

Con la inauguración de Vialia Estación de Abando en Bilbao el pasado mes de diciembre, Renfe ha creado un nuevo concepto de estación en el que se combina el ocio, la diversión y las compras con los servicios de transporte tradicionales. Renfe pretende así rentabilizar sus estaciones, que se convierten en un importante polo de atracción de viajeros gracias a las instalaciones comerciales y de ocio que ofrecen las nuevas estaciones Vialia.

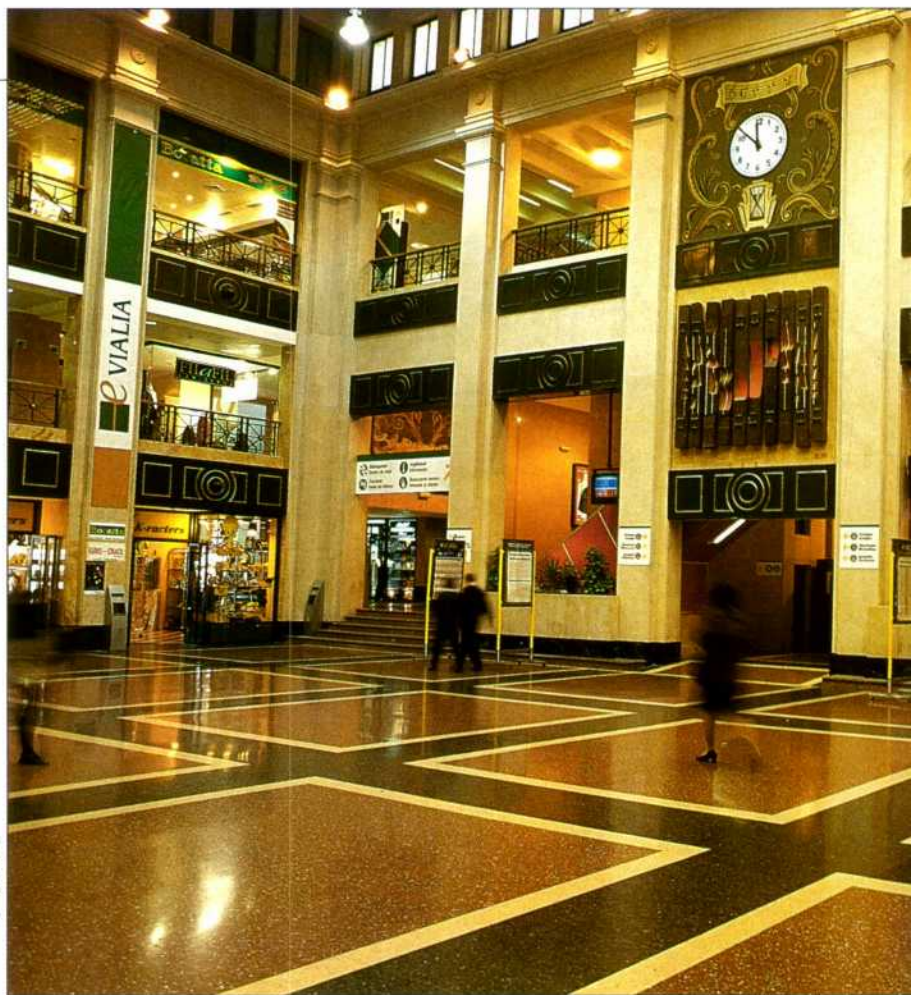
Yolanda del Val

Las estaciones han dejado de ser aquellos edificios bellos a los que los viajeros sólo acudían a tomar el tren. Hoy en día los usuarios del ferrocarril exigen que estos edificios sean funcionales y ofrezcan servicios complementarios de todo tipo. De esa necesidad, y de la necesidad también de rentabilizar las estaciones, surgió Vialia, un proyecto que aprovechará las estaciones para nuevos usos. Cada estación que se prepare para este proyecto llevará a partir de ese momento el nombre de Vialia, al que se le añadirá el propio de la estación.

"Debemos entender Vialia como la estación del próximo siglo. Una estación vinculada a un contexto mucho más amplio, lleno de ocio, de actividades lúdicas, culturales y comerciales que se integran en el tejido urbano y que, por supuesto, se desarrollan con criterios de rentabilidad", explica **Francisco Bonache**, director gerente de la UN de Estaciones Comerciales de Renfe.

Renfe realizó en su día un estudio de mercado en el cual se pusieron de manifiesto las ventajas que presentaban las estaciones: lugares céntricos, bien comunicados, y edificios singulares, que además contaban con un flujo de visitantes considerable. "Se analizó la posibilidad de que el desarrollo comercial de las estaciones se realizara bajo una nueva fórmula, con su propia marca e imagen, y como resultado de ese largo proceso surgió la marca Vialia, que hace que la estación se convierta en una pieza viva de la ciudad,

Vestibulo de Vialia Estación de Abando.



