



**Arquitectura**  
Villa Nurbs en  
Empuriabrava, Girona

**Cevisama 2009**  
Cerámica y baño  
de vanguardia

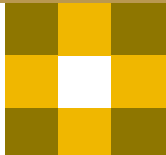


**Entrevista**  
Beatriz Urbón: "Cevisama es  
una plataforma de innovación"

enero  
febrero  
marzo  
22

# cerámicaplus

arquitectura | interiorismo | diseño



tecnitonia\_digital concept

Viste tus Sueños.

**COLORKER**



Mostrador de atención al cliente de Motos Marín.

# Establecimiento

*The Motos Marín*

# Motos Marín en

*premises in Elche,*

# Elche, Alicante

*Alicante*

El diseñador Manuel García recibió el encargo de diseñar este establecimiento de venta de motos en Elche. Un local de amplias dimensiones en donde el objetivo era olvidarse de los estereotipos y centrarse en una imagen sosegada, elegante y moderna.





Manuel García,  
diseñador del  
proyecto de  
interiorismo de Motos  
Marín



La superficie del local es  
de 600 metros cuadrados.

# E

El cliente había planteado ampliar su negocio mediante un nuevo local de grandes dimensiones donde crear unas nuevas instalaciones que ofrecieran multitud de servicios. Sus requerimientos consistían en crear para ellos un diseño corporativo global, abarcando desde el interiorismo y el diseño gráfico hasta la elección de los uniformes del personal. En definitiva crear la nueva identidad corporativa de la empresa.

La premisa fundamental sobre la que se basó todo el diseño fue la de apartarse del tópico mundo de la velocidad, el riesgo y la competición; dejando a un lado los estereotipos que rodean a la mayoría de locales de la competencia. Apostando sin embargo, por crear una imagen sosegada, elegante, moderna y de servicio.

Con respecto al local, decir que éste ocupa la totalidad de la planta baja de un edificio de viviendas, por lo que se abre al exterior por sus cuatro costados, dejando en el centro del local las zonas comunes del edificio. Cuenta con una superficie de 600 m<sup>2</sup> además de un parking privado de 300 m<sup>2</sup> más.

La distribución inicial del espacio se basa en resolver el amplio programa de necesidades planteado por el cliente; diferenciando zonas y funciones pero buscando una conexión entre los distintos espacios. Para ello, se crea una zonificación general a partir de tres áreas: ventas, administración y taller; ubicando cada una de ellas en uno de los tres laterales del local. A su vez, dentro de cada zona, se origina una nueva segmentación del espacio acorde a las diferentes actividades que en él se van a producir.

Los espacios interiores responden a una concepción racionalista, en la que prima la espacialidad, la geometría y la simplificación formal de los elementos que intervienen del interior. El área de ventas es el de mayor tamaño, ocupa todo el frontal del local y se vuelca a través de la fachada principal a una gran y transitada avenida. La zona de administración se ubica en el lateral izquierdo del local, junto al almacén principal y a la zona de venta de vehículos seminuevos, que se orienta en esta ocasión hacia una calle de menor tránsito. Por último la zona de taller se desarrolla en el lateral derecho, junto al parking privado, contando con una entrada independiente a través de éste. Esta zona se subdivide, además, en recepción y servicio postventa, almacén de recambios, cuarto de máquinas, vestuarios y el propio taller.

Centrándonos de nuevo en la zona de ventas vemos que es ésta la que posee un carácter más marcado. Este espacio es el que representa la imagen de marca que se pretende mostrar y el que además contiene el objeto de deseo del cliente potencial. La exposición es un espacio unitario de grandes dimensiones, tiene una longitud de 30m y una profundidad de 8m. Cuenta con numerosos escaparates en todo el frontal, además



de la entrada principal. Dado que este espacio debe acoger varias funciones se ha optado por diferenciar las zonas mediante techos a diferentes alturas. La primera franja creada corresponde a la entrada principal, ésta se sitúa perpendicular a la fachada y en el centro de la exposición, dividiéndola en dos zonas simétricas de menor tamaño. En esta ocasión, además de jugar con las diferentes alturas del techo, se ha evidenciado este cambio mediante la iluminación semioculta y el uso del color; que tiñe también la pared situada tras el mostrador de recepción y en la que se encuentra el logotipo de la empresa.

La segunda franja, paralela a fachada, se destina a la exposición de vehículos nuevos. Esta zona es la de mayores dimensiones, la más versátil y la que cuenta con mayor altura libre. En ella también se encuentran la zona de atención al cliente y el escaparate principal, situados ambos junto a la entrada principal.

**OBRA:** Motos Marín  
**Avda. Alicante, 96 Elche**  
**Superficie: 600 m<sup>2</sup>**  
**Año: 2007**

**Fotografía:** Clarooscuro  
**MATERIAL CERÁMICO**  
**Modelo: Metropolitan**  
**Color: Black**  
**Formato: 30x60 cm**  
**Fabricante: Cifre**  
**Tel: (+34) 964 50 69 69**