiva de la ciudad. Las terrazas miradores ofrecerán una estampa de toda la ría

hasta más allá de las Islas Cíes y atravesando el interior del centro o bordeando la primera terraza, el turista descubre una desconocida panorámica sobre la calle Montero Ríos, el puerto náutico y sobre el Casco Vello y el Berbés.

La última planta del centro comercial se convertirá en una enorme terraza mirador de casi 4.000 metros cuadrados, sustituyendo al hasta ahora mirador de A Pedra, que cubría el edificio del Trabajo y que ocupaba tan solo 300 metros cuadrados. El nuevo espacio se convertirá en un atractivo turístico para los cruceristas que lleguen a la ciudad. Pensando en ellos y en los vecinos de Vigo ha nacido el nuevo concepto de centro comercial. Un lugar dinámico en el que la ciudad cobrará una nueva perspectiva, que a través de la pasarela que une con el Casco Vello pretende dinamizar el entorno.

A falta de que el día a día del centro comercial marque la pauta de sus necesidades, el director financiero del Consorcio Zona Franca, Javier Calles, descarta que en la terraza mirador se ofrezcan servicios de restauración. Por el momento quedarán abiertas al público durante el día en horario de 10.00 a 23.30 horas de domingos a jueves y de 10.00 a 1.00 horas, los viernes, sábado y vísperas de festivos, para evitar que se convierta en un punto de reunión nocturno.

Doble acceso

El acceso a las terrazas de la última planta será desde el mismo piso, además serán accesibles tanto desde el interior del centro comercial como desde el exterior a través del bloque de comunicaciones que se proyecta exento, estableciéndose en esa planta el enorme mirador sobre la ría.

Y es que desde la estación marítima se podrá acceder hasta la pasarela que conecta con el Casco Vello y las terrazas sin pasar por el interior del centro comercial. Al iniciar el recorrido hacia la zona más alta, la vista que ofrece la parte antigua de la ciudad es inmejorable. Con la colegiata al fondo de la imagen, el turista divisará la primera postal real de la ciudad.

El recién inaugurado centro comercial se erige como un punto de referencia en la arquitectura local y como un espacio comercial de encuentro que busca potenciar, aún más, la zona portuaria.



Centro Comercial A Laxe

Agora en Vigo temos un novo punto de encontro: o Centro Comercial A Laxe. Situado no paseo marítimo, A Laxe non solo é o centro comercial más moderno de Vigo. Supón tamén a revitalización da zona, xa que ten unha pasarela especialmente deseñada que comunica o Casco Vello e A Pedra coa Estación Marítima. Promovido polo Consorcio da Zona Franca, o Centro Comercial A Laxe tráenos unha nova vida a toda a cidade.



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 repercute 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?**

—Si, es el último trabajo que cerraría el proyecto inicial que estaba formado por una serie de piezas. Un paseo central de acondicionamientos del tráfico con dos edificios en las cabezas 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

«Dadas las características del complejo, los arrendatarios han hecho proyectos en consonancia con el centro comercial»

elegancia y el diseño es lo que caracterizará a A Laxe.

—**¿Se convertirá en una nueva parada para los cruceristas que atraen 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», señala Javier Calles.



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 a 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, salvo Inditex, junto a locales de restauración.

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

—La pasarela va a 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**

Un lugar atractivo para el visitante

La firma Heras Aguirre se encarga de gestionar el centro de A Laxe manteniendo el compromiso con los comerciantes y buscando la comodidad de los usuarios

MARTA CARBALLO

VIGO

El Consorcio de la Zona Franca es el responsable del Centro Comercial de A Laxe y también de su gestión. Sin embargo, la explotación de este tipo de superficies comerciales no es una actividad habitual de esta institución, por lo que decidió contratar a una empresa especializada. Por ese motivo la Unión Temporal de Empresas Heras Aguirre y Asociados se ha encargado del asesoramiento y la asistencia técnica del proyecto de A Laxe y también de su comercialización. Esta empresa ha sido la encargada de atraer a las distintas firmas que el miércoles abrieron sus puertas en la nueva superficie comercial. También ha sido la responsable de coordinar las obras de todos los comerciantes consiguiendo el resultado final que todos los vigueses pueden disfrutar.

Atractivos

Heras y Aguirre S.A. fue la adjudicataria del concurso convocado precisamente para la gestión del centro comercial de A Laxe. La empresa mantiene su compromiso con los comerciantes implantados en esta nueva superficie pero también tiene como uno de sus objetivos principales el usuario. El reto es proporcionar a todas aquellas personas que se acerquen al centro un conjunto completo, cómodo y también atractivo.

