

DOSCIENTOS MILLONES PARA LA MEJORA

Sevilla. Tomás Balbontín

Culminar la reurbanización de los alrededores de la Catedral y mejorar y unificar el aspecto estético de esta zona de la ciudad, que se considera espejo turístico de Sevilla ante el mundo, son los principales objetivos de un convenio suscrito recientemente entre el Ayuntamiento de la ciudad y la Junta de Andalucía. Este convenio

La Gerencia Municipal de Urbanismo y la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía han ratificado recientemente un convenio de colaboración cuyo objetivo principal es la realización de una serie de actuaciones en el entorno de la Catedral, la zona más eminentemente turística de la capital, a fin de acabar con el caos estético imperante en el sector y dotarlo de una imagen adecuada y uniforme que contribuya a reforzar sus evidentes atractivos tanto monumentales como comerciales. Se trata, en definitiva, de emprender un camino ya recorrido por otras importantes capitales europeas tales como Brujas, Verona y muchas otras, cuyos centros históricos, exquisitamente cuidados y mimados por la administración, se consideran ejemplo a seguir.

Reurbanización

Para lograr este ambicioso objetivo, el convenio contempla una inversión de doscientos millones, la

mitad de los cuales serán aportados por la Junta y el resto por el propio Ayuntamiento de la ciudad. De esta cantidad, cien millones se destinarían a la reurbanización, siguiendo los criterios estéticos del entorno de las plazas del Triunfo y Virgen de los Reyes, de las calles Alemanes y Santo Tomás, el acerado del Archivo de Indias y, en general, la mejora de las dotaciones

Un convenio entre Urbanismo y la Consejería de Turismo permitirá subvencionar a los comerciantes para acabar con el caos estético imperante en la zona

públicas. A pesar de la importancia de esta intervención meramente urbanística, lo más novedoso del convenio suscrito es que permitirá al Ayuntamiento poner en marcha una ambiciosa campaña dirigida a la mejora del paisaje urbano e instalaciones, que se basa en actuaciones detalladas en cada uno de los locales comerciales de la zona.

Según los estudios previos reali-

zados por Urbanismo, esta campaña afectaría a un total de 73 locales comerciales entre bares, restaurantes, farmacias, estancos, tiendas de recuerdos, agencias de viajes, librerías y, en definitiva, todos los establecimientos que albergan algún tipo de actividad comercial en las zonas próximas a la Catedral. Se pretende actuar, en concreto, en las calles Alemanes, Placentines, Don

Remondo, Plaza Virgen de Los Reyes, Santo Tomás, y Argote de Molina, confluencia con Álvarez Quintero, y Mateos Gago.

Adaptación de edificios

Las intervenciones que se contemplan, y que según Mariano Pérez de Ayala, delegado de Urbanismo, podrían comenzar en fe-

brero, una vez concluidos los estudios pormenorizados de todos y cada uno de los inmuebles que se verán afectados, tendrán como objetivo la adaptación y reforma de los edificios donde radican los comercios y se ceñirán a la zona de estos ocupados por los locales. Se trata de eliminar, sustituir o reformar aquellos elementos que afean la estética exterior de estos negocios y deterioran el paisaje urbano de este sector esencialmente turístico de la ciudad. En ellos se ha detectado la existencia de numerosos rótulos publicitarios que no respetan la normativa municipal, la invasión del suelo y vuelo con elementos de todo tipo como veladores inadecuados, cableado externo que reviste peligrosidad, adornos y exposición de objetos más propios de un mercadillo ambulante que del corazón turístico de Sevilla, profusión de toldos y elementos de iluminación inadecuados, aparatos de aire acondicionado indebidamente instalados, persistencia de barreras arquitectónicas, deterioro de los re-



Una imagen presente y otra que podría ser futura. La de la izquierda refleja el aspecto que presenta actualmente un establecimiento situado en las inmediaciones de la Catedral, y en ella se aprecia la confusión de veladores que ocupan indebidamente la vía pública y la profusión de toldos y material publicitario inadecuado que afea la estética de la zona y oculta la propia belleza del inmueble. A la derecha, un dibujo elaborado por la Gerencia de Urbanismo de cómo quedaría este mismo edificio una vez adoptadas en él todas las medidas contempladas en la campaña de mejora del paisaje urbano que pasarían por la retirada de veladores, toldos y banderolas y la regeneración estética de la fachada del propio edificio.



