

TIENDA DE OBJETOS DE REGALO, EN MADRID

Arquitecto: Fernando Moreno Barberá



Abajo: Dos aspectos del interior y pared de fondo. Pies derechos, costados del escaparate y pared de fondo, empanelado en madera de palosanto. Piso alfombrado en moqueta verde oscuro, con alfombra circular sobrepuesta en color blanco. Muebles, escalera y parquet, en madera de ukola. Balaustres de aluminio y tapizado de pana gris. Vitrina y puerta de entrada, separadas, en pana gris.

Una tienda se divide claramente en dos partes principales: la exterior, que puede ampliarse por un vestíbulo o arcada, y la interior. La función del exterior es la de servir como *cartel anunciador* y para la exhibición de objetos al transeúnte. El interior, por el contrario, tiene que funcionar como una *máquina de vender*. Estas son las dos consideraciones fundamentales, y dentro de ellas caben numerosas variaciones que dependen del tamaño, situación, tipo de mercancía que se venda y nivel de los precios.

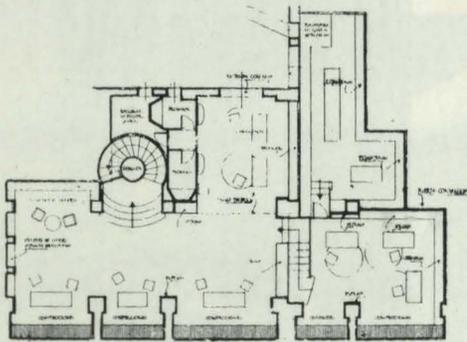
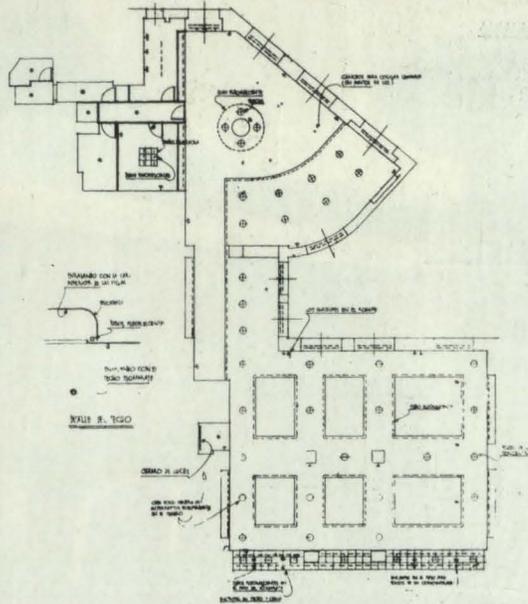
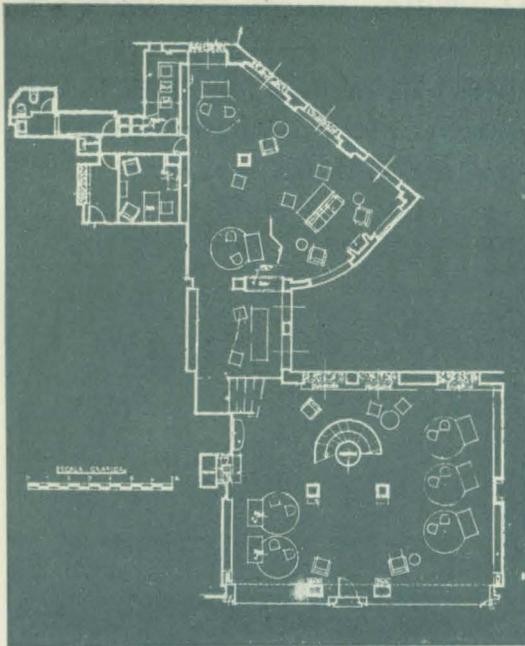
Para considerar una tienda bien concebida, ha de surtir los siguientes efectos:

1.º El transeúnte debe sentirse *interesado por la fachada*, que debe despertar su curiosidad, invitándole a un examen de cerca del establecimiento.

2.º Los géneros expuestos en la fachada o escaparates deben estar dispuestos de manera que despierten el *deseo de poseer* alguno de ellos.