Por este motivo, y al margen de la oferta comercial que el usuario puede encontrar en cuanto entra en estas modernas instalaciones, la empresa gestora busca también dar otras alternativas de ocio. Campañas especiales, actividades lúdicas y didácticas o juegos para los más pequeños son algunas de las actuaciones que se vivirán a partir de ahora. Y es que el objetivo principal de los gestores para este



XOSÉ CARLOS GIL

primer año de funcionamiento es integrarse en la ciudad ofreciendo a los vigueses un espacio nuevo, alternativo y diferente donde realizar compras pero también donde pasear, practicar deporte y sorprenderse con las actividades

que está previsto realizar en el centro comercial.

Una propuesta variada que se complementa con la ubicación de A Laxe que espera recibir en este primer año de andadura unos cuatro millones de visitantes.

A Laxe es un punto de encuentro que combina la oferta comercial con actividades lúdicas

Un amplio plan de actividades convertirá el área comercial en punto de encuentro

El centro comercial de A Laxe cuenta con varios atractivos para convertirse en un punto de referencia en la ciudad. Uno de ellos es, sin duda, su emplazamiento privilegiado a lo que se añade una construcción moderna y singular que no deja indiferente a nadie. Todo esto sin olvidar su contenido: una variada y cuidada oferta de sus establecimientos comerciales y una imagen rotunda. El centro sirve de vínculo entre el casco viejo y la ría.

Aprovechando todas estas potencialidades, desde la gerencia de A Laxe han programado todo un plan de actividades y marketing «diferente». En él se incluyen acciones y eventos

para las distintas épocas del año y que servirán de complemento ideal para hacer de este centro comercial un lugar de encuentro destacado para el público en la ciudad.

Además, el objetivo de la gerencia es mantener también una línea de colaboración estrecha con las instituciones locales, las entidades sociales y los medios de comunicación ya que la intención es participar en la vida social de la ciudad. La pretensión es que el centro comercial de A Laxe lo visiten todos los ciudadanos de Vigo y también los vecinos de otras localidades. Por eso, todo lo que ocurra en su interior será diferente.

Desde la gerencia también destacan que se va a dedicar una atención muy especial al turismo de cruceros. Y es que A Laxe está ubicada junto al muelle de trasatlánticos y eso les permite y les posibilita ejercer de modestos anfitriones para recibir a estos visitantes que contemplan desde sus camarotes una ciudad moderna.

Todo un plan de actuación en este primer año de andadura para convertir al lugar en una espacio de encuentro y convivencia. Una línea que ya están realizando con éxito en otros centros comerciales que gestionan, entre ellos, Los Rosales —en la imagen—, en A Coruña.



KOPA
Los actos se ven en otros centros que gestionan como Los Rosales

HISTORIA

Una estrecha colaboración con Zona Franca que comenzó en el 2001

La UTE Heras Aguirre y Asociados, S.A. se incorporó al proyecto del centro comercial de A Laxe en el 2001 y ha estado colaborando estrechamente durante estos siete años con el Consorcio de la Zona Franca de Vigo. Se trata de una empresa especializada en la puesta en marcha y en la gestión de centros comerciales en todo el territorio español.

Una de las sociedades que componen esta Unión Temporal de Empresas es Heras Aguirre, una firma que nació hace veinte años, a finales de los ochenta, y que durante todo este tiempo ha orientado su actividad exclusivamente al sector de los centros comerciales. La otra parte de la UTE es el estudio de arquitectura Aguirre y Asociados. Ambas sociedades tienen una avalada trayectoria en todo lo que tiene que ver con las grandes superficies. Así, cuentan con una amplia experiencia en la concepción, el diseño, la comercialización, el control técnico y la gestión de los centros comerciales. Un ejemplo de ello es que han sido los responsables de 18 de estas infraestructuras en distintos puntos del territorio nacional, y ahora a este listado se suma también el vigués de A Laxe que abrió sus puertas el pasado miércoles.

En Galicia la firma Heras Aguirre y Asociados ya tenía una presencia destacada. Esta empresa es la responsable, desde 1996, del Centro Comercial Los Rosales, ubicado en A Coruña. Además llevan otras grandes superficies en lugares como Gran Canaria —los centros de Las Arenas y Atlántico—, Málaga, Barcelona, Zaragoza, Madrid —Las Rosas, Capital M-50, Plaza de la Estación y Plaza de Rivas—, Almería, Burgos, Oviedo, Alicante, Tenerife, Fuerteventura y Orihuela.