ESTÉTICA DEL ENTORNO DE LA CATEDRAL



Dos fotografías, dos sobresaltos. Imágenes de tenderetes y estética de mercadillo ambulante en el corazón turístico de Sevilla

vestimientos exteriores, humedades y un etcétera tan amplio como se quiera. Para corregir estas deficiencias, comunes, por lo general, a la mayoría de los establecimientos comerciales del centro, se considera necesario analizar uno por uno todos y cada uno de los casos por separado para adoptar soluciones coordinadas —se prevé la implantación de modelos uniformes de material publicitario y veladores, entre otras cosas— que al mismo tiempo sean respetuosas con el entorno y que respondan en la medida de lo posible a los gustos y deseos de los propietarios de los negocios.

Colaboración imprescindible

Evidentemente, para poner en marcha una campaña de estas características, que además plantea actuaciones singularizadas según las peculiaridades de cada caso, se considera imprescindible la colaboración de los comerciantes afectados. Para tratar de garantizar esta colaboración, Mariano Pérez de Ayala se ha reunido en varias ocasiones con representantes del sector, fundamentalmente hosteleros, quienes en principio se han mostrado dispuestos a secundar la iniciativa municipal.

Esta iniciativa se plasmaría en cada caso en un convenio específico de colaboración entre Urbanismo y el titular de la actividad en el que, teniendo en cuenta las características de cada caso concreto y las actuaciones a realizar en cada edificio, se recogería asimismo el importe de la subvención correspondiente.

Según los cálculos realizados, por término medio una actuación como la que se pretende costaría por edificio entre setecientos cincuenta mil y un millón y medio de pesetas y dado que la campaña con-

tará con un presupuesto de cien millones, se podría subvencionar hasta un setenta y cinco o un ochenta por ciento de cada intervención. Se pretende, con ello, incentivar aún más la implicación de los comerciantes en el proceso.

Experiencia piloto

Aunque se iniciará en la zona del entorno de la Catedral, esta actuación se concibe como experiencia piloto, y la intención de la Gerencia es que sus resultados sean un escaparate que sirva de estímulo para su implantación posterior en otras zonas de la ciudad. De hecho, el delegado ha apuntado que se está estudiando una campaña similar en la zona de Feria e inmediaciones que se financiaría con cargo al Plan Urban y que podrían plantearse otras en las zonas de Fran-

cos o Alcaicería en las que existen problemas similares de caos estético y exceso publicitario.

En todo caso, estas posibles actuaciones futuras estarían en función de las disponibilidades presupuestarias de la Gerencia que o bien destinaría a ello una cantidad fija en su presupuesto anual o bien seguiría buscando otras alternativas, mediante convenios con otras instituciones y administraciones.

Calidad de vida

Desde la Gerencia de Urbanismo se contempla este proyecto y su posible continuación posterior como un importante paso adelante en las tareas de vigilancia y embellecimiento de la escena urbana, fundamental para aumentar la calidad de vida de los sevillanos y cuyos resultados ya se están empezando a

notar en todos los elementos que conforman la estética general de la ciudad: edificios, mobiliario urbano, especies vegetales, espacios vacíos...

Además, y en un plano si se quiere más teórico, los responsables de la Gerencia sostienen que «la estética no tiene por qué desfavorecer la función». Esta teoría es la que ha llevado a emprender un proceso de homogeneización progresiva de las piezas que integran el mosaico de la ciudad y que hasta ahora se ha plasmado en una serie de iniciativas concretas como la regulación del mobiliario de publicidad, la redacción de una nueva ordenanza reguladora de esta actividad o la reciente aprobación de un nuevo modelo de quiosco que será el que se implante progresivamente en todas las calles y plazas de la ciudad.