EL PROYECTO VIALIA APROVECHA SU UBICACION PA

Renfe rentabiliza sus e través de centros comerc

en algo que va más allá de un centro comercial", afirma **Francisco Bonache**.

Un lugar al que llegan todas las calles, bien comunicado, conocido por todos, un lugar por donde pasa la vida día a día. Así es como Renfe entiende que deben ser en el futuro la estaciones, y así es como las presenta en el vídeo de promoción que la compañía ferroviaria ha realizado sobre Vialia.

Con Vialia la estación se integra en la vida de la ciudad, y, aprovechando su buena ubicación y la disponibilidad de suelo, lo que se intenta es crear servicios que pueda necesitar la población, ya sea en

materia de ocio, diversión o zonas comerciales.

Flexibilidad. En el caso de Bilbao Abando, la primera estación Vialia y que Renfe considera una especie de prototipo, la compañía ferroviaria ha llevado en solitario todo el proyecto: desde la fase de diseño y construcción, pasando por la comercialización y la gerencia. Sin embargo, esto no quiere decir que siempre vaya a suceder así. Precisamente, una de las claves de Vialia es la flexibilidad a la hora de desarrollar los distintos proyectos. De momento, se ha constituido una sociedad llamada Nuevos Espacios



LUNA



LUNA

Barcelona Sants será centro Vialia.

RA ATRAER AL PUBLICO

Estaciones a ales y de ocio

Comerciales (Necsa), en la que Renfe participa con un 40 por ciento del capital y Riofisa con el 60 por ciento restante. Esta sociedad es la que se va a encargar de la construcción, comercialización y gerencia de los centros de Málaga, Salamanca y Barcelona Sants, que son las otras estaciones que se han incluido en el plan Vialia. Sin embargo, no se descarta que en el futuro se utilicen fórmulas jurídicas distintas. En el caso de Málaga o Salamanca, Necsa invertirá el capital necesario para la construcción de los nuevos edificios y además se encargará de realizar los correspondientes estudios de mercado y de rentabilidad. A cam-

bio, esta sociedad obtendrá el alquiler del espacio comercial por un período que oscilará en torno a los 25 años, tiempo que se considera suficiente para amortizar y rentabilizar el proyecto.

Vialia se caracteriza por ser un producto muy flexible, de manera que al igual que en Salamanca, Málaga y Barcelona se ha constituido una sociedad para desarrollar comercialmente el proyecto, también caben otras posibilidades, como por ejemplo, que sea un propio promotor inmobiliario quien presente su propia oferta. En todos los casos Renfe se seguirá encargando de toda las actividades asociadas al ferrocarril, como es la explotación del centro de viajes, venta, postventa, etc... Por su parte, la empresa adjudicataria se ocupará de la gestión del centro comercial y de la búsqueda de nuevos explotadores.

"Cuando el entorno comercial de una ciudad permite la implantación de un centro Vialia, lo que hacemos es invitar a los promotores comerciales a que nos presenten sus ofertas. Aparte de los proyectos que ya se encuentran en marcha, estamos trabajando con las estaciones de Valladolid, Vigo y Logroño. Además estamos abiertos a iniciativas privadas en relación con cualquiera de nuestras estaciones", dice **Francisco Bonache**.

Espacio. "Vialia es un proyecto que se extenderá lentamente, aunque no a toda la red. Lo que determina la viabilidad del proyecto es la disponibilidad de espacio y la oportunidad de negocio. Si se trata de una ciudad cuyo entorno está saturado de centros comerciales o de ocio esta fórmula no resulta interesante", afirma **Carlos Ventura**, director Comercial de Estaciones Comerciales de Renfe. Los proyectos se realizan pues en función de las necesidades de la ciudad, y para ello es necesario llegar a acuerdos con los ayuntamientos, ya que las modificaciones urbanísticas tienen que hacerse de acuerdo con la normativa existente.

Con Vialia, Renfe entierra definitivamente el concepto de estaciones monumentales del siglo XIX, edificios que reflejan el poder que en la

época representaba el invento del ferrocarril. Ahora, lo que se intenta es crear la estación del siglo XXI, entendiendo por ello estaciones muy funcionales, donde se conjuga a la perfección ferrocarril y ciudad, y donde además, las estaciones ya no se orientan exclusivamente a las personas que viajan, sino también a las del entorno urbano; ya no se trata de modernizar, sino de rediseñar y transformar edificios, lo que da por resultado un conjunto totalmente nuevo, en el que la estación forma sólo una parte de él.