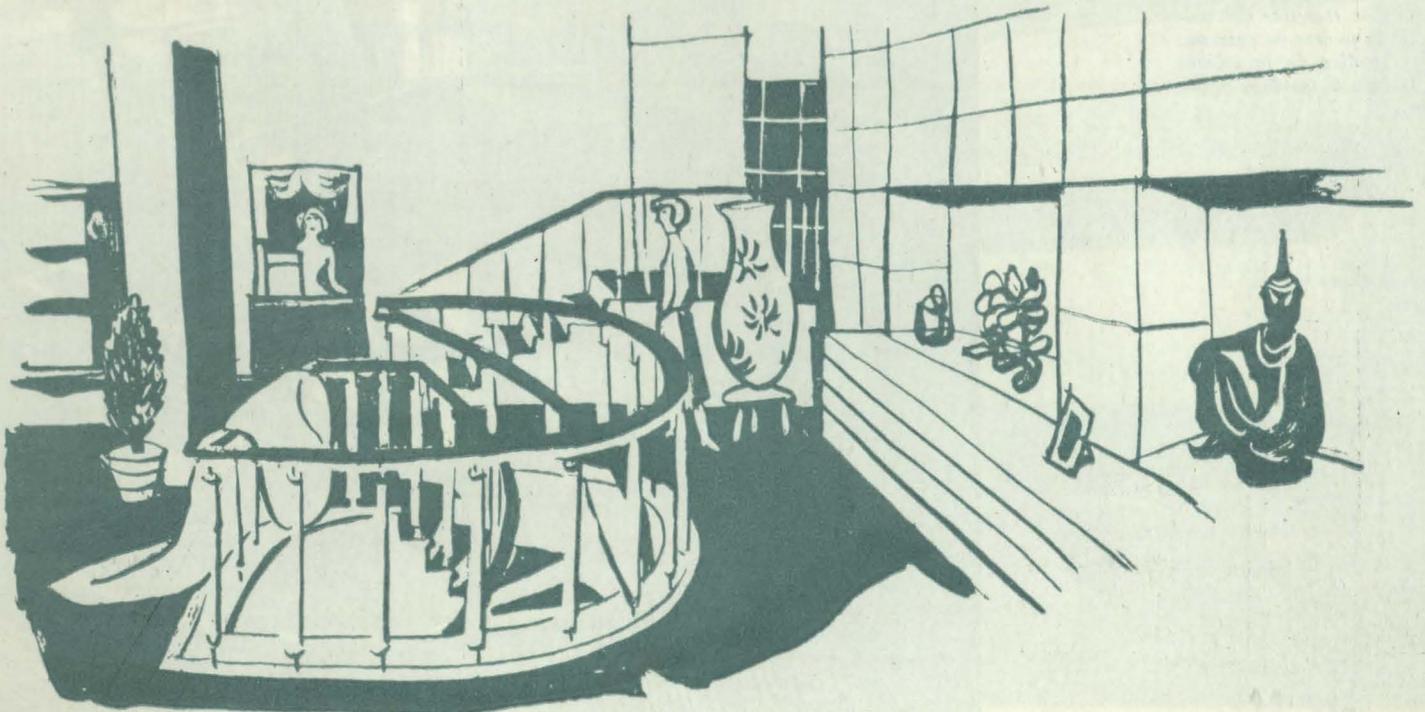
3.º Después de haber despertado por medio del escaparate el deseo de posesión de algún objeto, hay que tratar de que este deseo pueda ser satisfecho de la manera más fácil; esto se consigue haciendo que el *paso del exterior al interior* del establecimiento sea lo más agradable posible, tanto física como psicológicamente. La satisfacción

