

“Tradición asturiana de distinción”: una aproximación al estudio de los grandes almacenes Botas¹

Jose M^a Rodríguez-Vigil Reguera²
Universidad de Oviedo

RESUMEN:

En el presente trabajo ofrecemos de manera retrospectiva y sintética una aproximación a la historia de los Almacenes Botas, emblemática casa comercial asturiana desaparecida hace ya más de veinticinco años. Sus orígenes se remontan a varios almacenes de tejidos fundados en Oviedo a finales del s. XIX por miembros de la familia Botas. El negocio fue creciendo gradualmente a lo largo del s. XX hasta transformarse en unos pujantes y modernos grandes almacenes con claro espíritu internacional, viviendo su plenitud entre 1955 y 1975.

PALABRAS CLAVE:

Grandes almacenes, Asturias, Botas, Juan Vallaure Fernández-Peña, Javier Feduchi Benlliure.

ABSTRACT:

In this paper we offer a retrospective and summarized approach to the history of Almacenes Botas, a well-known department store from Asturias (Spain) disappeared more than twenty-five years ago. This company has its origins in several drapery shops founded in Oviedo in the late XIXth century by members of the Botas family. The firm expanded itself gradually during the XXth century until it became a flourishing, modern department store with a distinctive cosmopolitan inclination, reaching its peak of popularity between 1955-1975.

KEYWORDS:

Department stores, Asturias, Botas, Juan Vallaure Fernández-Peña, Javier Feduchi Benlliure.

¹ El presente artículo recoge los primeros resultados de una investigación acometida al amparo de una ayuda FPU (ref. 12/02097) para la realización de nuestra Tesis Doctoral, bajo la dirección de la Dra. Natalia Tielve García, dentro del Proyecto de Investigación “Espacios portuarios y villas costeras: modelos de estrategias urbanísticas y patrimoniales de regeneración y transformación del litoral asturiano” (ref. HAR2011-24464, Universidad de Oviedo) al que estamos vinculados y cuya Investigadora Principal es M^a Soledad Álvarez Martínez. El entrecorillado del título del artículo corresponde a un eslogan publicitario empleado por los Almacenes Botas.

² Deseamos expresar nuestro más sincero agradecimiento a Ana Herrero Montero (Archivo Municipal de Oviedo), Alberto Sanz Hernando (Servicio Histórico del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid), Teresa Caballero Navas (Biblioteca del Museo de Bellas Artes de Asturias), Sara Moro García, Jose Ignacio Feduchi Benlliure y Santiago Botas Armentia, quienes han ayudado, de una forma u otra, al desarrollo de esta investigación.

Introducción: algunas observaciones acerca del “gran almacén”.

En las últimas décadas se ha producido un considerable aumento de los estudios que toman por tema de análisis la sociedad de consumo contemporánea en toda su extensión: estas investigaciones, abordadas mayoritariamente desde la historia social, los estudios de género, la sociología, la economía o la historia del arte, han ido poniendo de manifiesto el complejo universo que se esconde detrás de objetos, costumbres, fenómenos o instituciones ligadas a dicho consumo³. A un mismo tiempo un concepto mercantil, una tipología arquitectónica y un microcosmos social, el gran almacén es en este sentido un caso paradigmático⁴. Resulta difícil resumir con éxito las características y efectos de la revolución comercial llevada a cabo por el gran almacén desde la segunda mitad del s. XIX, pero es indudable que una suma de avances, alentados por el empuje de la emergente producción industrial de bienes seriados, el desarrollo urbano y la mejora de los transportes y comunicaciones, forzó el inicio de una nueva era y la crisis de la tienda tradicional⁵. En el plano ar-

quitectónico, frente a la habitual modestia de los establecimientos comerciales, el gran almacén se presentaba amplio, luminoso, bien organizado y en muchas ocasiones colosal y suntuoso, cultivando una estética espectacular y palaciega que se ofrecía como un demagógico alarde de “lujo democratizado” al alcance de cualquiera⁶: diversos autores han señalado y discutido esta concepción del gran almacén como espacio socialmente igualador⁷. Cabría recordar que muchas mujeres encontraron en el gran almacén un territorio propio –un “Edén sin Adán”⁸– que venía a cubrir parcialmente la carencia de espacios de sociabilidad homologables a los de los hombres, y lo cierto es que algunas hallaron también en él la oportunidad para iniciar su emancipación laboral dentro del marco urbano, bajo la supervisión de unos directivos y gerentes convencidos de la idoneidad de situar a mujeres tras los mostradores, habida cuenta de sus supuestas capacidades “naturales” para encargarse de las ventas de una forma provechosa⁹.

³ Como punto de partida, puede consultarse CORRIGAN, Peter, *The Sociology of Consumption*, Sage Publications, Londres, 1997. Un profundo repaso teórico, sociológico y estético del consumo centra la obra de FEATHERSTONE, Mike, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage Publications, Londres, 2007. En español, destaca el trabajo de ALONSO BENITO, Luis E., *La era del consumo*, Siglo XXI de España Editores, Madrid, 2005. Algunas observaciones sugerentes en JULIER, Guy, *La cultura del diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 2010, pp. 81-99.

⁴ El gran almacén es en esencia una tienda de dimensiones importantes, organizada por departamentos, con una oferta ingente de mercancías diversas que es gestionada por un solo propietario, familia o sociedad. Se suele admitir que el primer gran almacén moderno surgió en París en la década de 1850 con los almacenes Bon Marché a manos de Aristide Boucicaut. En pocas décadas este tipo de establecimiento se generalizó en las capitales europeas –Printemps y Samaritaine en París, Harrods y Selfridges en Londres– aunque fue en las urbes estadounidenses donde alcanzó su plenitud con firmas como Macy’s, Wanamaker’s, Filene’s o Jordan Marsh. Durante la primera mitad del s. XX la fórmula estará presente en ciudades de todo el mundo, con las lógicas adaptaciones y variaciones de escala y oferta. Una excelente síntesis del desarrollo internacional del gran almacén desde sus orígenes en WHITAKER, Jan, *The Department Store. History, Design, Display*, Thames & Hudson, Londres, 2011.

⁵ Al generalizarse el precio fijo –debidamente marcado en los productos–, el regateo y la venta arbitraria desaparecían, y la entrada libre, no sujeta a una transacción obligada, convertía al gran almacén en un nuevo punto

de encuentro en el que comprar, dejarse seducir por la mercancía o simplemente estar y socializar, aprovechando no sólo la oferta comercial sino los adelantos técnicos y servicios complementarios: luz eléctrica, ascensores, rampas y escaleras mecánicas, climatización, cafeterías, restaurantes, salones de descanso...se volvieron irrenunciables en poco tiempo.

⁶ “Luxury democratised”, expresión que encabeza uno de los capítulos de la imprescindible obra de LANCASTER, Bill, *The Department Store. A Social History*, Leicester University Press, Londres-Nueva York, 1995, p. 16. Este autor trata con atención el contexto británico, donde localiza establecimientos pioneros que llama “proto-department stores”.

⁷ Corrigan sentencia: “anybody’s coin was as good as anybody else’s”. Ver CORRIGAN, Peter, *The Sociology...*, opus cit., p. 50. Susan Porter Benson, autora de una obra en clave social y de género sobre el gran almacén estadounidense, su clientela y sus dependientas, afirma atinadamente: “A certain heady democracy obtained: the humblest daughter of the working classes could rub shoulders with the city’s wealthiest grande dame –both would of course not be equally courted by managers, but there were few other places where it was possible or even likely for the two to meet”. En BENSON, Susan P., *Counter Cultures, Saleswomen, Managers and Customers in American Department Stores, 1890-1940*, University of Illinois Press, Urbana-Chicago, 1986, p. 20. Pese al carácter teóricamente igualitario de estas tiendas algunas empresas desarrollaron estrategias segregadoras abriendo secciones de gangas (“bargain-price departments”) y organizando las mercancías por precios, separando así a los compradores pudientes de los populares.