La pasarela se abre al Casco Vello

La estructura metálica unirá el puerto deportivo con el centro de la ciudad

N. D. A.

VIGO

El recién estrenado centro comercial A Laxe no solo dará un nuevo aire a la zona portuaria. La existencia de una pasarela que conecta el recinto comercial con el Casco Vello dinamizará esta zona y conectará el mar con la ciudad en menos de cinco minutos. La pasarela es la parte final de una rampa que se inicia en el acceso a la estación marítima. Al comenzar el ascenso, el caminante divisa una espectacular estampa de la colegiata y del Casco Vello.

La nueva ruta metálica de conexión parte de la plaza de A Pedra, se posa sobre la azotea el edificio de Trabajo, cruza Cánovas del Castillo y continúa sobre la cubierta del centro comercial, al que sirve de acceso a la primera planta. Esta fue la solución que propuso el arquitecto Sáez de Oiza y que el jurado de Abrir Vigo al Mar consideró la mejor opción para comunicar el Casco Vello con Beiramar.

Con la instalación de esta nueva pasarela se abre una vía peatonal que ofrecerá a los miles de cruceristas que desembarcan en la ciudad, la



M. MORALEJO

La pasarela permitirá a los viandantes llegar al centro en menos de cinco minutos

posibilidad de llegar al centro de Vigo a través de la estructura metálica. Un recorrido mucho más breve y emblemático que desde ahora conectará la dársena de embarque con el centro neurálgico de Vigo.

Desde la dirección del Consorcio Zona Franca consideran que el nuevo centro comercial

se convertirá no solo en un referente urbano, sino que al mismo tiempo realizará una función dinamizadora en la rehabilitación de la parte baja del Casco Vello al provocar la afluencia de gente hacia esa zona. Su excelente ubicación y una arquitectura de gran calidad, conducen a la nueva

pasarela a convertirse en un nuevo símbolo de la ciudad olívica.

Desde ahora, el puerto de Vigo será un nuevo punto comercial de la ciudad en el que más de medio centenar de establecimientos completan la oferta comercial y de restauración.

■ DIMENSIONES

La estructura se podrá levantar con una grúa en caso de necesidad

La nueva pasarela metálica del centro comercial de A Laxe es una estructura metálica fija y ligera para causar el menor impacto óptico posible en el paisaje portuario. Sin embargo, en caso de necesidad, bien por que tenga que circular por la calle Cánovas del Castillo un transporte especial o por necesidades portuarias, la pasarela de Sáez de Oiza se podrá levantar.

El arquitecto diseñó la estructura apoyada sobre dos pilares de hormigón de 85 centímetros de sección y 1,80 de frente. Uno de ellos se levanta a más de 5 metros del edificio de Trabajo para salvar el apoyo sobre la losa superior del túnel. El otro, se eleva a 4 metros del centro comercial. El peso se sostiene, así, sobre los pilares descritos y sobre el propio edificio.



C. C. A LAXE

VIGO

FILA

APERTURA TIENDA

La construcción de A Laxe supuso nuevos retos para la investigación

La empresa Aluman creó innovadores muros especialmente diseñados para Vigo

NURIA SÁINZ

VIGO

El centro comercial A Laxe representó un nuevo reto para el Grupo gallego Alumán en lo que al diseño y fabricación de muros se refiere. Para la ejecución de este proyecto, el Consorcio de la Zona Franca contrató a Dragados S.A., constructora de gran prestigio y que solo con su nombre es asociada a eficacia, exactitud y precisión a la hora de ejecutar obras de esta envergadura. Debido a la excelente simbiosis existente entre Dragados S.A. y el Grupo Aluman, pudieron resolverse las diferentes complejidades que presenta la obra en cuestión, debido entre otras razones al especial emplazamiento de la misma.

El principal problema residía en el proyecto original, que contenía uno diseño de muros de cortina no permitían la rotura de puente térmico, y que con la situación especial de la obra, lo convertían en un problema crítico. Así, el grupo Aluman consiguió diseñar unos muros especiales que presentan resistencia al fuego, permeabilidad al aire y estanqueidad al agua con valores excelentes en cada uno de ellos.

Experiencia

Más de 30 años de experiencia avalan el trabajo del grupo Aluman, que en la actualidad está formado por cinco empresas: Aluman, Candame, Arquinor, Indagal y Crifersa. Estas empresas están especializadas en carpintería de aluminio y PVC, carpintería de madera, acero inoxidable, prefabricados de hormigón, inyectados de accesorios, accesorios de carpintería y distribución de carpintería, es decir, una amplia oferta de soluciones para la construcción.

