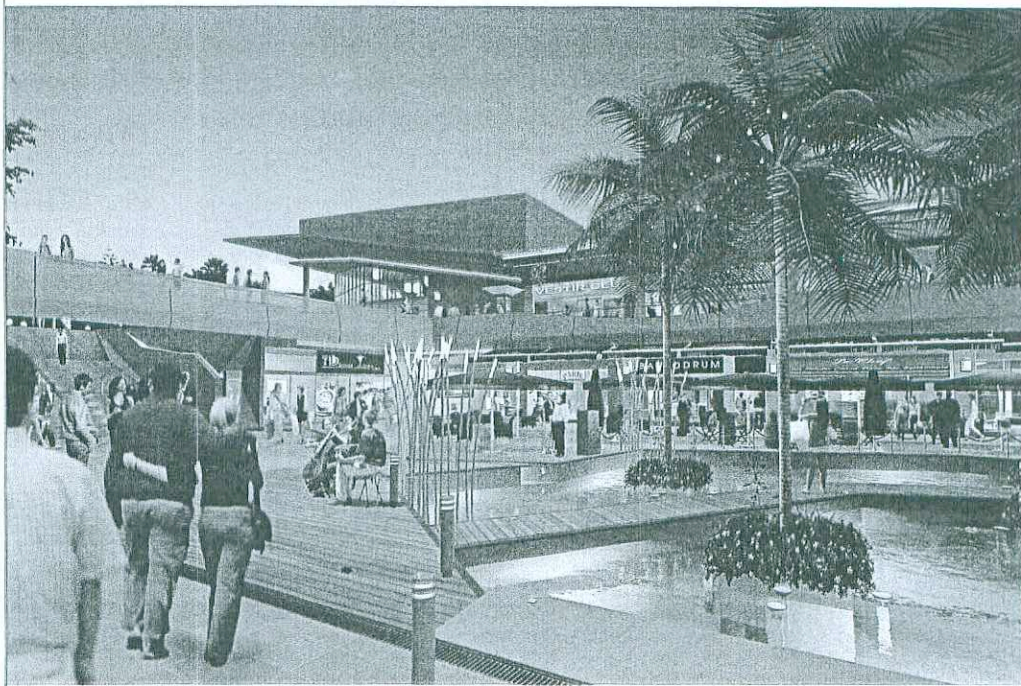


# EL MEDIO AMBIENTE Y LOS CENTROS COMERCIALES

En la actualidad, uno de los aspectos que mayor interés está suscitando en la concepción, construcción y gestión de los centros comerciales y de ocio es la aplicación de principios medioambientales, tales como la optimización del uso de los recursos naturales, la energía, el empleo responsable del terreno y los materiales disponibles, así como la gestión racional de los residuos.



En el pasado sólo algunos de estos factores se tenían en cuenta sobre todo en la fase de gestión de los centros. Con la aplicación de los principios medioambientales en todas las fases de la vida de los centros comerciales se pretende, por un lado, garantizar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto y, por otro, obtener el máximo nivel de aceptación por parte de usuarios, ciudadanos, operadores y administraciones, entre otros grupos de interés.

El aprovechamiento racional de los recursos hídricos es fundamental en España. Por ello, el agua potable debe destinarse sólo para consumo humano, en tanto que en inodoros, sistemas de riego y limpieza se utiliza agua reciclada. Puerto Venecia es un claro ejemplo en este tipo de políticas y para ello estamos incorporando grandes depósitos de caudal controlado que recogen, almacenan y distribuyen el agua de lluvia que cae en el entorno. Este agua se utilizará posteriormente para abastecimiento del lago y el canal que a su vez sirven para fomentar la biodiversidad local, y se utilizarán como depósito natural y como fuente para un riego responsable de las zonas verdes.

Asimismo, con el fin de disminuir el consumo de agua en las zonas ajardinadas se han implantado nuevas técnicas de ahorro de agua: sistemas de riego más eficiente -riego por goteo-, la plantación de especies vegetales adaptadas a climas áridos además del uso de capas aislantes naturales sobre el terreno que reducen el nivel de evaporación.

La mayor parte de los centros comerciales están adoptando en la actualidad medidas concretas para lograr un consumo energético más eficiente y racional. Por esta razón, cada vez cuentan más con una

óptima orientación solar, emplean en las cubiertas materiales traslúcidos que facilitan la iluminación natural protegiendo de las radiaciones solares y disponen de un diseño que facilita un elevado aprovechamiento de la ventilación procedente del exterior. La combinación de éstas y otras medidas permite obtener hasta un 35% de ahorro de energía, cuyo consumo puede reducirse igualmente con la utilización de acumuladores de energía y fuentes renovables, como la solar-fotovoltaica, obtenida gracias a paneles solares situados en los edificios. Con ellos se obtiene la energía necesaria para calentar el agua sanitaria o alimentar el sistema de alumbrado, por ejemplo.