⁸ “An Adamless Eden”, expresión empleada por Edward A. Filene para referirse a su tienda Filene’s en Boston.

⁹ Susan Porter Benson escribe a este respecto: “Qualities which had for a century been encouraged to women

Desde hace más de treinta años el gran almacén ocupa un lugar central en investigaciones que han identificado en este espacio genuinamente capitalista auténticos “filones”. La bibliografía disponible, muy amplia y diversa para el ámbito anglosajón¹⁰, se reduce considerablemente al centrarnos en España, a pesar de la existencia de monografías de consulta obligada, algunos artículos y recientes aportaciones desde la historia social y urbana¹¹. Asturias se encuentra en espera de ser objeto de estudios críticos que aborden la rica realidad del consumo, el comercio y sus correspondientes espacios en época contemporánea: más allá de alusiones puntuales en trabajos generalistas y

-adeptness at manipulating people, sympathetic ways of responding to the needs of others, and familiarity with things domestic- fit nicely into a new view of selling. Managers urged saleswomen to transfer skills from their domestic to their work lives (...) Managers praised “womanly” personal characteristics”. Ver BENSON, Susan P., *Counter Cultures...*, opus cit., p. 130.

¹⁰ A los trabajos citados hemos de sumar la obra clásica de PASDERMADJIAN, Hrant, *The Department Store. Its Origins, Evolution and Economics*, Newman Books, Londres, 1954, escrita con un enfoque claramente económico. Los almacenes Bon Marché protagonizan la brillante monografía de MILLER, Michael B., *The Bon Marché, Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*, Princeton University Press, Princeton, 1981. Desde la historia de la arquitectura destaca la aportación de PEVSNER, Nikolaus, *Historia de las tipologías arquitectónicas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1979. Resulta imprescindible el extenso trabajo de LONGSTRETH, Richard, *The American Department Store Transformed, 1920-1960*, Yale University Press, New Haven-London, 2010, centrado en un marco cronológico tardío. Por último citaremos el artículo de KÖSE, Yavuz, “Vertical Bazaars of Modernity: Western Department Stores and Their Staff in Istanbul (1889-1921)”, en *International Review of Social History*, vol. 54, S.17, 2009, pp. 91-114.

¹¹ Véanse las monografías de TOBOSO SÁNCHEZ, Pilar, *Pepín Fernández. 1891-1982. Galerías Preciados. El pionero de los grandes almacenes*, LID, Madrid, 2000, y CUARTAS, Javier, *Biografía de El Corte Inglés: la historia de un gigante*, Dictext, Barcelona, 1992. Aparte, contamos con los artículos de FACIABÉN LACORTE, Patricia, “Los grandes almacenes en Barcelona”, en *Scripta Nova*, vol. VII, núm. 140, 2003 y DÍEZ GARCÍA, Rubén, “Grandes almacenes modernos: Madrid-París 1920-1935”, en ÁLVAREZ ARECES, Miguel A. (ed.), *Diseño + imagen + creatividad en el patrimonio industrial*, Incuna, Gijón, 2011, pp. 293-301. Destacaremos la reciente Tesis Doctoral de Nuria Rodríguez Martín, que en su sexto capítulo aporta abundantes y enriquecedores datos sobre los grandes almacenes de la capital española en el primer tercio del s. xx. Ver RODRÍGUEZ MARTÍN, Nuria, *La capital de un sueño. Madrid 1900-1936: La formación de una metrópoli europea* (Tesis Doctoral), Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2013, versión electrónica disponible online.

alguna excepción aislada seguimos en espera de una aproximación más ambiciosa y exhaustiva¹². Con la intención de cubrir parcialmente este notorio vacío historiográfico, aportaremos una serie de datos que nos permitan conocer mejor algunos aspectos de los Almacenes Botas, importante casa comercial asturiana ya desaparecida.

Orígenes de Almacenes Botas: una saga comercial maragata en la Asturias del XIX.

Los Almacenes Botas, conocidos popularmente como “Botas” por el público asturiano, fueron durante buena parte del siglo xx una institución comercial de referencia en la región, alcanzando entre 1955 y 1975 la plena condición de grandes almacenes con un notable desarrollo empresarial, estética vanguardista e idiosincrasia internacional. Sin embargo los orígenes de dicha empresa se remontan a la segunda mitad del s. XIX, momento en que algunos miembros de una saga de comerciantes leoneses con apellido añejo –los Botas– se instalan en Oviedo para dedicarse al comercio de paños.

El linaje de los Botas experimentó un importante auge durante la Edad Moderna que se hizo extensivo al período decimonónico; dicha saga –extensa, ramificada y caracterizada por su recurrente política matrimonial endogámica– man-

¹² El trabajo dedicado a la Casa Masaveu, importante establecimiento asturiano de venta de tejidos y banca que llegó a contar con un Gran Salón Bazar, constituye una rareza en el contexto historiográfico aludido. Ver GARCÍA LÓPEZ, Jose R., “La Casa Masaveu: el triunfo de la laboriosidad” en *Rehabilitación de la Casa Masaveu*, Fundación Dragados, Oviedo-Madrid, 2002, pp. 10-39. Para el estudio del comercio del s. XIX y primeras décadas del xx aporta datos ERICE SEBARES, Francisco, *La Burguesía Industrial Asturiana (1885-1920). Aproximación a su estudio*, Silverio Cañada, Gijón, 1980, y del mismo autor: *Propietarios, Comerciantes e Industriales. Burguesía y Desarrollo Capitalista en la Asturias del Siglo XIX (1830-1885)*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo, 1995, dos tomos y también “Comercio, comerciantes y dependientes en Asturias (1885-1914)”, en SEMATA, *Ciencias Sociales e Humanidades*, vol. 12, Universidad de Santiago de Compostela, 2000, pp. 125-162. Algunos espacios cotidianos de sociabilidad, ocio y consumo asturianos han sido analizados en URÍA GONZÁLEZ, Jorge, *Una historia social del ocio. Asturias 1898-1914*, UGT y Centro de Estudios Históricos, Madrid, 1996; SUÁREZ BOTAS, Gracia, *Hoteles de viajeros en Asturias*, KRK Ediciones, Oviedo, 2006 y FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana Mª (coord.), *Viejos y nuevos espacios públicos para la decoración de interiores en España*, Trea, Gijón, 2012.

tenía una posición destacada en Castrillo de los Polvazares y el área de la Maragatería, donde sus miembros operaban como arrieros y mercaderes¹³. A partir de 1769, sus contactos comerciales con Asturias cobraron un creciente protagonismo dentro del constante tráfico de mercancías establecido con Castilla a través de las montañas¹⁴. Una de las líneas colaterales de los Botas alcanzó especial fortuna gracias a este comercio con sus vecinos del Norte¹⁵: a dicha rama pertenecían los hermanos Pedro y Juan Botas Roldán, procedentes de Castrillo e integrantes de la sociedad Pedro Botas y Hermano, constituida “para el tráfico y negociación o venta de géneros de lícito comercio de lana, seda, hilo y algodón, así del Reino como Extranjeros”, que ya operaba en el territorio asturiano en 1864¹⁶. Tres años más tarde dichos hermanos solicitaban permiso a las autoridades ovetenses para realizar reformas en una casa antigua, con bajo y planta principal, que éstos tenían arrendada en la calle Puerta Nueva Alta –próxima a la zona de ensanche de Campomanes– con el fin de instalar un comercio de paños¹⁷.

¹³ RUBIO PÉREZ, Laureano M., *La burguesía maragata. Dimensión social, comercio y capital en la Corona de Castilla durante la Edad Moderna*, Universidad de León - Secretariado de Publicaciones, León, 1995, pp. 253-266.

¹⁴ FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, Jose M., “Edad Moderna” en FERNÁNDEZ PÉREZ, Adolfo y FRIERA SUÁREZ, Florencio (coord.), *Historia de Asturias*, KRK Ediciones, Oviedo, 2005, p. 432.