Carlos Ventura está convencido de que la experiencia servirá para atraer viajeros. "Las estaciones se van a transformar en algo moderno, actual y, por lo tanto, la imagen de la propia estación y del ferrocarril va a mejorar. Va a ser una imagen dinámica, innovadora, moderna y creativa", dice.

Todo ello, qué duda cabe, implicará un aumento de la rentabilidad, ya que los costes que soporta el conjunto de la actividad del ferrocarril serán menores, o siendo iguales contarán con una fuente de finan-



Primer diseño de Vialia Estación de Salamanca.

ciación externa, lo que se traducirá a la vez en un aumento de los ingresos.

"Con Vialia no se pretende reducir gastos. Lo que este proyecto permite es que el concepto de estación cambie totalmente, sin que ello suponga un sobrecoste para Renfe. Ya no es sólo cuestión de lograr una determinada rentabilidad por el alquiler del suelo. Lo importante es que nosotros estamos dentro, y si conseguimos ser el foco comercial de la ciudad, los beneficios serán importantes", afirma el director Comercial de Estaciones Comerciales.

Diseño. Vialia Estación de Abando, inaugurada en diciembre de 1996, es por su tamaño y ubicación un lugar ideal para iniciar cualquier tipo de actividad comercial. Muy bien integrado en la ciudad, con un diseño arquitectónico muy bonito, el edificio se identifica perfectamente con el concepto Vialia. Además, las características del edificio permitirían realizar el proyecto en poco tiempo y con un escaso coste, lo que decidió a Renfe adoptarla como prototipo y llevar en solitario el proyecto.

Las obras, que han ascendido a unos 200 millones de pesetas, han consistido en reacondicionar la planta baja, la entreplanta y el pri-

mer piso de la estación, donde se ha ubicado toda la zona comercial, alrededor de 28 ó 30 locales, incluyendo el centro de viajes.

La entreplanta es totalmente nueva. Además, se ha instalado un nuevo ascensor, una escalera auto-

Las Tiendas de Chamartín

En las estaciones donde no está previsto llevar a cabo un proyecto de modernización al estilo de Vialia, Renfe implantará un nuevo modelo de gestión, que incluirá locales comerciales unificados en torno a la marca Las Tiendas de la Estación. Este modelo funciona ya en Barcelona Sants y Valencia y antes del verano se inaugurará en Alicante.

Renfe también pondrá en marcha próximamente Las Tiendas de la Estación de Chamartín, por lo cual tiene previsto invertir unos cien millones de pesetas en la mejora de los accesos, de la señalización y de la iluminación de la estación. Las Tiendas de la Estación se instalarán en la entreplanta, y, concretamente, en la terraza, que ocupa una superficie total de 3.000 metros cuadrados. Con esta iniciativa, Renfe se propone atraer a la gran terraza no sólo a las personas que viven en las proximidades de la estación, sino a toda la población de Madrid. □

mática y un nuevo sistema de seguridad. Nada más traspasar el umbral del edificio, el viajero se da cuenta de que no es una estación normal: las vías no están a la vista, dado que se encuentran en la parte superior, y la mirada se detiene rápidamente en la parte comercial, donde el centro de viajes ocupa un lugar destacado.

Ampliación. El caso de Salamanca, cuyo proyecto se encuentra pendiente de aprobación, es quizás uno de los más espectaculares, ya que el nuevo edificio de la estación ampliará su superficie de forma considerable (pasará de 2.000 a 10.000 metros cuadrados). El edificio será a la vez moderno y elegante, y el ocio, léase cines, ocupará un lugar muy importante. El proyecto prevé la construcción de una gran avenida comercial y de un aparcamiento. La mejora del entorno será también significativa, ya que junto a la estación se construirá una plaza adoquinada rodeada de jardines. En total, las inversiones se elevarán a mil millones de pesetas y la estación se inaugurará posiblemente el año que viene.

Salamanca es probablemente la estación que mejor representa el concepto Vialia, aunque por el tamaño resulte más pequeña que otras. "En la estación nada recuerda a la anterior, es como si la hubiéramos rediseñado por completo. La estación es totalmente nueva, llena de servicios, y esa es la impresión que van a recibir las personas que la vean, aunque el antiguo edificio se ha conservado por razones económicas", dice Carlos Ventura.