Carpintería Metálica Aluman, S.L. especialista en carpintería de aluminio, PVC y acero inoxidable, cubre las actividades de carpintería de madera, pre-



El grupo posee amplias instalaciones en A Coruña donde desarrollan su labor de investigación

fabricados de hormigón y taller de calderería de aluminio y acero inox. Desde sus inicios, hace más de 30 años, hasta la actualidad en Sabón (Arteixo), con 30.000 metros cuadrados de instalaciones y más de 200 empleados, Aluman apuesta por la calidad de sus productos y por la atención y servicio al cliente.

Especialistas en rehabilitar

Una de las máximas en su funcionamiento es que no existe cliente pequeño. Tradicionalmente Aluman siempre ha estado en contacto con los particulares, asesorando y dando forma a las ideas de los propietarios de esas viviendas que necesitan de la sustitución de las ventanas envejecidas. Así, la rehabilitación (sustitución de unas ventanas viejas por unas nuevas) es una de las secciones en claro crecimiento dentro de esta empresa por la gran demanda del cliente.



Imagen del diseño adaptado a las necesidades de Vigo

■ CLAVES

Equipo

■ El trabajo en equipo del Grupo Alumán y Dragados consiguió superar las dificultades en los problemas de construcción del centro comercial vigués.

Muros de cortina

■ El esfuerzo del diseño se centró en la búsqueda de una solución para crear muros de cortina resistentes al fuego, permeables al aire y capaces de soportar la ruptura del puente térmico.

Empresas

■ El grupo Aluman, de capital gallego y ubicado en A Coruña, está formado por las empresas Aluman, Candame, Arquinor, Indagal y Crifersa.

■ REGISTRO

Certificados de calidad avalan el trabajo de 30 años en Galicia

Para garantizar un buen producto, la materia prima se ha de mantener estable con el paso del tiempo, por eso Aluman posee el certificado Aenor y es socio fundador de la Asociación Española de Fabricantes de Ventanas y Fachadas Ligeras, cuyo principal objetivo es aunar esfuerzos en defensa de la calidad del producto, colaborar en trabajos normativos y exigencias de mercado. Por otro lado, la empresa ha establecido un Sistema de Calidad basado en las exigencias de la norma ISO 9001: 2000. El sistema de calidad está implantado en todos los modelos de la organización, y no solo es mantenida, si no que es mejorada continuamente. Finalmente, la empresa gallega trabaja además por el respeto al medio ambiente.

marmenza
+ en piedra

Queremos estar contigo en tus mejores proyectos

marmenza.com

SHOWROOM

Ctra. Circunvalación, 22 - 36960 Sanxenxo
t. 986 691 971 - f. 986 691 837

OFICINAS CENTRALES

La Vichona, s/n - 36960 Sanxenxo
t. 986 690 114 - f. 986 690 527

Un espacio de ocio para los niños

La cadena Centroxogo abre un nuevo establecimiento en A Laxe, con lo que supera la veintena de tiendas en su expansión por toda Galicia y el centro y norte de Portugal

NURIA SÁINZ

VIGO

Jugar es la actividad infantil por excelencia y sus protagonistas son, sin duda, el público más especial y exigente del mercado. Los niños también ocuparán un lugar importante en la oferta comercial del nuevo centro de A Laxe. Grandes expertos en cumplir los sueños de los más pequeños de la casa serán los encargados de ofrecer todos los juguetes a estos clientes. La cadena gallega Centroxogo abre un nuevo establecimiento siguiendo su filosofía de empresa: pensar en los gustos e intereses de los pequeños, teniendo en cuenta que el juguete es un elemento fundamental para el desarrollo y no se debe considerar sólo un elemento de regalo. Y es que con ellos, los niños comienzan sus relaciones sociales, se comunican a través del juego y siempre son objeto de alegría y sorpresa.

Así, el objetivo de Centroxogo es ofrecer una gran variedad de juguetes tanto lúdicos como educativos, teniendo muy presente la actualidad del momento y siguiendo las tendencias en televisión, revistas, amigos del colegio o entorno.

Capital gallego

Santos Import S.L, empresa de capital gallego y a la que pertenece Centroxogo, se constituyó en el año 1990 con domicilio social en Goián. Así, Centroxogo nació como una cadena de comercio tradicional con el objetivo de ofrecer una amplia variedad de artículos y a un precio competitivo durante todo el año. Desde el inicio de la actividad comercial, el principal propósito ha sido ofrecer todos los juguetes y artículos para niños que demanda el



En las tiendas Centroxogo optan por los juguetes lúdicos pero también por los educativos

mercado en cada momento. La juguetería gallega pertenece a uno de los principales grupos de compras de España, Mapatoys, grupo pionero en el sector juguetero fundado en el año 1987.

