

PROYECTO ALHONDIGA

Ya en el siglo XIII, Vitoria-Gasteiz era una ciudad con una relevante actividad comercial, en la que se intercambiaban todo tipo de mercaderías propias de la época. Su emplazamiento geográfico constituía el mejor aliado a efectos de pujanza comercial.

No era el único, pero el lugar por excelencia que representaba el ajetreo y las aglomeraciones propias de los mercados era la Alhóndiga (s. XVII). Un edificio destinado específicamente a ese fin y que presidía lo que hoy conocemos como plaza de la Virgen Blanca.



Traer a colación la Alhóndiga, no es sino un pretexto sin más aspiraciones que la de reforzar la idea de Vitoria-Gasteiz tiene y ha tenido una clara vocación comercial. Una identidad hoy latente, si se quiere, que debe emerger como un nuevo espacio de oportunidades, y por lo tanto debe incorporarse a la reflexión estratégica que exige la ciudad.

Como en cualquier manual de técnicas comerciales, la definición del espacio en el que pretendemos que se multipliquen las transacciones económicas requiere de un proceso previo de definición.

Hoy los centros comerciales y de ocio son diseñados como edificios que prácticamente incorporan a los consumidores a unos circuitos y tránsitos interiores que absorben la vida de la ciudad.

Las zonas de reposo, las actividades de ocio, la disposición de salidas y entradas a los recintos, la estética interior de colores y formas, el mobiliario, etc., todos ellos son elementos diseñados para influir y propiciar unas pautas de comportamiento netamente consumistas. Por tanto, la definición y selección del espacio físico en el que pretendemos articular una estrategia comercial son básicas.

Parque Comercial Urbano

Precisamente, la primera pretensión del PROYECTO ALHÓNDIGA es la creación de un parque comercial de ciudad. La singularidad de ese espacio comercial no

se construye sobre la base de un edificio o conjunto de edificios, sino que nuestro objetivo es el de reconquistar una parte de la Ciudad para convertirla en un parque comercial urbano.

Es evidente que el parque comercial requiere de un escenario urbano singular, capaz de seducir y acoger a los transeúntes; capaz de generar una sensación de conjunto coherente y definido en el visitante-cliente. Y ese espacio urbano es nuestro Casco Medieval.

La ciudad fortaleza que fundara Sancho El Sabio constituye un emplazamiento excelente sobre el que diseñar la estrategia comercial de Vitoria-Gasteiz.

Ciudad Fortaleza: Ciudad Abierta

El Casco Medieval requiere de un Plan específico de modernización y desarrollo para asumir este nuevo papel en la Ciudad, sin olvidar las evidentes mejoras que requiere para posibilitar una calidad de vida adecuada para sus propios moradores.

Una parte de ese desarrollo viene ya contemplado en el PERI –Plan Especial de Reforma Interior- del Casco Histórico. Ahora resta la tarea más difícil, que su ejecución sea capaz de sumar las sinergias que permitan alcanzar los objetivos planteados.

Sin pretender en este momento plantear con detalle todas las acciones diseñadas en el PERI, si es importante referenciar los principales objetivos que deben guiar las actuaciones en este ámbito:

- Culminar el proceso de rehabilitación del patrimonio de viviendas, incorporando planes específicos para rejuvenecer la población residente.
- Minimizar el carácter no accesible de su entramado urbano.
- Mejorar la normativa sectorial aplicable al comercio para incentivar la implantación de nuevos proyectos empresariales.
- Fomentar la rehabilitación del patrimonio arquitectónico.
- Configurar un espacio en el que las actividades culturales sean también protagonistas de su atractivo social y turístico.

No son pocos los tesoros que nos aguardan en esta Ciudad Fortaleza: La catedral, los palacios, la muralla, las torres, el depósito de aguas, decenas de rincones con encanto, etc.. Ahora se trata de transformarla en una Ciudad Abierta sobre la que se conforme la propia identidad vitoriana.

Corredor comercial. Una apuesta por el pequeño comercio

Al igual que ocurre en los más modernos centros comerciales, en donde la disposición de los accesos y los establecimientos de todo tipo no es casual, la

