



En la construcción se ha huido de la simetría y se ha optado por materiales nobles, incluso en baños y aparcamiento.

**DIVERSIDAD EN EL DISEÑO** El complejo plantea edificios diferentes entre sí, que se desarrollan a partir de la centralidad que representa el lago. Más de 5.000 plantas dan vida a un recinto asentado en un terreno semidesértico.

## La fuerza de un lenguaje arquitectónico propio

M.E. Zaragoza

Si Puerto Venecia aspira a renovar el estándar comercial y convertirse en algo diferente a los más de 500 centros que existen actualmente en España, la arquitectura del complejo debía estar a la par. El nuevo concepto, desarrollado por el estudio de arquitectura L35, huye del clásico contenedor de hormigón con locales idénticos y propone edificios divergentes, con el lago central como núcleo integrador.

L35 cuenta con proyectos representativos en el sector, como los centros comerciales La Maquinista, en Barcelona, o Isla Azul, en Madrid. Cuando iniciaron el proyecto de Puerto Venecia, en 2001, "el objetivo era hacer algo grande y distinto", explica el director del proyecto arquitectónico, Eduardo Simarro.

Con la idea del *shopping resort*, se plantearon el diseño no como un centro comercial al uso, sino "como un parque urbano gratuito", indica. Arquitectura moderna, sin caer en elementos historicistas que dan imagen de "cartón piedra". Materiales diversos y distintas geometrías regalan al complejo rincones variados, fomentando el elemento sorpresa.

Al norte se sitúa un edificio con galería cubierta y cerrada en dos plantas, en cuyos extremos se encuentran las tiendas de mayor extensión del recinto, El Corte Inglés y Primark. Al oeste, se localiza el canal que en invierno hará las funciones de pista de hielo, así como restaurantes a orillas del agua, en una escala más reducida y edificios más bajos.

Los locales de ocio, así como las salas de cine y los equipamientos deportivos están situados en la zona sur, junto con nuevas zonas de restauración. Por último, en el lado este se situará el parque de aventura cuya inauguración está prevista en primavera, junto con la ola artificial para practicar surf.

"Más de la mitad de la gente llega a través del aparcamiento", recuerda Simarro. Por eso optaron por "materiales nobles como la madera" para las estancias y las escaleras de acceso. Con los aseos se sigue la misma política, a fin de que "los usuarios sientan que están en un hotel de categoría". El aprovechamiento de la luz natural en los espacios interiores se ha cuidado especialmente con el fin de evitar la entrada de sol descontrolada. Asimismo, el diseño ha sido ideado para un mejor rendimiento energético.

La climatización artificial se reduce solo a la galería cubierta del norte y a la plaza sur, que cubren el 45% de las áreas de uso público del edificio.

### Xerojardinería

Puerto Venecia se ubica en el límite de una zona de pinar que tradicionalmente se considera el pulmón de la ciudad de Zaragoza. El centro comercial ha ampliado la zona verde con más de 50.000 plantas, arbustos y árboles –incluidas 18.000 plantas acuáticas– que permitirán reducir la huella de CO2 del complejo en 230 toneladas anuales. Se han seguido criterios de xerojardinería, encaminados a que el consumo de agua no se dispare. Como ejemplo, sólo se han plantado 800 metros cuadrados de césped en todo el recinto.

Puerto Venecia se asienta en una zona que estaba dominada por colinas semidesérticas. Para nivelar el terreno, fue necesario retirar más de un millón de metros cúbicos de tierras. Actualmente, el recinto se encuentra emplazado en el límite del Tercer Cinturón, anillo urbano que rodea Zaragoza, y cuenta con conexión con el Cuarto Cinturón, que funciona como una autovía.





# Puerto Venecia



Un lago navegable de una hectárea, que servirá de pista de hielo en invierno, centraliza un recinto donde el acento está puesto en el ocio y en la restauración, sectores que ocupan el 10% de la superficie.

**INAUGURACIÓN** Con 206.000 metros cuadrados de superficie y una inversión directa de 400 millones de euros, Puerto Venecia prevé recibir veinte millones de visitas en 2014. Ubicado en Zaragoza, su mercado potencial cubre buena parte del nordeste de España.

## El mayor centro comercial de Europa

Marcos Español. Zaragoza

La etapa dorada que los centros comerciales disfrutaron en las últimas décadas no parece que vaya a remitir con la desaceleración económica. Es más, las grandes marcas apuestan por ellos con una concepción renovada: hacer de ellos no sólo puntos de venta, sino parques de ocio en los que los usuarios, además de realizar sus compras, puedan disfrutar de un sinfín de actividades.

Hoy se inaugura en Zaragoza el mayor centro comercial de Europa o, como sus responsables insisten

en bautizarlo, un *shopping resort* de 206.000 metros cuadrados promovido por Eurofund Investments, la joint venture formada por las inmobiliarias British Land y Orion Capital Managers. El proyecto ha supuesto una inversión directa de 400 millones de euros, que ascienden a más de 1.000 si se suma el capital indirecto. El resultado, un enorme recinto ubicado entre el Tercer y el Cuarto Cinturón de Zaragoza, que cuenta con un parque de medianas de 83.000 metros cuadrados, inaugurado ya en 2008, una nueva zona comercial de 99.000

metros cuadrados y áreas de ocio que incluyen un lago artificial, una pista de hielo y un rocódromo para practicar escalada.

Y las grandes firmas no han fallado. Ikea fue la primera en abrir al público su, por ahora, único centro regional, en 2007. Le siguieron compañías como Leroy Merlin, Media Markt, Decathlon, Porcelanosa y McDonalds en 2008 y, desde hoy, se suman otras 150 firmas, entre las que se encuentran las de mayor éxito tanto nacional como internacional. La mayor superficie comercial la ocupa El Corte Inglés,

**Orion Capital Managers y British Land han creado una joint venture para promover el complejo**

**Firmas como Ikea y Leroy Merlin han abierto sus puertas desde 2007, y a ellas se unen ahora 150 más**

con 40.000 metros cuadrados. Se trata del edificio que preside uno de los extremos de la galería comercial. Con seis plantas, se ha convertido en el principal generador de empleo en el centro comercial, con 400 puestos directos. Para ellos, se han presentado más de 20.000 currículos. Primark también ha apostado fuerte por Puerto Venecia, con una tienda que, con 6.600 metros cuadrados, es la más grande de la multinacional irlandesa en nuestro país. Por su parte, Inditex abre por primera vez sus ocho firmas en un mismo lugar.