La cadena Centroxogo centra gran parte de su esfuerzo en la elaboración de catálogos para las distintas campañas del año. Con estas acciones se consigue romper con la estacionalidad del sector, consiguiendo un flujo de clientes a lo largo de todo el año. Estos catálogos se centran principalmente en cuatro épocas del año: el mes de octubre, con un trabajo de precampaña para la Navidad; los meses de noviembre y diciembre, con el gran catálogo de Navidad; enero y febrero, con la campaña de carnaval; y finalmente, los meses de junio y agosto, con los

artículos enfocados al verano. Y para que ningún niño se quede sin conocer las novedades en su sector, la distribución de estas publicaciones se realiza por medio de buzoneo.

Expansión

La cadena de jugueterías está formada por diecinueve establecimientos ubicados en Galicia y Portugal, con superficies comprendidas entre los 500 y los 1.500 metros cuadrados, espacio que permite ofrecer todas las gamas de productos del sector, a la vez que sus principales clientes, los niños, pueden visualizar sin problemas las novedades. Y es que la línea de diseño, basada en el colorido y atractiva presentación de producto, hacen que los pequeños entren en un mundo de fantasía.

■ CLAVES

Goián

■ En este municipio pontevedrés está ubicado el domicilio social de la empresa Santos Import, a la que pertenece la juguetería Centroxogo.

Campañas

■ La cadena realiza cuatro campañas al año, para evitar la temporalidad del producto. La más fuerte es la de Navidad.

Tiendas

■ Las superficies oscilan entre los 500 y los 1.500 metros cuadrados, lugares en donde predomina el colorido y el diseño más atractivo.

PAVIMENTO

La solidez en los suelos llegan con la firma y la experiencia que ofrece Aplicor

El centro comercial A Laxe se prepara para recibir a partir a ahora a un gran número de visitantes, clientes que disfrutarán de la oferta comercial y de ocio de esta nueva zona en Vigo. Por eso, la solidez del pavimento se convirtió en un objetivo importante a la hora de llevar a cabo el proyecto. La tarea de otorgar firmeza y diseño al pavimento recayó en Aplicor, empresa especializada en la aplicación en el ramo de la construcción y de la industria.

Para el centro comercial A Laxe, Aplicor ha utilizado resina epoxi en los 18.000 metros cuadrados de aparcamiento, así como el toda la señalización del recinto. Los pavimentos a base de resinas sintéticas epoxídicas están dirigidos a la industria alimenticia, sector conservero, industrias cárnica, derivados de la pesca, entre otros, así como a todas aquellas industrias que necesiten condiciones especiales de impermeabilidad o resistencia frente a ataques químicos. Son pavimentos que cumplen con la normativa de la Unión Europea en materia sanitaria, siendo antideslizantes, impermeables, imputrescibles y de fácil limpieza.

Investigación

Tecnología e investigación constante son dos notas características de esta empresa ubicada en A Coruña. Para ello se realizan importantes inversiones en tecnología y maquinaria vanguardista.

PILOTES POSADA ha colaborado en la cimentación del C.C. A Laxe

PILOTES POSADA siempre ha mirado hacia el futuro consolidando cada uno de sus pasos y sustentando su avance en la investigación, la tecnología y la profesionalidad para conseguir la calidad.

PILOTES POSADA es un empresa líder, de vanguardia, capacitada para acometer los proyectos de cimentación más complejos, como ha demostrado en obras tales como el Metro de Madrid, el Ferrocarril de Alta Velocidad, Autopistas, Puertos, Edificaciones, etc., repartidos en todo el territorio nacional.



**PILOTES
POSADA S.A.**
CIMENTACIONES ESPECIALES

SEDE CENTRAL

Carretera de Baiona, 44 int. 36213 VIGO (España)
Telf.: +34 986 29 35 00 • Fax: +34 986 20 21 52
E-mail: pipos@pilotespresa.com
www.pilotespresa.com

DELEGACIÓN CENTRO

Calle Oslo, 1 - bloque 3 - 1º. 28224 Pozuelo de Alarcón, MÁDRID (España).
Telf.: +34 91 351 36 63 • Fax: +34 91 351 34 05
E-mail: delegacion@pilotespresa.com



ER-1690/2002

A LAXE

Cuarenta y cinco locales miran al mar de Vigo

La moda y los complementos ocupan la primera planta del centro

NURIA SÁINZ

VIGO

Una amplia oferta comercial, de restauración y de ocio dan forma al nuevo centro comercial que acaba de abrir sus puertas en Vigo tras varios años de trabajo. Sus 45 locales no dejan indiferente a nadie, y es que A Laxe reúne en un mismo centro la electrónica, sport club y spa, moda y complementos, ocio y restauración, joyas, vinos, perfumería, servicios y juguetes, entre otros.