¹⁵ RUBIO PÉREZ, Laureano M., *La burguesía maragata...*, opus cit., pp. 265-266.

¹⁶ Archivo Histórico de Asturias (AHA), caja 9089, año 1864, ff. 292-295. Este documento recoge la concesión de un poder por parte de Juan Botas Roldán a José Fernández, comerciante de Cangas de Onís, para que cobre en su nombre una deuda de géneros a un tercero. Documento localizado por ERICE SEBARES, Francisco, *Propietarios, Comerciantes e Industriales...*, opus cit., tomo I, p. 151.

¹⁷ “Los Sres. D. Pedro Botas y Hermano, vecinos de Castrillo a V.E. respetuosamente exponen que para establecer un comercio de paños en la casa número 6 de la Puerta Nueva de esta Capital les hace suma falta el rasgar una ventana del piso bajo para convertirlo en puerta para los almacenes y abrir otra puerta nueva”, a fecha 20 de septiembre de 1867, no se presentan planos. Archivo Municipal de Oviedo (AMO), sala 1, anaquel 1, legajo 35, documento 12. En noviembre del mismo año Joaquín Díaz, miembro de la Corporación Municipal, interrumpe las obras disgustado por la solución adoptada para reformar la fachada, cuya apariencia conocemos gracias a los alzados de “estado previo y actual” firmados por el Arquitecto Municipal Ignacio M^a de Michelena para dejar constancia del citado conflicto. Sobre este negocio Tomé escribe: “La apertura de establecimientos con cierta condición, fenómeno de afloración tardía, debe ponerse en relación con la presencia de comerciantes foráneos (...) Ese es el caso de la primera tienda de pa-

Poco tiempo después tenemos a Francisco Botas Roldán, hermano menor de los citados Pedro y Juan¹⁸, que aparece en 1882 junto a Tomás Botas Alonso como socios de Hijos de Pedro Botas, dedicándose de nuevo al comercio de géneros¹⁹. Durante los primeros años la sociedad debió efectuar sus operaciones comerciales en un local de la calle Campomanes, pero pronto se planteó un cambio de sede y en marzo de 1885, Francisco Botas Roldán notificaba al Ayuntamiento de Oviedo su intención de levantar una casa en el solar de su propiedad sito en la calle Martínez Marina. Apenas un año y medio más tarde la prensa local anunciaba el traslado del negocio al nuevo edificio en el nº 4 de dicha calle²⁰. En 1889, tras la reciente muerte de Tomás y

ños propiedad de los Hermanos Botas, oriundos de la Maragatería leonesa, que abrió sus puertas en la Puerta Nueva Alta en 1867”. TOMÉ FERNÁNDEZ, Sergio, *Oviedo. La formación de la ciudad burguesa. 1850-1950*, Colegio Oficial de Arquitectos de Asturias, Oviedo, 1988, p. 20. Erice añade al respecto: “Ya en la década de 1860 la compañía formada por Pedro y Juan Botas ocupaba un puesto de honor entre los comerciantes asturianos”. ERICE SEBARES, Francisco, *Propietarios, Comerciantes e Industriales...*, opus cit., tomo I, p. 151.

¹⁸ Los tres hermanos Botas Roldán eran fruto del matrimonio formado en 1815 por Pedro Botas Salvadores y Tomasa Roldán Paz. Pedro nace en 1820, Juan en 1827 y el menor de ellos, Francisco, en 1842. Árbol genealógico aportado por RUBIO PÉREZ, Laureano M., *La burguesía maragata...*, opus cit., p. 281.

¹⁹ El 19 de abril de 1882 comparecen ante notario Tomás Botas Alonso, de 26 años, vecino y comerciante de Oviedo y su hermana Manuela, esposa y apoderada de Francisco Botas Roldán, también comerciante afincado en esta ciudad. Al formalizar la escritura de la sociedad mercantil Hijos de Pedro Botas el domicilio se fija en León aclarando que “todas las compras de géneros han de hacerse precisamente por la casa o sociedad establecida en Oviedo con la misma razón social”. El capital inicial ascendía a 20.000 pesetas. AHA, caja 8938, año 1882, ff. 775-778. Localizado por ERICE SEBARES, Francisco, *Propietarios, Comerciantes e Industriales...*, opus cit., tomo I, p. 151.

²⁰ Sobre la construcción de la nueva casa: “El que suscribe, vecino de la misma (...) teniendo pensado edificar un edificio en el solar de que soy dueño en la calle de M. Marina de esta capital, tiene el gusto de acompañar a la presente el plano por duplicado por lo que suplica a V.E. se sirva aprobarlo y darle la licencia necesaria (...) Oviedo, a 12 de marzo de 1885, Francisco Botas Roldán”. AMO, sala 1, anaquel 1, legajo 38, documento 20. No se han conservado los planos originales y desconocemos tanto su aspecto inicial como el nombre de su autor. En cualquier caso proponemos identificar la casa construida por Francisco Botas con el edificio nº 4 de Martínez Marina, que acogería desde finales de 1886 el nuevo almacén de tejidos de los Botas: “Traslado. Los Sres. Hijos de Pedro Botas han trasladado su comercio de la calle de Campomanes a la nueva casa de la calle Martínez Marina, 4”, en *El Carbayón*, días 2 y 4-X-1886. El Padrón de

encontrándose Francisco incapacitado, tenía lugar la disolución de la sociedad²¹.

La “Era Juan Botas Roldán II” y primeros años de Anónima Botas Roldán (1890-1939).

La liquidación de Hijos de Pedro Botas no significó el fin del negocio sino su traspaso a manos de un joven llamado a ocupar un puesto preferente en la vida comercial, política y social de Asturias. Hablamos de un nuevo Juan Botas Roldán “II” que llegó a Oviedo a finales de la

década de 1880 para colaborar en el almacén de sus parientes Francisco y Tomás²². En 1890, con veintidós años de edad, constituye junto a su socio y suegro Victoriano Rodríguez González²³ la casa comercial Juan Botas y Compañía, una vez más orientada exclusivamente a la venta mayorista de tejidos, sobre un importante capital de 100.000 pesetas y absorbiendo el activo y pasivo de la disuelta Hijos de Pedro Botas²⁴. Además de

1911 registra en el 4 de Martínez Marina un “bajo almacenes, no habitan” y vincula tres viviendas de las plantas superiores a los “Herederos de D. Francisco Botas”, a “Juan Botas” y a “D. Botas”, reforzando la relación establecida entre la casa promovida por Francisco Botas y el edificio atribuido. Ver AMO, sala 3, anaquel 1, volumen 1. Las imágenes más antiguas que hemos localizado del edificio nº 4 (también 4-6 y actualmente nº 8) son posteriores a 1900, y si bien su apariencia unitaria anima a pensar que la casa mantuvo desde el principio la misma forma, no podemos descartar una posible intervención temprana sin documentar. Una imagen publicada en julio de 1918 (ver *La Esfera: Ilustración Mundial*, número extraordinario dedicado a Asturias) permite describir el edificio: se trataba de una obra sobria y elegante, de un eclecticismo contenido, con ecos manieristas y franceses. La fachada se organizaba en dos cuerpos laterales de mayor altura –rematados por miradores y antefijas– y un cuerpo central principal, más bajo y apaisado. La planta baja albergaba en los extremos sendos portales de medio punto, dando acceso a las viviendas superiores, y en su centro se disponía el local comercial, abierto a la calle mediante cinco arcos rebajados con decoración de medallones en las enjutas, según un esquema habitual en Oviedo desde 1880. Ver TOMÉ FERNÁNDEZ, Sergio, *Oviedo. La formación...*, opus cit., p. 101. La planta principal, destinada a viviendas, organizaba su fachada en vanos adintelados con balconillos de rejería metálica y remate en tramos de entablamento, todo ceñido por un orden apilastrado clásico. Por último, la planta superior albergaba las buhardillas. En 1938 el edificio aún se mantenía en las condiciones previamente descritas, como demuestran los planos de “estado actual” realizados por Francisco G. Villamil con motivo de la radical reforma –constatable actualmente– que promoverían los herederos de Juan Botas Roldán II, y que afectó a su alzado (creció varios pisos) e interiores. Ver AMO, Expediente 414/38. Los planos de Villamil también dejan ver que el amplio bajo comercial presentaba planta en forma de T, atravesada por hileras cruzadas de columnas.