A diferencia de Salamanca, en Málaga, la superficie donde se va a incluir Vialia ocupará un área mucho más dispersa, ya que responde en mayor medida al concepto de parque comercial, donde las distintas zonas comerciales se unen a través de un paseo arbolado. Pese a que el aspecto comercial es importante, en Vialia Estación de Málaga pesará más la faceta ocio, terreno en el que la ciudad no se encuentra aún saturada. La estación albergará un complejo de cines, varios aparcamientos, un parque de ocio infan-

Zurbano, 76. 28010 Madrid
Teléf.: (91) 441 05 00. Fax: (91) 442 43 87



CALIDAD Y SERVICIO

TUBERIAS Y PREFABRICADOS, S.A.

TYPS.A.

Prefabricados de hormigón de alta calidad



Fábrica de traviesas de hormigón de Luceni (Zaragoza)

Camino de las Viñas, s/n. 50640 Luceni (Zaragoza). Teléfs.: (976) 65 21 36 y 65 22 61



CALIDAD Y SERVICIO

En Portada



Estación de Valladolid.



Vestibulo de Chamartín en Madrid.

til, un área de exposiciones, restaurantes, tiendas y, posiblemente, un teatro municipal. El nuevo vestibulo comunicará además la estación sub-

terranea de cercanías con la de largo recorrido.

Sin duda, lo más característico del proyecto es la distribución de

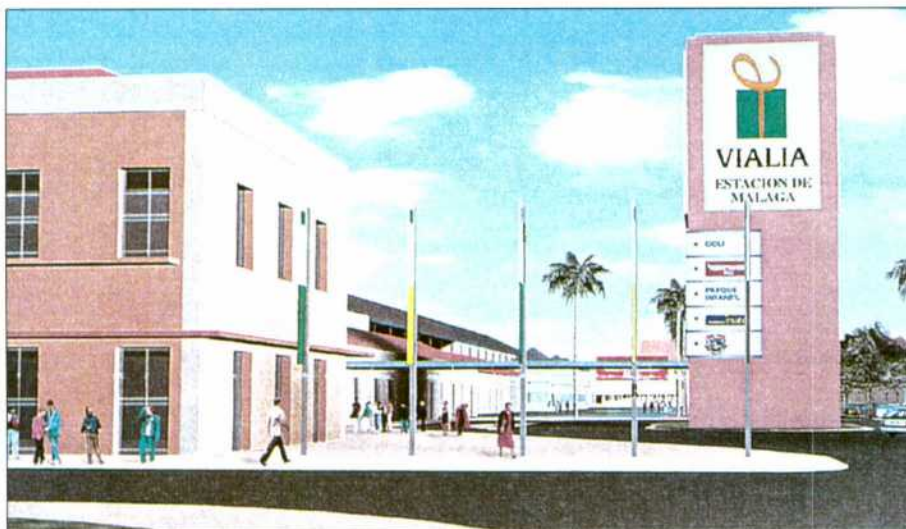
las distintas zonas comerciales a lo largo de una gran superficie que envuelve lo que era el antiguo edificio de la estación, que servirá de vestíbulo y se integrará en el conjunto con nuevas tiendas.

Al igual que en Bilbao Abando, donde se han recuperado unos frescos y se han situado en lugar más visible, en Málaga se recuperará la fachada original, y con ello el valor arquitectónico de la misma.

En este caso, la superficie total de actuación se eleva a 18.500 metros cuadrados y las inversiones que se realizarán ascienden a 2.100 millones de pesetas.

Intermodal. También existen planes para convertir a Barcelona Sants en una estación Vialia. En estos momentos se está tramitando un plan especial para la estación, en el que participan la Generalitat de Cataluña, el Ayuntamiento y Renfe. El proyecto implica el reordenamiento de la circulación en los alrededores de la estación y la creación de nuevos accesos. Asimismo, se construirá un aparcamiento subterráneo que sustituirá al que ahora existe en superficie, ya que parte de él desaparecerá con la ampliación de la estación, cuya fachada avanzará 30 metros, suponiendo una ampliación de 4.500 metros cuadrados en planta. También se construirá una nueva estación de autobuses interurbanos, que se situará en la plaza Joan Peiró, en uno de los extremos de la estación, y cuyas taquillas se ubicarán en el vestibulo de la estación. Todo ello convertirá a Barcelona Sants en un importante centro intermodal, donde confluirán el transporte urbano (taxis y autobuses), autobuses interurbanos, metro, cercanías y ferrocarril al aeropuerto.

"La estación de Barcelona Sants está ya muy desarrollada, de manera que el cambio que se va a producir, aunque importante, será más bien de carácter cualitativo", dice Carlos Ventura. En el caso de Barcelona, las inversiones se elevarán a 3.000 millones de pesetas, y se hará especial hincapié en la mejora y ampliación de la oferta de ocio. Dada la envergadura del proyecto, Vialia Estación de Sants no se inaugurará antes del año 1999. □



Uno de los diseños que se estudian para Vialia Estación de Málaga.