Media Mark, líder europeo en electrónica, imagen, sonido, informática y electrodomésticos ocupa el mayor espacio del nuevo centro comercial vigués con un local de 4.200 metros cuadrados en la planta baja. Siguiendo con locales de gran amplitud, el segundo en extensión es el que ya ocupa el Club Metropolitan, con una superficie de 2.000 metros cuadrados y con impresionantes vistas a la Ría de Vigo. La cadena española, líder en el sector de los centros deporti-

vos y con presencia actual en 14 provincias, ha diseñado un centro exclusivo en Vigo. Piscina, sala de fitness y salas de actividades, y un amplio equipo de profesionales darán servicio a los futuros socios vigueses.

Vestir a la última

La primera planta está dedicada a la moda y los complementos, atractivos comerciales en cualquier gran superficie. Adolfo Domínguez ocupa el local más amplio de esta planta con 1.600 metros cuadrados, en el que se ofrecerán todas las líneas de esta marca gallega, de moda hombre, mujer, infantil y hogar. Acompañarán a la firma del diseñador gallego Dayaday, perteneciente al grupo vigués Pórtico y especializada en complementos de moda; Makua, también de complementos; moda joven de TBY y Desigual; calzado de Clarks y Ulanka; las cadenas punteras en el sector Mango y Bimba y Lola, que continúa su expansión por la ciudad; And

■ CLAVES

Primera

■ Dedicada a la moda. El local de Adolfo Domínguez es el más amplio y ofrece todas las líneas de la marca gallega

Segunda

■ Allí se ubica el centro deportivo y la zona de restauración y ocio con una amplia oferta a lo largo de decidir el menú del día.

y Sun Planet, de moda y gafas de sol respectivamente; Celio moda hombre; y Fila, Décimas y Recstore, de moda deportiva y complementos.

Restauración

La segunda planta está dedicada principalmente a la restauración y el centro deportivo. La oferta gastronómica se presenta amplia con la apertura de las cafeterías Jamaica Coffee Shop y Nuehz; la gran cadena de comida rápida Burger King; la cervecería Red Delicious; la



M.MORALEJO

Los locales de A Laxe se distribuyen en tres plantas

heladería II Capriccio; y un restaurante marisquería, Con de Vigo, para disfrutar de los extraordinarios productos que ofrece la Ría de Vigo.

El centro comercial se complementa con otros locales

realmente atractivos para el visitante. Farmacia, telefonía, peluquería (de la mano de Marco Aldany), centro óptico, fotografía, juguetes o joyas son más servicios a añadir en la oferta de A Laxe.

Innovadores en todo tipo de Proyectos

Metalistería - Estructuras
Construcción de Shopping

DORNA METAL

UN MUNDO DE SERVICIOS METALÚRGICOS

Queen

www.dornametal.com

El diseño y las prensas únicas se alían en la nueva tienda de Fila

El establecimiento, que en esta ocasión es franquicia, ocupa cien metros cuadrados

NURIA SÁINZ

VIGO

La firma italiana Fila, experta en moda deportiva y de diseño, inaugura su primera tienda en Vigo en el nuevo centro comercial A Laxe. El establecimiento, que en esta ocasión es una franquicia de la marca, tiene una extensión de 100 metros cuadrados. La multinacional deportiva crea unas tiendas únicas con espacios diáfanos, donde prevalece el diseño y la elegancia.

Se trata de locales luminosos y atractivos donde la tecnología juega un papel fundamental y todo se dispone equilibradamente para que las prendas sean las únicas y auténticas protagonistas. Todos los establecimientos tienen un diseño inspirado en la tienda que tiene la marca en Nueva York y que en el año 2005 fue galardonada como mejor establecimiento deportivo.

En el local del centro comercial vigués se presentarán

tanto para hombre como para mujer las colecciones de tenis, running, benessere, training, basic, golf y resort, además de las colecciones orientadas a un público joven con prendas urbanas y más cargadas de tendencia como son las líneas Academy y las líneas Vintage y Gold, exclusivas para hombre.

Modernas y dinámicas

Estas dos nuevas líneas junto con la Academy, han sido creadas para responder a los constantes cambios en las necesidades del consumidor, prestando una atención especial a las colecciones Vintage y Gold, siendo la primera una herencia histórica y la segunda, una reinterpretación del futuro. También se encontrará la colección de niño, con las líneas básicos y Academy, además de la línea de Accesorios y Calzado.