Hacia una imagen uniforme y homogénea de la Sevilla más representativa, turística y emblemática

La campaña que el Ayuntamiento tiene previsto poner a pleno funcionamiento desde primeros de año con la colaboración de los comerciantes afectados persigue el objetivo, como se ha señalado, de tratar de conseguir una imagen lo más homogénea y uniforme posible de la Sevilla más emblemática y turística que es, al mismo tiempo, la más representativa y representada.

Según los casos, y en función de los convenios que se suscriban para cada edificio concreto, estas medidas abarcarían, en parte o en todo, un listado de intervenciones puntuales que podrían ser, a título orientativo, las siguientes:

- Eliminación y sustitución de rótulos luminosos.
- Eliminación de rótulos contra normativa de publicidad.
- Eliminación de tratamiento de fachadas contra ordenanzas del Plan General y contra el planeamiento especial que sea de aplicación.
- Saneamiento de fachadas en mal estado.

- Sustitución de escaparates en mal estado.
- Adecuación de la iluminación.
- Ocultación de cableado y cajas de registro.
- Saneado de fijaciones.
- Actuaciones puntuales en carpintería y cerrajería.
- Actuaciones encaminadas al cumplimiento del Decreto de Barreras Arquitectónicas.
- Tratamiento antihumedad.
- Restauración de elementos decorativos.
- Retirada o sustitución de toldos y marquesinas.
- Retirada o sustitución de señalizaciones verticales.
- Retirada o sustitución de mobiliario urbano adosado a fachadas.
- Retirada o sustitución de elementos de cerrajería y verjas...

En cualquier caso, en este listado orientativo no se agotan todas las obras que pudieran acometerse en un momento dado, si bien sirve para ofrecer una idea del tipo de trabajos susceptibles de ser abordados dentro de esta campaña.

Denuncian que la mayoría de los aparatos de aire acondicionado de Sevilla incumplen la normativa

La Asociación Provincial de Instaladores exige mayor vigilancia y control por parte de la Junta

La Asociación Provincial de Instaladores de Calefacción, Climatización, Fontanería, Gas y afines de Sevilla denunció ayer que la mayoría de los aparatos de aire acondicionado de la ciudad no cumple la normativa vigente. La entidad señala que esta situación se debe al aumento del número de establecimientos que ofertan la venta e instalación de los mismos, sin estar autorizados por Industria.

SEVILLA. ABC

Los aparatos de aire acondicionado se han hecho imprescindibles en los últimos tiempos en ciudades como Sevilla. Así lo apuntan las altas temperaturas registradas durante los meses estivales, cuando los 40 grados centígrados se convierten en la tónica predominante.

Su instalación y mantenimiento requieren manos profesionales que conozcan la normativa vigente, sin embargo, diariamente se comenten infracciones relacionados con este tema. Así, lo hizo constar ayer la Asociación Provincial de Instaladores de Calefacción, Climatización, Fontanería, Gas, y afines de Sevilla. La entidad denunció que la mayoría de los aparatos de aire acondicionado instalados en la ciudad incumplen la normativa establecida. Según explicó en un comunicado, los equipos están colocados de «forma irregular en las fachadas de los edificios, gotean al exterior, y, en su mayoría —aquellos que lo requieren—, no poseen un certificado de instalación suscrito por un instalador autorizado».

COMERCIOS SIN AUTORIZACIÓN

La entidad señala que el número de establecimientos comerciales que oferta la venta e instalación de equipos de aire acondicionado, sin estar autorizados por Industria para llevar a cabo este cometido, ha aumentado en los últimos años. Esta situación perjudica «en demasía» a estos profesionales, ya que deben luchar contra «la competencia desleal de unos instaladores que no cumplen ninguno de los requisitos exigidos por la ley». La Asociación Provincial de Instaladores señaló que éstos deben ser un seguro de responsabilidad civil de al menos 30 millones de pesetas, que cubra posibles incidencias que surjan en el futuro, y contar con el debido carnet de Industria y tener contratado, al menos, a un trabajador autorizado por este organismo, que haya demostrado sus conocimientos profesionales. Además, explicó que «el cumplimiento de estos requisitos conlleva un alto coste para las empresas del sector».