²¹ “Habiendo fallecido el Don Tomás Botas Alonso en treinta de marzo de 1889 (...) y declarado por demencia incapaz para administrar y regirse el Don Francisco Botas Roldán, había llegado el caso de disolución y liquidación (...) Así resulta de la escritura de disolución y liquidación de sociedad mercantil, otorgada en esta Capital con fecha veinte y seis de Diciembre de 1889 (...) Firmo la presente inscripción en Oviedo a 9 de abril de 1890”. Registro Mercantil de Asturias (RMA), Libro de Sociedades, hoja 51, tomo 6, folio 109, inscripción 1ª.

²² Juan Botas Roldán II nació en Castrillo de los Polvazares en 1867 y cursó estudios en Carrión de los Condes. Ver *Gran Enciclopedia Asturiana*, Silverio Cañada, Gijón, 1982, tomo 3, p. 102. En Oviedo se ocupó del comercio que fue fundado por sus tíos Don Francisco y Don Tomás Botas. Ver *El Monitor del Comercio*, 25-II-1899. Personalidad destacada de la clase dirigente asturiana primisecular, fue promotor y consejero del Banco Asturiano de Industria y Comercio, la Sociedad Industrial Asturiana o la Compañía de Navegación Vasco Asturiana, vicepresidente de la Diputación Provincial, comisario regio de Fomento y presidente de la Cámara de Comercio de Oviedo (1909-1921). GRECIET PAREDES, María, *La Cámara de Comercio. Cien años de vida (1889/1989)*, Cámara Oviedo, Oviedo, 1989, pp. 122-123 y 139.

²³ Victoriano Rodríguez González era propietario de un almacén de ultramarinos en la esquina de las calles Rosal-Jesús en Oviedo. Ver *Album Anunciador*, Imprenta La Económica, Lueca, 1893. Juan Botas Roldán II se casó con la hija de éste, Dolores Rodríguez Fernández-Casal, rompiendo la endogamia típica de su linaje astorgano. Juntos tuvieron una amplia descendencia no siempre lograda: Juan, Luis, Francisco, Dolores (muere en 1900), Etelevina, Victoriano, Alfonso, Dolores (otra), Ramón, Aurora, Pedro, Tomás y Jose María. La familia Botas Rodríguez residía en una de las viviendas del nº 4 de Martínez Marina, junto a varias sirvientas. Ver esquila de la primera Dolores Botas Rodríguez en *El Correo de Asturias*, 28-VII-1900 y AMO, padrones de 1911, 1913 y 1916, sala 3, anaquel 1, volúmenes 1, 7 y 21.

²⁴ El 23 de junio de 1890, “los señores Don Victoriano Rodríguez y González de sesenta años, y Don Juan Botas Roldán de veintidós años, casados, comerciantes y vecinos de esta Ciudad han formalizado la constitución de una sociedad (...) con domicilio en esta ciudad bajo la razón “Juan Botas y Cía.” para dedicarse al comercio de tejidos al por mayor (...) el capital social consiste en cien mil pesetas que los socios aportan en esta proporción: Don Victoriano Rodríguez cuarenta mil pesetas, y Don Juan Botas sesenta mil pesetas (...) la administración de la Compañía y el uso de la firma social estarán a cargo de ambos socios (...) pero Don Juan Botas llevará de hecho la dirección de la sociedad (...) Esta sociedad se hará cargo de todo el activo y pasivo de la disuelta sociedad “Hijos de Pedro Botas” que tuvo su domicilio en esta plaza”. RMA, Libro de Sociedades, hoja 54, tomo 7, folio 14, inscripción 1ª. Ver también: “Se ha disuelto la Sociedad Hijos de Pedro Botas, que en lo sucesivo girará bajo la razón social de Juan Botas y Compañía”. *El Correo de Asturias*, 26-VI-1890. Tras una primera época como sociedad compartida –la *Guía General de Asturias para 1904* de José GUTIÉRREZ MAYO y Gerardo ÁLVAREZ URÍA aún cita el negocio como Juan Botas y Compañía (p. 245)– Juan Botas

preocuparse por el buen rendimiento y afianzamiento del negocio –coincidiendo con un período de crecimiento del comercio ovetense²⁵– Juan Botas Roldán II también se encargó de mejorarlo, ampliarlo y embellecerlo en tanto que instalación. Para ello, en enero de 1900 solicitaba al Municipio permiso para “construir un almacén en la misma línea de fachada de la calle de Martínez Marina”, trazado por Juan Miguel de la Guardia el año anterior, anexándolo a la casa-tienda de Francisco Botas Roldán: esta obra se desarrollaba como una suerte de “miniatura” palaciega, presentando una fachada horizontal resuelta según el lenguaje afrancesado propio de su autor²⁶ con estructura de arco triunfal de cinco vanos, los tres centrales entre columnillas y pilastras, cornisa, ático y cartela con leyenda publicitaria rematando el conjunto, reproduciendo un tipo de almacén de planta única típico del momento. Durante los treinta y seis años que mediaron entre la puesta en marcha de Juan Botas y Cía. y su fallecimiento, Juan Botas Roldán II consiguió engrandecer ostensiblemente la empresa familiar hasta ponerla a la cabeza de su correspondiente ramo, alcanzando prestigio incluso fuera de Asturias²⁷ (Fig. 1).

El dos de noviembre de 1926 Juan Botas Roldán II fallecía de un ataque de apoplejía²⁸, recibiendo importantes honores y dejando a sus herederos una pujante casa comercial. Dos años más

tarde quedaba conformada la sociedad Anónima Botas Roldán, en cuyos estatutos se contemplaba una potencial diversificación futura de sus actividades más allá de la mera venta mayorista de tejidos²⁹: poco tiempo después los hermanos Botas Rodríguez introducían una innovadora sección de venta al detall –solo en pañería– que fue intensamente anunciada en prensa³⁰. En este contexto de tímido cambio en su rumbo comercial, los sucesos revolucionarios de 1934 y el posterior estallido de la Guerra Civil interrumpen temporalmente la ansiada pretensión de los hermanos Botas Rodríguez de instalarse en una ubicación más próxima al ensanche comercial³¹.

Años dorados: del traslado a Uría a la apertura de la sucursal en Gijón (1940-1970).

Luis Botas Rodríguez³², el mayor de los hermanos propietarios, ocupó la presidencia de la Cámara de Comercio ovetense en el duro perio-

Roldán II se hace con el pleno control del negocio empleando como razón social su nombre y apellidos.

²⁵ Entre 1890-1915 la efervescencia del comercio ovetense queda patente en los numerosos anuncios en prensa de pañerías, almacenes de novedades, sastrerías, camiserías, almacenes de paquetería y bazares. Negocios como Al San Luis, Los Chicos, Al Pelayo, J. Pausier, El Vapor, El Globo, El Navío, Blanco y Negro o El Mundo, ubicados en el casco antiguo y en el ensanche Fruela-Uría, estimularon un embrionario clima consumista marcado por intensas promociones, constantes ofertas (“baratos” y retales) y un persuasivo lenguaje publicitario en plena fase de maduración.