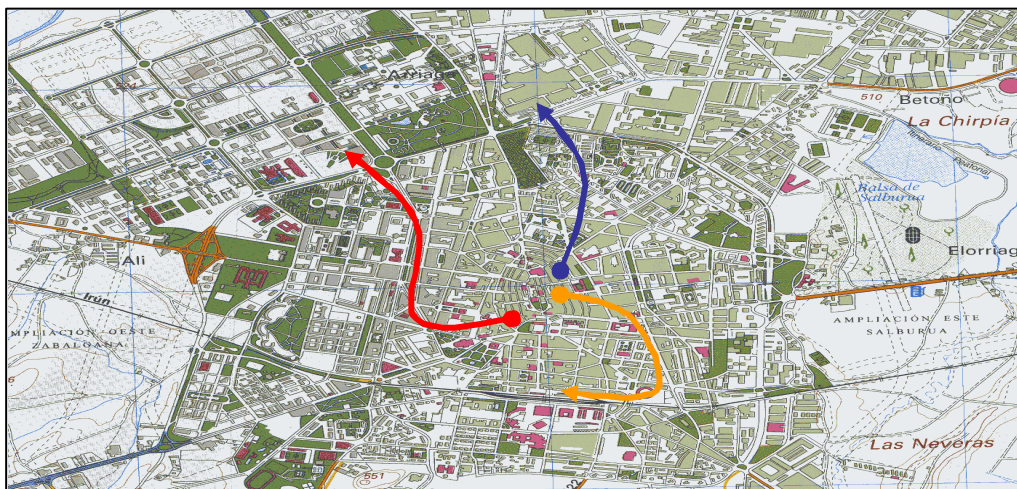
estrategia comercial que proponemos no se circunscribe a un modelo estático de permanencia en el Casco Medieval.

Al contrario, lo que proponemos es que esa zona sea, simultáneamente, destino y origen de una serie de tránsitos comerciales. Tránsitos peatonales diseñados para atraer a los transeúntes a un espacio caracterizado por ofrecer todo tipo de alternativas vinculadas al ocio, a la cultura y al comercio.

Esos tránsitos o corredores comerciales no pretenden sólo ofrecerse como un mero paseo arquitectónico, sino que constituyen un área comercial de interés preferente, donde hacer confluir una serie de acciones que hagan posible el resurgimiento y la potenciación efectiva del pequeño comercio en Vitoria-Gasteiz.

La selección de los corredores comerciales posee una lógica ineludible. Deben formar un espacio físico conectado al propio Casco Medieval y, por tanto, ser objeto de un plan de actuación específica que hemos venido en denominar PROYECTO ALHÓNDIGA.

Tres corredores. Tres estrategias



En el plano se señala la disposición física de los tres corredores que se proponen y cuyos principales viales afectados son los siguientes:

Corredor Oeste.

Conectado al Casco Histórico por la calle Prado y Plaza de la Virgen Blanca, incorpora de modo principal a la Calle Sancho El Sabio, Avenida Gasteiz y Calle Gorbea.

Confluye en el futuro Palacio de Congresos, Exposiciones y de la Música y en la futura Estación Intermodal. Y discurre, no lo olvidemos, por el primer trazado del tranvía, lo que le otorga una enorme potencialidad.

Corredor Norte.

Conectado al Casco Histórico por la Plaza de Bilbao, afecta de modo principal a las Calles Portal de Villarreal, Parque del Norte y Reyes de Navarra. Y confluye en el actual centro comercial el Bulevar.

Posee como principal factor generador de flujos peatonales la Catedral de Santa María, que abre a los transeúntes el primer espacio expositivo y uno de los más representativos de cuantos podemos encontrar en el Casco Medieval.

Corredor Sur.

Conectado al Casco Histórico por las Plazas de España y de los Fueros, afecta de modo principal a las calles Independencia, Angulema y Eduardo Dato.

Confluye en el espacio actualmente en fase de urbanización y edificación definido como la manzana de la Plaza de Toros. Y también lo hará en el futuro espacio liberado por el soterramiento del ferrocarril.

El Proyecto Alhóndiga está diseñado para generar mayores y mejores aptitudes para la competitividad. Se configura como una sólida alternativa a las superficies comerciales cerradas, y apuesta por la especialización y la modernidad del pequeño comercio.

Cada corredor debe lograr su propia personalidad, y este objetivo debe lograrse con un plan específico de desarrollo que aborde, desde una perspectiva de conjunto, una identidad comercial propia.

No se trata por tanto de una actuación sectorizada, las medidas principales que se proponen son las siguientes:

- Requiere desarrollar un modelo propio y singular de urbanismo comercial, que afecte al tipo y calidad de los materiales que caractericen los pavimentos, el mobiliario urbano, el tratamiento de las fachadas y la compatibilidad de usos en las primeras plantas de los edificios residenciales.
- La implantación, donde no existan, de parkings rotatorios.
- Fomentar e incentivar un proceso de modernización y alta especialización de los actuales comercios y la implantación de nuevos proyectos empresariales.
- Implementar en los corredores espacios de estancia y descanso y establecer un diseño urbano que permita disminuir los efectos de la climatología adversa. Por ejemplo, cubriendo parte de los espacios públicos con estructuras transparentes como las que se observan en las fotografías.



- Dotar de herramientas adecuadas al observatorio de comercio, de modo que permita evaluar resultados de modo certero y avanzar nuevas propuestas, junto a un servicio de asesoramiento al pequeño comercio.
- Adaptar las normas urbanísticas para hacer compatibles los usos de algunas actividades de ocio en los espacios abiertos de los corredores. Por ejemplo en el Parque del Norte o en la mediana peatonal de la Avenida de Gasteiz.
- Y finalmente, diseñar y desarrollar un plan de promoción y difusión externo del nuevo parque comercial La Alhóndiga.