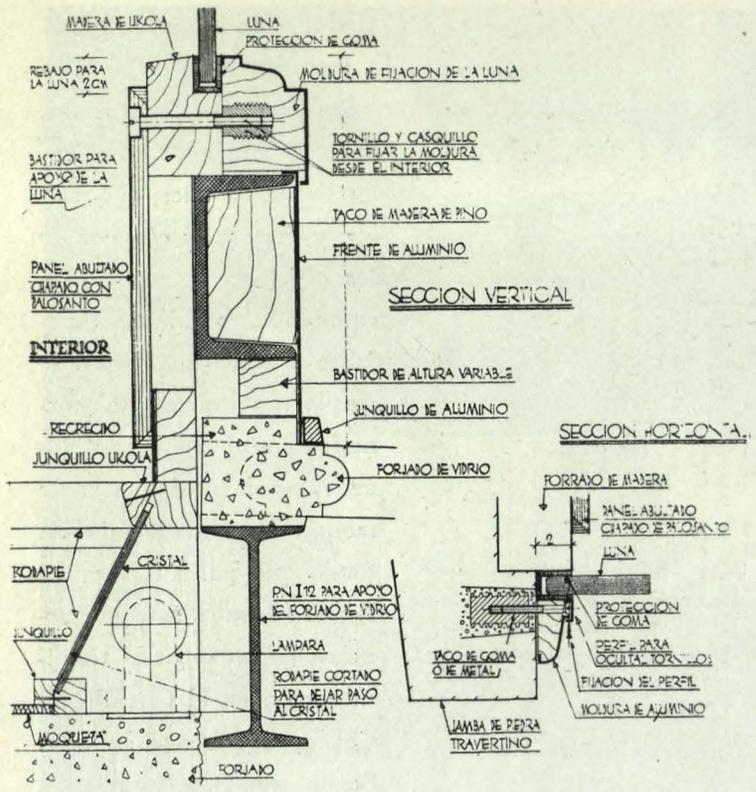




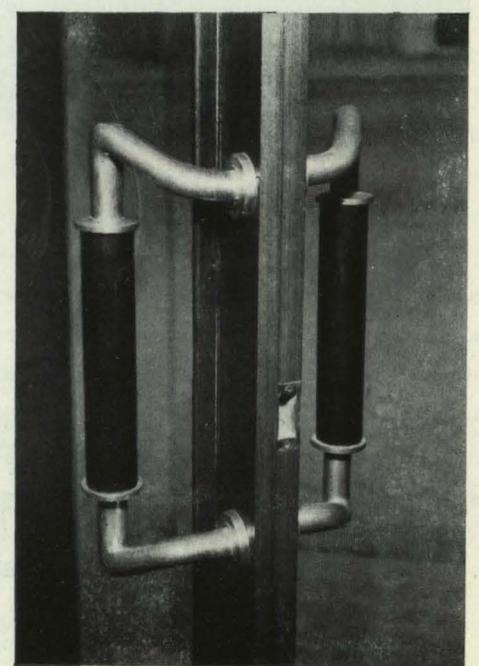
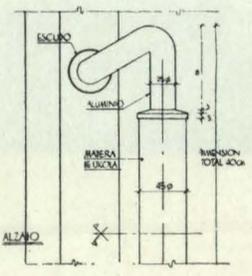
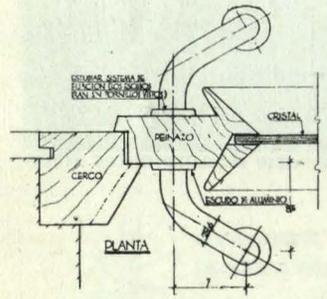
algo más de lo que pensaba. Por último, la *disposición* y los *materiales* empleados en la decoración de la tienda, deben ser tales, que *realcen* y *destaquen el valor de los objetos expuestos*, bien creando un ambiente semejante a aquel en el cual se emplearán en su uso normal, como, por ejemplo, los artículos de perfumería, de modas, etc., o creando un fondo que por su neutralidad o por su calidad permanezca en un segundo término, como en el caso de las tiendas de objetos de arte. Según estas consideraciones, dada la diversidad de artículos a exponer en el establecimiento que nos ocupa, se ha adoptado el criterio, favorecido por la especial disposición del local, de crear una serie de ambientes diver-

Arriba: Planta baja y de techos.
Abajo: Planta de sótanos.





... sobre fondos distintos, para situar en cada uno los objetos que más destaquen sobre él. Se ha evitado, por tanto, de esa decoración que en la mayoría de los casos anula a las mercancías, creando únicamente fondos tranquilos que dan valor a los objetos en venta.



Arriba: Detalle del zócalo de la portada con sistema de sujeción de la luna y de iluminación de la base del escaparate. Centro: Detalles del manillón de la puerta de entrada. Abajo: Detalles de la escalera de bajada al sótano, y baustres.