AGRAVIO PARA LOS CONSUMIDORES

La Asociación aseguró que esta situación supone un «agravio para los



Archivo

Los aparatos están colocados de forma irregular en las fachadas.

consumidores». En el comunicado explican que «si un aparato supera las 4.300 frigorías o si su instalación requiere un aumento de la potencia eléctrica (en uno o más aparatos)» el establecimiento debe cumplimentar una serie de requisitos ante la Delegación Provincial de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico». De no realizarse, el usuario

queda indefenso. Asimismo, aseguran que en los últimos años la Junta no ha llevado a cabo ninguna actuación para hacer cumplir la normativa, concretamente el Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios (RITE).

POCAS GARANTÍAS

El colectivo apunta que los comer-

REQUISITOS FUNDAMENTALES

- La Asociación Provincial de Instaladores de Calefacción, Climatización, Fontanería, Gas y afines de Sevilla, señala que todas las empresas deben contar con un seguro de responsabilidad civil de al menos 30 millones de pesetas y con un carnet y un trabajador autorizados por Industria.
- Además, denuncia que si el aparato de aire acondicionado supera las 4.300 frigorías o los cinco kilovatios, el establecimiento debe cumplimentar una serie de requisitos ante la Delegación Provincial de Empleo y Desarrollo Tecnológico. «Si no, el cliente queda indefenso».
- La Asociación apunta la necesidad de que los equipos sean revisados. Esta labor sólo puede ser desempeñada por empresas homologadas. «Si la instalación la ha realizado una entidad no oficial, el mantenimiento no se lleva a cabo o se realiza de forma deficiente».
- La entidad critica que los establecimientos no autorizados por Industria, «no dan garantías al cliente, ya que si el aparato se estropea, es enviado al servicio técnico, al no poseer personal cualificado».

cios «que venden los aparatos de aire acondicionado y llevan a cabo su instalación de forma ilegal, no dan al cliente una garantía de los mismos». La entidad señala que si el aparato se estropea «es enviado directamente al servicio técnico, al no poseer profesionales cualificados para realizar un mantenimiento o arreglo de la instalación».

Además, expone que al no haber sido instalados por una empresa oficial, «el mantenimiento no se lleva a cabo o se realiza de forma deficiente» y, en algunos casos, ésta deficiencia puede afectar a la salud de los usuarios, provocando incluso la aparición de epidemias de «legionella».

Por este motivo, apunta que «sólo los equipos homologados y certificados, cuya instalación ha estado sujeta a un correcto proyecto e instalados por profesionales legítimamente autorizados, serán los que cumplan todos los requisitos de la normativa, calidad y rendimiento previsto».

Aunque, la instalación de un aparato de menos de 4.300 frigorías o cinco kilovatios térmicos puede ser realizada por cualquier persona, la Asociación recomienda que la instalación la realice una empresa homologada, concededora a fondo de la normativa vigente.

Llamada de atención a la Junta

La Asociación Provincial de Instaladores explica en su comunicado que una mala instalación o mantenimiento de los equipos puede provocar riesgos para la seguridad y salud de los ciudadanos. Asimismo ésta puede alterar su comportamiento con el medio ambiente y desembocar en un excesivo consumo de energía eléctrica.

Juan Antonio Peña Torres, miembro del comité ejecutivo de la entidad, aseguró que la descoordinación existente en estos momentos entre las ocho provincias andaluzas «facilita aún más la picaresca en este sector».

Peña Torres afirmó que, por

ejemplo, en la provincia de Cádiz, la Delegación Provincial de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta, exige presentar un documento que especifique si una ampliación de la potencia eléctrica es causada por equipos de climatización y que debe aportarse también el informe correspondiente a la instalación del equipo. Mientras, en otras provincias no ocurre lo mismo.

Así, los asociados entienden que «ante este desajuste y en caso control», la Administración andaluza debe tomar «cartas en el asunto antes de que sea demasiado tarde».