Otro de los principios medioambientales a tener en cuenta es el tratamiento responsable de los residuos, mediante una separación eficaz de los mismos, agrupándolos en reciclables, biodegradables, reutilizables y valorables.

El uso de materiales reutilizados y/o reciclables y de otros de probada versatilidad y durabilidad en la construcción del centro comercial contribuye del mismo modo a su sostenibilidad. Asimismo, es recomendable que un alto índice de estos materiales esté presente en las cercanías del centro comercial, puesto que con ello evitaremos largos recorridos, minimizando las emisiones de CO<sub>2</sub> y el consumo de combustible necesario para su transporte.

En el caso de *Puerto Venecia* la red viaria está basada en los más modernos programas de tráfico que tienen en cuenta las hipótesis de uso más desfavorables. La red viaria debe contar además con una señalética adecuada, así como con aparcamientos subterráneos que faciliten la fluidez del tráfico en superficie. También es importante en este senti-



**NICK HODSON**  
Consejero Delegado  
Puerto Venecia

## Puerto Venecia, un proyecto sostenible

En Zaragoza, el mayor centro comercial de Europa, creará 4.000 empleos

Más de dos millones de personas de un radio de influencia de 100 kilómetros podrán beneficiarse de la oferta comercial de Puerto Venecia, considerado ya como el mayor centro comercial y de ocio de Europa. Con una inversión total de mil millones de euros, 206.000 metros cuadrados de SBA reunirá 250 operadores. El Corte Inglés e Ikea comparten un mismo espacio por primera vez.

Eurofund Investments Zaragoza, joint venture entre la inmobiliaria británica British Land (tercera del sector en Europa) y un consorcio de inversores privados extranjeros, construye en Zaragoza el que será el complejo de ocio y comercio más grande de España y el mayor de Europa. El proyecto, que constituye la mayor inversión privada en el sector retail en España, será una realidad en 2010. Creará 4.000 nuevos empleos y dará vida a un parque de medianas, galería de moda, centro comercial, zona de ocio, aventura y deportes, con más de 250 operadores de distintos sectores, rodeados de un lago artificial, canal y amplias zonas verdes. El mix comercial incluye un 25% de operadores locales y 10.340 plazas de parking.

Puerto Venecia es también un proyecto sostenible, diseñado,



construido y gestionado siguiendo un programa medioambiental específico. Levantado junto a un amplio pinar en torno a un lago y parque público de más de 25.000 metros cuadrados, contempla un amplio paquete de medidas limpias como la plantación de 10.000 árboles, la construcción de un carril bici (de más de 10 kilómetros) y aparcamientos para bicicletas; edificios planificados para reducir el consumo energético, el uso de materiales reciclables y respetuosos con el medioambiente y la disminución del tráfico por carretera y fomento del transporte público.

do el fomento del uso del transporte público y de otros medios alternativos, como la bicicleta.

La utilización de fuentes renovables de agua y energía, un uso racional de los recursos, la gestión adecuada de los residuos y un aprovechamiento responsable del terreno y de los materiales deben ser

sólo los primeros pasos hacia la adopción de una estrategia global de carácter medioambiental. No se trata sólo de minimizar la influencia de los centros comerciales en el medio ambiente, sino que se conviertan en regeneradores de la riqueza natural del entorno en el que se encuentran.

### Puerto Venecia en cifras

• SBA (Superficie Bruta Alquilable)	206.000 m <sup>2</sup>
• Creación empleo	4.000
• Inversión total	1.000 mill €
• Inversión directa	600 mill €
• Inversión inducida	400 mill €
• Ventas anuales previstas	350 mill €
• Plazas Parking	10.340
• Área de influencia	2.000.000 en 100 Km 20.000.000 en 300 Km
• Operadores	250 (25% firmas locales)

#### Parque de medianas

• Ikea	34.000 m <sup>2</sup>
• Leroy Merlin	11.769 m <sup>2</sup>
• Porcelanosa	3.000 m <sup>2</sup>

#### Galería de la Moda

• El Corte Inglés / Hipercor	39.000 m <sup>2</sup>
• Primark	6.270 m <sup>2</sup>

#### Lago, aventura y ocio

• Decathlon (locomotora)	6.086 m <sup>2</sup>
--------------------------	----------------------

# 215.234.000

¿Te imaginas acceder a un mercado de más de 200 millones de consumidores?  
Can you imagine reaching a market of more than 200 million consumers?



## AlimentariaLisboa'09

Salón internacional de la alimentación y bebidas / International food and beverages exhibition  
19 - 22 Abril April 2009 | Feira Internacional de Lisboa



Fotografía: postum. António Ferreira do Souto