²⁶ AMO, sala 1, anaquel 1, legajo 38, documento 21. A juicio de José F. González, esta obra encarnaba “un eclecticismo que se empezaba a disolver en el modernismo propio de 1900”. Ver GONZÁLEZ ROMERO, José F., *Arquitectura industrial de Oviedo y su área de influencia. Una realidad dúplice*, Trea, Gijón, 2011, pp. 101-102. Hoy pervive parte de la fachada del desaparecido almacén, integrada en un edificio de viviendas. AMO, Expediente 3505/84.

²⁷ “La esfera de acción de la importante Casa comercial alcanza a toda la provincia de Oviedo y se extiende a parte de las de Galicia, Santander y Castilla”. En *La Esfera...*, opus cit.

²⁸ Esquela y necrológica en *Región*, 3-XI-1926. Crónica del funeral y cortejo en *Región*, 4-XI-1926.

²⁹ La viuda Dolores Rodríguez y sus hijos Juan, Luis, Etelevina, Victoriano, Alfonso, Dolores y Ramón “constituyen una sociedad anónima con domicilio en Oviedo, calle de Martínez Marina número cuatro que se denominará Anónima Botas Roldán (...) su objeto será la compraventa de tejidos de todas clases; se dedicará a todas las negociaciones o especulaciones complementarias (...) igualmente y siempre que se estime necesario o conveniente podrá explotar cualquier otro negocio (...) la duración de la sociedad será indefinida y sus efectos se retrotraen al día primero de enero de 1928, en cuya fecha se entienda dan comienzo a sus operaciones: todos los constituyentes aportan a la sociedad la suma de 1.616.500 pesetas, en que se fija el capital social”, según asiento del 3 de febrero de 1928, RMA, Libro de Sociedades, hoja 1302, tomo 24, folio 140, inscripción 1ª. Pronto los únicos propietarios y poseedores de las acciones de dicho capital serían Luis, Victoriano y Tomás Botas Rodríguez, este último incorporado a posteriori. Ver 2ª inscripción en la misma referencia registral, 23 de mayo de 1934.

³⁰ Este cambio, apreciable ya en 1934, vino acompañado de una normalización de los anuncios de la casa en prensa, en los cuales la compañía se presenta como unos grandes almacenes apelando al comprador mediante eslóganes y abandonando viejas razones sociales previas en pos de la popular denominación “Almacenes Botas”. Verbigracia: “Anónima Botas Roldán. Oviedo. Inaugura a partir del próximo día 23 una sección de ventas de pañería al detall en sus Grandes Almacenes (Martínez Marina, núm. 6). Ventas al contado. Visite el interior de los Almacenes Botas y vea sus soberbias colecciones”, *Región*, 18-IV-1934.

³¹ A finales de 1939 aún anunciaban su surtido de pañería en Martínez Marina. *La Nueva España*, 20-XII-1939.

³² Luis Botas Rodríguez aparece como comerciante de veinte años de edad en el Padrón de 1911, AMO, sala 3, anaquel 1, volumen 1. En 1918 era retratado como un “joven inteligente y trabajador que ya disfruta de

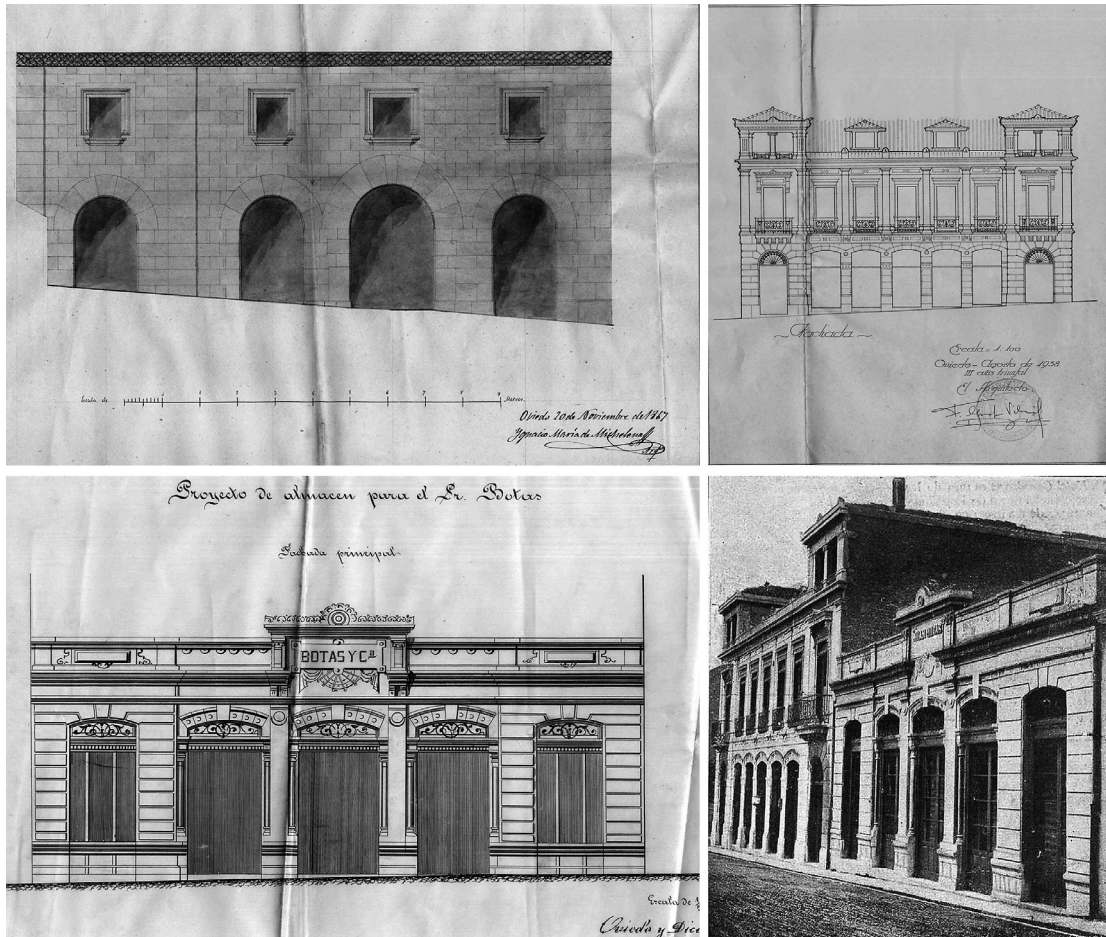


Fig. 1. De izquierda a derecha, la casa de Pedro Botas y Hermano en la Puerta Nueva Alta (1867), la casa-tienda en Martínez Marina, 4 ("estado actual" de 1938), la ampliación de Juan Botas Roldán II (1899-1900) e imagen del conjunto publicada en 1918. Fuentes: Archivo Municipal de Oviedo y *La Esfera: Ilustración mundial*.

do comprendido entre 1934 y 1940: su dimisión a comienzos de dicho año vino seguida del abandono definitivo de la antigua sede de Martínez Marina y la apertura de una gran tienda en el nº 24 de la calle Uría que se anunciaba al público en el mes de junio³³. El acceso al nuevo establecimiento se realizaba a través de un pasaje recto flanqueado longitudinalmente por sendas galerías acristaladas, cuya superficie de exposición se engrosaba gradualmente en tramos. El interior de la tienda presentaba una entrada-distribuidor a nivel de calle desde la cual se disponían dos alturas: una escale-

ra curva en el margen derecho daba acceso a una entreplanta elevada, rectangular y poco profunda; por otra parte, descendiendo por una escalinata central se accedía a la planta baja o sótano, de generosa superficie. El mobiliario original lo componían diversos anaqueles y mostradores de madera³⁴, existiendo al menos

fama en el campo de los negocios mercantiles". Ver *La Esfera...*, opus cit.

³³ "Anónima Botas Roldán (...) deseando trasladar los almacenes a Uría 24 (...) suplica a V.S. previos los trámites correspondientes se sirva autorizar el correspondiente permiso (...) Oviedo, 27 de mayo de 1940". AMO, Expediente 870/40, f. 1. Un temprano anuncio aparece en *La Nueva España*, 4-VI-1940.