Ahondando más en las colecciones que a partir de ahora podrán disfrutarse en Vigo, son



M. MORALEJO

La multinacional deportiva presenta atrevidas colecciones con tejidos de gran calidad

las líneas Academy, Tenis y Vintage-Gold las que más éxito tienen en el mercado. La primera, para hombre y mujer, está inspirada en la historia de la compañía cuando los hermanos Fila vestían a los equipos universitarios de Biella en 1911. Para la nueva temporada Ss08, los gráficos y los bordados están inspirados en los Juegos Olímpicos de Beijing. Se trata de una colección joven, con paleta amplia de colores, ins-

pirada en el deporte, con unas líneas depuradas y cargadas de estilo urbano, con materiales lavados, mayor calidad de algodón, prestando atención a los acabados y adaptándolo a las necesidades modernas del mercado

Reinterpretación

La línea Tenis sigue la tradición, investigación, diseño y deporte para crear una colección que refleja la real pasión por el

tenis. Finalmente, la colección Vintage Gold, exclusiva para hombre, recupera los modelos antiguos que Björn Borg utilizaba para jugar a tenis y los diseños antiguos y los plasma en originales diseños destinados no tanto a un uso deportivo, sino a ropa de calle. Gold, es una reinterpretación de la línea Vintage, pero con diseños más futuristas y siguiendo las tendencias del mercado, para estar a la moda.



APLICACIONES CORUÑESAS HA COLABORADO EN LA CONSTRUCCION DEL APARCAMIENTO DEL C.C. A LAXE, APORTANDO NUESTRA PROFESIONALIDAD, CALIDAD Y AMPLIA EXPERIENCIA EN LA REALIZACION DE PAVIMENTOS DE RESINA, MARCADO DE PLAZAS, SEÑALIZACION..., CONTANDO CON LA CALIDAD DE LOS MATERIALES Y EL ASESORAMIENTO TECNICO DE PINTURAS PROA.



GRUPO MALL

APLICACIONES CORUÑESAS, S.L.
Polígono Industrial de la Grela
Gutenberg nº 44 - Nave A
Telf.: 981 261 881
Fax: 981 263 879
15008 La Coruña
E-mail: aplicor@aplicor.es
<http://www.Aplicor.es>



INDUSTRIAS PROA, S.A.
San Salvador de Budiño
Gádaras de Prado
Fax: 986 346 589
Telf.: 986 346 525
36475 PORRIÑO (Pontevedra)
E-mail: presa@pinturasproa.com
<http://www.Pinturasproa.com>

La primera cadena en centros deportivos y salud llega a Vigo

El Club Metropolitan ocupa una superficie de 2.000 metros cuadrados en A Laxe

NURIA SÁINZ

VIGO

Conciben el deporte, la salud y el bienestar de una manera absolutamente revolucionaria, y aterrizaran en Vigo con la garantía de 13 centros en toda España, algo que les sitúa en una posición de privilegio frente a sus competidores, y les convierte, además, en la primera cadena del país. El Club Metropolitan abre sus puertas después de una apuesta fuerte por la ciudad en la que han invertido más de 4 millones de euros.

