

Diseño de espacios comerciales, de Lynne Mesher

“El diseño de tiendas es un ciclo en continua evolución, que sigue las modas y las aspiraciones de los consumidores”

\ Hogar \ / Caso práctico para estudiantes /

Sectores comerciales Ocio y entretenimiento 056/057



TIENDA APPLE
Nueva York (Estados Unidos)
DISEÑO
BOHLIN CYWINSKI JACKSON
FECHA
2006

La tienda de Apple en Nueva York ocupa un espacio comercial subterráneo, al que se accede a través de un cubo de vidrio de 10 metros de altura situado al nivel de la calle. El cubo, que alberga un ascensor de vidrio transparente y una escalera, atrae a los clientes y los conduce al espacio comercial inferior. De día funciona como una entrada de luz natural y de noche se ilumina como un rótulo. El equipamiento interior de acero, piedra y madera, cuidadosamente elaborado a medida, se combina para crear un salón de fondo perfecto para la tecnología punta de Apple y, al mismo tiempo, es un emblema arquitectónico para las calles de Nueva York.

Tecnología

El uso de la tecnología en el hogar y en el trabajo ha experimentado un incremento espectacular a medida que se han ido produciendo avances y que los nuevos productos se han ido convirtiendo en aparatos “imprescindibles” del momento. Productos como teléfonos móviles, consolas de videojuegos, reproductores de MP3 y ordenadores han revolucionado el mercado de masas, creando una nueva generación de tiendas dirigidas a los aficionados a la tecnología y a los jóvenes. Muchas de estas marcas son globales y requieren un interiorismo y un lenguaje gráfico que resulte atractivo en todos sus aspectos.

Los ordenadores Mac de Apple han sido desde hace tiempo la herramienta preferida de los profesionales del diseño. En 1998, el iMac salió al mercado y se convirtió en el ordenador de sobremesa más vendido hasta entonces. En 2001, Apple lanzó el iPod, que se convirtió en el reproductor de MP3 líder del mercado, sentando precedente para otros fabricantes. Ese mismo año, Apple abrió sus primeras tiendas en San Francisco y Washington DC. En la actualidad, las tiendas The Apple Store están presentes en todo el mundo y refuerzan la marca Apple. Son tiendas revolucionarias en el sector de la tecnología, que se caracterizan por crear un entorno accesible al usuario, donde los productos se pueden probar. Incorporan una sección infantil, un “Genius Bar” para resolver dudas técnicas, un teatro y un centro de soluciones como parte del concepto de tienda.

El teléfono móvil también se ha convertido en un producto de masas imprescindible. Las tiendas de telefonía móvil son habituales en las calles comerciales, y a menudo ofrecen un servicio personalizado, con áreas de consulta, zonas de exposición y mensajes de marca. La necesidad del consumidor de mantenerse al día con las nuevas tecnologías significa que los teléfonos móviles se sustituyen periódicamente, lo que hace que el mercado se mantenga fuerte y competitivo.

JAMES GARDNER
La nueva plaza frente al edificio de General Motors, en el cruce de la Quinta Avenida con la Calle 59, es un triunfo del diseño urbano [...] De repente, como salido de la nada, Nueva York tiene un nuevo espacio público que se convertirá en un motivo de orgullo cívico y deleite estético.

Barcelona, junio 2011 El objetivo del interiorista es atraer, entusiasmar y seducir al consumidor mediante la creación de una experiencia con la que se pueda identificar. **Diseño de espacios comerciales** ofrece los recursos básicos que permiten abordar el diseño de espacios comerciales, ya sea en lugares existentes o de nueva construcción, partiendo del análisis del emplazamiento y su entorno, la distribución y la circulación, y también las estrategias de comercialización y visibilidad.



Editorial Rosselló, 87-89
Gustavo Gili, SL 08029 Barcelona - España
Tel. 93 322 81 61
Fax 93 322 92 05
e-mail: info@ggili.com
http://www.ggili.com

Los seis capítulos de este libro son temáticos y están profusamente ilustrados con ejemplos de espacios comerciales de marcas relevantes (Primark, Vertu, Calvin Klein, Levi's, Comme des Garçons, All Saints...) que sirven de base para el estudio y análisis de los aspectos tratados. Entre las páginas de **Diseño de espacios comerciales**, el lector encontrará citas de conocidos diseñadores e interioristas junto con las reflexiones que plantea **Lynne Mesher**, la autora del libro. Cada capítulo concluye con un caso práctico resuelto por estudiantes y con una serie de preguntas dirigidas al lector que le permitirán la aplicación de los principios teóricos expuestos previamente.

LA AUTORA

Lynne Mesher es licenciada en diseño de producto y mobiliario en la University of Wales. Ha trabajado para algunas de las consultorías de diseño más importantes del Reino Unido y para conocidas marcas de todo el mundo. Actualmente es directora de la especialidad de diseño de interiores en la escuela de arquitectura de la University of Portsmouth.

EL LIBRO



Diseño de espacios comerciales Lynne Mesher

Colección: Manuales de diseño interior

16 x 23 cm

184 páginas

Rústica

Editorial Gustavo Gili, 2011

ISBN: 9788425224126

PVP: 25 €

Área de Comunicación de la Editorial Gustavo Gili

Para más información y material contactar con Prensa (Editorial Gustavo Gili)
Rosselló 87-89, 08029 Barcelona · e-mail: prensa@ggili.com · tel: 93 322 81 61