³⁴ Inicialmente la tienda del nº 24 exhibía un sencillo mobiliario lúneo limitado a estantes ortogonales empotrados en las paredes y mostradores en forma de garita o banco corrido, aunque algunos elementos decorativos aportaban un toque de distinción: tal sería el caso de los globos y candiles de luz eléctrica colgantes, las barandillas de fina tracería metálica de las escaleras o las placas molduradas de frisos y techos, denotando una concepción digna del espacio de venta. Así se aprecia en dos excelentes fotografías del Archivo Juan Vallaure (AJV) depositado actualmente en el Museo de Bellas Artes de Asturias, y en *ABC*, 16-IX-1945. La mercancía –rollos de tela, alfombras, tapicería y algo de confección– se amontonaba en los anaqueles, sin un criterio más allá de la mera acumulación: en los años sucesivos se gene-



Fig. 2. Interior de los Almacenes Botas en el nº 24 de la calle Uría, Oviedo. Se aprecia la distribución en pisos, el mobiliario y la decoración. Sin fecha (¿hacia 1945?). Fuente: Archivo Juan Vallaura.

una caja incluida en la cabina achaflanada y acristalada dispuesta al comienzo de la planta de sótano (Fig. 2).

En la década de 1940 la firma ofrecía un elenco bastante extenso de artículos textiles, manejando la publicidad diariamente para divulgar sus novedades³⁵. En esta época se produce una segunda ampliación del negocio a cargo del entonces joven arquitecto Juan Vallaura Fernández-Peña³⁶:

ralizarían muebles que atenuasen las barreras poniendo la mercancía al alcance visual y táctil del público.

³⁵ Hacia 1945 la tienda contaba con una primitiva organización en secciones que incluían lanería, sedería, pañería, algodones, alfombras, tapicería, confecciones y artículos de punto, para señora, caballero y niño. La primera “venta especial” (rebajas) de posguerra de Botas se anuncia para enero de 1941: “Durante el próximo mes de enero realizamos una venta especial por fin de temporada. Grandes descuentos”, *La Nueva España*, 31-XII-1940. Durante esta década los almacenes postulan su prestigio con anuncios como “La Casa más importante de España” (1943), “Centro de la moda” (1944) o “Siempre lo mejor” (1949). En marzo de 1949 exclamaban: “¡Ya es primavera...en Almacenes Botas!”, apropiándose de un evocador eslogan acuñado en los almacenes cubanos El Encanto y popularizado por El Corte Inglés.

³⁶ Ana M^a Fernández caracteriza a Vallaura como “el profesional más activo en la adecuación de locales comerciales en Oviedo” del tercio central del s. XX, citando sus trabajos para Almacenes Botas, Casa Viena, el Kopa Club, el Bar Astoria o la cafetería del Cine Ayala. FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana M^a, “De lo bueno lo mejor. Casa Viena y el comercio de muebles en Asturias”, en FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana M^a (coord.), *Decoración de interiores. Firmas, casas comerciales y diseño en Asturias 1880-1990*, Septem Ediciones, Oviedo, 2012, p. 138.

su proyecto, firmado en 1942 y presentado en el Ayuntamiento ovetense un año después, contemplaba la adecuación de un bajo en el nº 26 de Uría anexo al establecimiento activo así como una reforma de la fachada de ambos locales unificando su apariencia bajo un tratamiento común de materiales, rótulo, iluminación y toldo³⁷. La ampliación de Vallaura –abierta ya en septiembre de 1944– unía interiormente los locales nº 24 y 26 por una puerta y otorgaba un peso inédito a la superficie de exposición pública de sus productos en el nº 26 por medio de una impresionante galería de escaparates con largo desarrollo longitudinal³⁸ que constituía una atractiva transición desde la

³⁷ Luis Botas Rodríguez presenta el proyecto de Vallaura y solicita permisos el 28 de abril de 1943. AMO, Expediente 95/43, f. 1. Al concebir la fachada, Vallaura intentaba transmitir “un aspecto de buen comercio, pero no rico, puesto que ha de servir para todo público (...) que por su importancia atraiga al público en general” (f. 9). Es evidente el cuidado que se puso en evitar un lujo excesivo que resultase intimidatorio o evocase ideas excluyentes.

³⁸ “¡Algo diferente! Máximas calidades, precios mínimos. ¡Visite nuestra nueva Galería-Exposición!”, *La Nueva España*, 12-IX-1944. Almacenes Botas exaltaba su nivel situando a Asturias “comercialmente a la altura de las grandes capitales europeas”. *La Nueva España*, 29-IV-1945. Aproximadamente la mitad de la superficie del local era ocupada por una secuencia de escaparates de desarrollo mixtilíneo con lunas transparentes y perfiles metálicos sobre zócalos moldurados, contraplacado en distintos tonos de mármol y techos decorados. La luz artificial –mediante plafones e hileras de focos semiocultos– jugaba un importante papel ambiental. En 1964 se suprimía el tramo posterior de esta elegante



Fig. 3. A la izquierda, vista parcial de los escaparates diseñados por Juan Vallauré para la entrada del nº 26 de la calle Uría. Sin fecha (¿hacia 1945?). Fuente: Archivo Juan Vallauré. A la derecha, planta esquemática de dicha galería de escaparates antes de su reforma en 1964. Fuente: Archivo Municipal de Oviedo.

calle hacia el establecimiento (Fig. 3). Durante los años cincuenta los Almacenes Botas conforman ya un importante almacén de distribución diversificada, cuyas campañas y promociones estacionales suscitan verdadera expectación entre una masa de clientes en aumento³⁹. Desde este período el avance de la empresa se manifiesta a través de la constante renovación e inauguración de locales comerciales de tal forma que en 1955 encontramos de nuevo a Juan Vallauré trabajando para Almacenes Botas, esta vez acondicionando un local en el bajo del nº 13 de la calle Palacio Valdés, colindante con las tiendas de Uría por su parte trasera⁴⁰. El aspecto más interesante del nuevo espacio, inaugurado entre elevados elogios, residía en su concepción “urbanística” al comunicar por medio del paso abierto entre sus tiendas dos calles principales de la ciudad, algo que los hermanos

Botas Rodríguez anunciaron astutamente como un verdadero servicio al público⁴¹.

El momento de despegue definitivo de la sociedad de consumo española y asturiana coincide con lo que podríamos denominar el *boom* de Almacenes Botas⁴². En la década de 1960, Luis

galería para destinarlo a espacio de venta. Ver AMO, Expediente 1756/64, f. 1.

³⁹ Las populares rebajas son relatadas de forma hiperbólica: “¡Triunfal y arrollador! ha sido el comienzo ayer de nuestra tradicional Venta Fin de Balance. La capacidad excepcional de las distintas plantas y secciones de nuestro establecimiento fueron incapaces para contener la marea desbordante de público, que formando una avalancha humana de millares de personas invadieron nuestra casa, obligando al público a grandes colas”. *La Nueva España*, 15-I-1953.

⁴⁰ La entrada a la tienda de Palacio Valdés se realizaba a través de una galería de escaparates situada en esquina; también se proyectó la reforma del primer piso para acoger las oficinas de la firma. AMO, Expediente 265/55, ff. 3-5.

⁴¹ “Apertura: desde hoy quedan abiertas al público las nuevas instalaciones de Palacio Valdés, nº 13. Libre tránsito. A través de nuestros locales, las calles Uría y Palacio Valdés quedan comunicadas. Con mucho gusto le invitamos a que utilice este paso”. *La Nueva España*, 27-X-1956. La nueva planta recibió el calificativo de “maravillosa”, con unos escaparates “como no conocemos otros en España” (*La Nueva España*, 28-X-1956), “magníficos, extraordinarios” (*Región*, misma fecha), en un tono exagerado que deja ver el entusiasmo con que se asistía a la progresiva modernización, al menos superficial, del paisaje comercial de la capital asturiana.