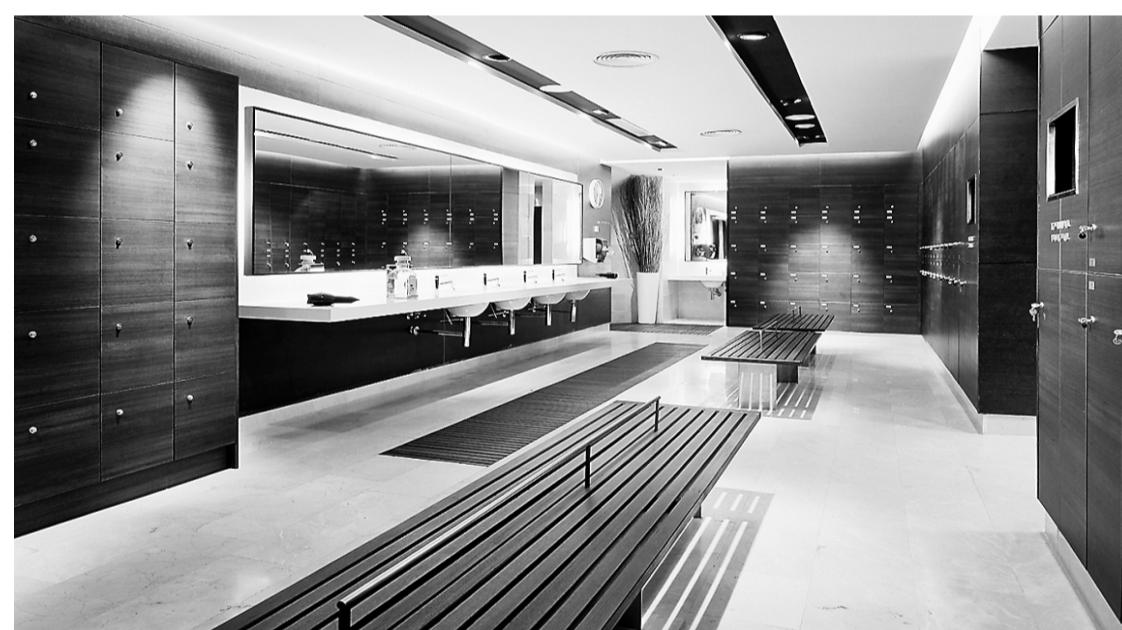
El de Vigo será un centro totalmente diferente a los que actualmente posee la cadena, una distinción de la que sus responsables se sienten muy orgullosos. «Podemos asegurar con franqueza que no hay nada parecido en España y casi me atrevería a decir que en el resto del mundo», afirma Sergio Peñón, director general del Club Metropolitan. La instalación viguesa ha sido diseñada por el prestigioso arquitecto Esteban Becerril, colaborador habitual de otros centros de la cadena y que cuenta en su haber con varios galardones por sus trabajos. La firma de Becerril es inconfundible, y ha dotado al Metropolitan de Vigo de modernidad, minimalismo y calidez. Pero además del diseño, hay que destacar la luz natural de todo el centro, que permite disfrutar del deporte, la salud y el bienestar con la maravillosa vista de la ría de Vigo, un marco incomparable para desarrollar cualquier actividad.

Todos los detalles

Sin olvidar hasta el más mínimo detalle, filosofía habitual de la cadena, el centro se divide en cuatro espacios principales: la sala fitness, las diferentes salas de actividades, el spa bBalneario y la piscina. Un capítulo aparte lo ocupan los vestuarios, espaciosos y que se convierten en uno de los lugares en donde el socio valora más el sentirse



El diseño y confort de los vestuarios se convierten en un valor añadido de este club



En la piscina y el spa-balneario se combinarán las vistas a la ría de Vigo y el placer del agua

cómodo y bien atendido. La sala fitness ocupa 500 metros cuadrados y el equipamiento se ha realizado con máquinas de última tecnología. En las diferentes salas de actividades se desarrollarán 600 actividades mensuales, desde las más

clásicas dentro de la actividad deportiva hasta las más modernas y de última incorporación a este tipo de espacios

Los beneficios del agua

El spa balneario está equipado con una gran diversidad de

efectos termolúdicos, un complemento ideal al ejercicio físico. Además, las enormes cristaleras van a permitir crear un ambiente sin igual en el que se mezclaran las impresionantes vistas a la ría con los beneficios del agua.

HORARIO

Abierto todos los días del año excepto Navidad

Aprovechar las horas en las que el cliente no está trabajando o simplemente estar a su servicio durante el mayor tiempo posible. Así funcionará a principios de marzo el Club Metropolitan. Y es que, exceptuando el día 25 de diciembre, el centro estará abierto todos los días del año en un horario bastante amplio. De lunes a viernes los socios podrán acceder a las instalaciones desde las 7.30 horas y hasta las 23 horas, mientras que los sábados, domingos y festivos la apertura se hará a las 9 horas y el cierre a las 22 horas.

Además, el Club Metropolitan sigue la filosofía "socio de un centro, socio de todos", es decir, que los socios de Vigo podrán acceder al resto de las instalaciones que la cadena posee en toda España.

Expansión

El centro de Vigo se suma a la expansión que la cadena ha llevado a cabo en Galicia, en donde posee instalaciones en A Coruña y en las Rías Baixas. De hecho, y gracias a una alianza estratégica con la cadena hotelera Hesperia, Metropolitan gestiona en la comunidad autónoma los prestigiosos balnearios del Gran Hotel Hesperia Isla de La Toja y su hermano pequeño, el Hotel Hesperia Isla de La Toja.

De la misma manera ocurrirá con la piscina, en donde además de poder practicar la natación se desarrollarán otras actividades muy interesantes y novedosas en el mercado como el aquagym, tai-chi aqua o el aqua-tecnic.



FACHADAS COBRE VERDE

CUBIERTAS RENDAL

CUBIERTAS DE ZINC Y COBRE

Isaac Peral, 34
Polígono de La Grela
15008 LA CORUÑA
Telf.: 981 268 144
Fax: 981 268 733