⁴² A mediados de la década de 1950 se perfila la transición desde un modelo autárquico hacia un inminente modelo tecnocrático y desarrollista. Ver ALONSO BENITO, Luis E. y CONDE GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO, Fernando, *Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Debate, Madrid, 1994, pp. 137-213. El ideal desarrollista y sus valores (confianza en la técnica e industria, búsqueda del confort, estímulo del gasto y abandono de la sobriedad) se plasma en una publicidad equiparable a los ejemplos anglosajones o franceses coetáneos. Ver TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús y MONTERO DÍAZ, Julio, “Reivindicación del consumo. Marketing, imágenes y ocio en la configuración de la sociedad española de masas”, en URÍA GONZÁLEZ, Jorge (coord.), *La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios*, Biblioteca Nueva, Madrid, 2003, p. 228. Durante la década de 1960, Asturias contempla no solo el auge de los Almacenes Botas sino la ampliación de los Al-

Botas Rezola, continuando el testigo de su padre y tíos, promueve una radical modernización de la firma familiar, inspirado por los conocimientos adquiridos en sus estancias en EEUU⁴³. La empresa, haciendo gala de un considerable optimismo⁴⁴ y uniéndose al discurso desarrollista fomentado por el régimen franquista en aquellos tiempos, aborda un plan de expansión en principio enfocado al ámbito regional pero con la mirada puesta en una futura incorporación al mercado nacional que finalmente nunca se produciría⁴⁵. Dicha expansión se refleja en la apertura de la “Nueva Tienda” de Oviedo (1964) y del “Centro Comercial” de Gijón (1970), ambos establecimientos de sumo interés pues sus proyectos de adecuación y decoración interior corrieron a cargo del arquitecto, interiorista y diseñador de muebles Javier Feduchi Benlliure, figura esencial dentro del proceso de cristalización de la arquitectura comercial contemporánea en España⁴⁶.

macenes Al Pelayo y el éxito de cadenas foráneas recientemente implantadas como la firma de confección madrileña Cortefiel (en Oviedo) o los populares Simago (en Oviedo y Gijón).

⁴³ Luis Botas Rezola (Oviedo, 1923-2004) era hijo de Luis Botas Rodríguez y nieto del “fundador” Juan Botas Roldán II. Licenciado en Derecho en 1944, quedó unido al negocio familiar, primero como gerente y posteriormente como presidente y director. En 1958, invitado por la International Corporation Administration viajó a los EEUU para estudiar la especialidad de distribución detallista, cursando también estudios sobre Métodos Mercantiles Modernos en Dayton (Ohio). Actualizó los Almacenes Botas hasta equiparlos a unos grandes almacenes extranjeros en su imagen, oferta y organización empresarial años antes de la llegada de Galerías Preciados a Asturias. También presidió la Cámara de Comercio de Oviedo entre 1966 y 1976. Datos en *Gran Enciclopedia Asturiana*, Silverio Cañada, Gijón, 1981, tomo 15 (apéndice 1970-1980), p. 170 y *La Nueva España*, 30-V-2004.

⁴⁴ En 1961 Almacenes Botas apuesta por su libre desarrollo y rechaza la oferta de integración en una cadena comercial “de renombre nacional”. *La Nueva España*, 7-III-1961.

⁴⁵ La extensión de la firma fuera de Asturias aparece planteada en el *Boletín de Botas*, núm. 79, marzo de 1970, pp.12-13, donde se explica que con la inminente apertura de la sucursal gijonesa “se inicia la primera etapa del desarrollo ya programado para el ámbito regional y en un futuro extra-regional”.

⁴⁶ Javier Feduchi Benlliure (Madrid, 1929-2005), se forma en la Escuela de Arquitectura de Madrid (título en 1959). Iniciado con su padre Luis M. Feduchi, en los años cincuenta se incorpora aún como estudiante a Rolaco, firma ligada al diseño de muebles e interiores. Entre 1955 y 1959 realiza viajes a Holanda, Suecia, Italia, Austria, Suiza y Alemania, y desde 1960 aborda la proyección de innovadores montajes para exposiciones, reflexionando sobre “las dificultades que genera el mo-

En el caso de la “Nueva Tienda” de Oviedo las obras empezaron en 1962: el local de Uría 30, de planta rectangular, bastante estrecho y con un importante desarrollo longitudinal, fue acondicionado en tres alturas (sótano, planta de calle y primera planta) comunicadas mediante una caja de escaleras lateral⁴⁷. En la fachada, Feduchi integró el portal de acceso a las viviendas del bloque en la estructura de escaparates, con amplias lunas rectas similares a pantallas, y remató el conjunto con una importante marquesina-visera que acogería el anagrama de la firma. Las innovaciones más llamativas se produjeron en el interior de la tienda: por ejemplo, resultó absolutamente vanguardista la instalación de un falso techo tipo “Rotterdam”⁴⁸ que tras su entramado ortogonal de placas rectangulares trenzadas escondía disimuladamente el cableado, las conducciones y el sistema contra incendios (*sprinklers*) permitiendo además la libre disposición de los puntos de luz. Igualmente destacaba el mobiliario, claramente heredero de las previas experiencias y reflexiones de Feduchi en este campo⁴⁹: a los tradicionales estantes de pared se sumaban percheros, cajones y expositores exentos de distintas alturas, realizados en planchas de contrachapado con patas y perfiles metálicos, en ocasiones dotados de puertas, con ruedas para posibilitar su desplazamiento, lo que favoreció una concepción mucho más dúctil del espacio de venta, ajustable a las necesidades expositivas o a la afluencia de público

vimiento del público en relación con el espacio”. Desde 1962 se vincula profesionalmente a Galerías Preciados: destacaremos sus interiorismos para las sucursales de Éibar (1962), Arapiles (1964, Madrid) y Callao (1968, también Madrid), y los edificios diseñados durante la década de 1970 para la misma firma en Zaragoza, Madrid (sucursal Goya), Oviedo, Vitoria o Alicante. Ver BLASCO CASTIÑEYRA, M^a Selina et al., *Feduchi, tres generaciones en arquitectura y diseño*, Malabar, Valencia, 2009, pp. 73-77. En Asturias, aparte de sus proyectos para Almacenes Botas y Galerías Preciados, destaca su trabajo para Casa Viena. Ver FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana M^a, “De lo bueno...”, opus cit., pp. 136-140.

⁴⁷ AMO, Expediente 143/62. En la tramitación se señala “la indiscutible realidad de que la importancia de la ampliación de la instalación comercial que se pretende habrá de dar realce y prestigio a esta ciudad” (f. 42).

⁴⁸ Solución inspirada en los techos de la nueva tienda de De Bijenkorf en Rotterdam (1957).

⁴⁹ Sobre la modulación en los muebles de oficina, ver *Arquitectura*, Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, año 4, núm. 43, Madrid, 1962, pp. 31-34. El diseño del interior y el mobiliario de la tienda del nº 30 de Uría corrieron a cargo de Javier Feduchi y Emilio Prieto. Ver *Boletín de Botas*, núm. 20, junio-julio de 1964, p. 13.

(Fig. 4). En tercer lugar llama la atención el uso del logotipo de la empresa como elemento ornamental: en el tramo de muro de la caja de escaleras se dispusieron bajorrelieves con la leyenda “Botas” emulando una solución empleada dos años antes en la tienda de Galerías Preciados de Éibar⁵⁰. Por último, resaltaremos detalles como el techo luminoso aplicado en las escaleras y el pasillo de entrada al local o la colocación de señales y paneles informativos, indicadores de sección. Mención aparte merece el exquisito *snack-bar*, ubicado en la primera planta, donde el arquitecto acentuó la internacionalidad de la nueva estética con un lenguaje decorativo de gusto americano⁵¹. La “Nueva Tienda”, próxima a los locales 24 y 26 de Uría, y comunicada con el local trasero de Palacio Valdés, fue doblemente inaugurada el 22 de mayo de 1964 con una visita “informal” de Carmen Polo de Franco y un acto oficial, quedando abierta al público el día después⁵². Durante los siguientes meses se produjo un reacondicionamiento de los locales de Palacio Valdés y Uría nº 26 en sintonía con el estilo de la “Nueva Tienda”, utilizando el mismo tipo de muebles transformables y re-

cursos luminicos y decorativos planteados por Feduchi⁵³. Llegado el año 1970 los Almacenes Botas de Oviedo alcanzaban su pleno desarrollo constituyendo un atípico ejemplo de gran almacén que en lugar de concentrar sus secciones en un bloque único, se extendía de forma dispersa por las plantas de varios edificios, albergando un amplio abanico de productos y servicios sin precedentes en la región asturiana⁵⁴.

El salto a Gijón se inicia en marzo de 1968 con el anuncio de la apertura provisional de una tienda de Botas en el local previamente ocupado por las Galerías Azules en la calle de los Moros; en septiembre del mismo año, también según un proyecto de Javier Feduchi Benlliure, se comunicaba el comienzo de las obras del “Centro Comercial” de Gijón⁵⁵. Feduchi hubo de unificar un conjunto de varios locales preexistentes, dispuestos en una manzana de casas comprendida entre las calles Enrique Cangas (hoy Begoña, portales 54-56-58) y de los Moros (nº 47): la suma de dichos locales daba lugar a una larga parcela que salvaba un cierto desnivel entre la cota de Enrique Cangas, más elevada, y la de los Moros. El arquitecto optó por organizar el espacio en tres tramos escalonados sucesivos con alzado de tres plantas cada uno, y dispuso en los pasos intermedios escaleras: éstas obviamente servían para comunicar las alturas pero también suavizaban las irregularidades entre los pisos y generaban una deseable sensación de amplitud y diafanidad, potenciada por el uso esporádico de finos pilares verticales y pasamanos con pretilos transparentes. La tienda, convertida en una suerte de pasaje interior entre dos calles, contaba con sendas fachadas decoradas bajo un mismo criterio que acentuaba la homogeneidad del conjunto: escaparates rectos con lunas de amplio desarrollo y potentes marquesinas voladas de perfil dentado rematadas por un logotipo luminoso de “Botas” en minúsculas.

⁵⁰ Ver *Arquitectura*, Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, año 4, núm. 45, Madrid, 1962, pp. 20-23.

⁵¹ El *snack-bar*, separado de la zona de ventas por una mampara y dotado de un acceso directo desde la calle, tenía una barra recta con taburetes bajos y fondo de estantes luminoso así como un banco corrido a lo largo de la pared con asientos de piel y mesitas circulares, y compatibilizaba la iluminación procedente del techo “Rotterdam” con lámparas colgadas, todo sobre una gama de tonos verdes. La combinación del gran almacén y *snack bar* representó en Asturias una popular propuesta: hasta la fecha, este tipo de bares solían constituir instalaciones independientes o aparecían integrados en establecimientos hoteleros como el Hernán Cortés de Gijón, que en 1956 promocionaba su “bar americano”, muy similar al de Botas. Ver SUÁREZ BOTAS, Gracia, *Hoteles...*, opus cit., pp. 108-109.

⁵² Las instalaciones las bendijo Vicente Enrique y Tarancón ante la presencia de los gobernadores civil y militar, el alcalde y el presidente de la Diputación. Ver *La Nueva España*, 23-V-1964 y 24-V-1964. El reportaje en el citado número 20 del *Boletín de Botas* incluye fotografías y recoge un discurso de Víctor Botas en el que afirmaba que la nueva tienda era “un exponente de este leal empeño de mejorar y acrecentar los servicios para dotar a Oviedo de un centro comercial a nivel europeo, así como de nuestra aportación al Plan de Desarrollo Económico”. La adhesión de Almacenes Botas al proyecto desarrollista se reconoce en numerosas declaraciones emitidas por sus propietarios a los medios o a través del boletín de empresa, basando el crecimiento de la firma en un deseo de equiparar el comercio asturiano al extranjero y una voluntad de servir al avance económico y social de la región.

⁵³ Datos sobre estas reformas en *Boletín de Botas*, núm. 21, agosto de 1964, p. 5 y núm. 23, octubre de 1964, p. 16.

⁵⁴ Hacia 1970 los Almacenes Botas contaban con secciones de hogar y menaje, confección y complementos de señora, caballero e infantil, boutiques para caballero y señora, sastrería de “medida industrial” para hombre, modistería prêt-à-porter para mujer, tejidos, tapicería, bisutería, juguetería, perfumería, librería, discos, electrodomésticos y muebles, incluyendo un servicio de decoración para el hogar que ofrecía proyectos a la medida de los clientes.

⁵⁵ Apertura provisional en *La Nueva España*, 10-III-1968 e inicio de las obras en *Región*, 1-IX-1968.



Fig. 4. Interior de la "Nueva Tienda" de Almacenes Botas en Oviedo, proyectada por Javier Feduchi Benlliure e inaugurada en 1964: tres detalles de las zonas de ventas y el *snack-bar*. Fuente: Fondo Javier Feduchi Benlliure (Servicio Histórico del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid).

La flamante sucursal gijonesa fue inaugurada la tarde del 29 de mayo de 1970 ante un numeroso público⁵⁶: la prensa celebró la calidad y modernidad de un establecimiento de primera categoría, con numerosas secciones⁵⁷, que tenía su mejor

carta de presentación en un interiorismo heredero de las líneas trazadas previamente en Oviedo y en las Galerías Preciados de Éibar, Arapiles y Callao⁵⁸. Se emplearon muebles desmontables y transformables de paneles de aglomerado con re-

⁵⁶ Datos sobre la apertura en *El Comercio*, 30-V-1970, *Región*, misma fecha y *La Nueva España*, 31-V-1970. Destaca el siguiente comentario: "Botas Gijón es uno de esos establecimientos que honran a las ciudades donde existen y que constituyen uno de los principales atractivos turísticos en las capitales europeas" en *La Voz de Asturias*, 30-V-1970. La campaña publicitaria "Cuenta atrás" alimentó durante los diez días previos a la inauguración la expectación de los gijoneses, exaltando la juventud de la firma Botas, su cosmopolitismo y su espíritu de servicio social. Sorprende un anuncio en el que se hace uso consciente de diversos anglicismos como alarde de rabiosa actualidad: "Dotaremos a Gijón de la gran tienda especializada más moderna de España (...) Y a la vez que moderna y grandiosa, nuestra gran tienda especializada será la más bonita, elegante, coqueta, personal, acogedora, grata, íntima, *in, pop, camp*, sintetizada en sus singulares boutiques". *El Comercio*, 26-V-1970.

⁵⁷ Inicialmente Botas Gijón incluía secciones de señoras, caballeros, infantil, complementos, sastrería, textil hogar, tienda juvenil, menaje, tejidos, decoración, electrodomésticos, juguetería, discos, librería, etc. Para el diseño de la oferta de productos se realizaron estudios previos que analizaron y revelaron las necesidades y preferencias del público gijonés. Ver catálogo *Botas*

Gijón. Nuevo Centro Comercial, sin fecha (¿1970?), se conserva una copia en el Fondo Javier Feduchi Benlliure del Servicio Histórico del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (FJFB).

⁵⁸ En Botas Gijón la decoración corrió a cargo de Javier Feduchi, Miguel Senén (diseñador) y Blanca Pons-Sorolla (interiorista). Ver *Arquitectura*, Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, año 13, núm. 146, Madrid, 1971, pp. 35-38. Tanto en las Galerías Preciados de Éibar y Arapiles como en la reforma de Botas en Oviedo, Javier Feduchi empleó un lenguaje decorativo claramente rectilíneo basado en elementos bien ortogonales (estantes, anaqueles y techos de Éibar y Oviedo), bien poligonales (artesonado y estantes hexagonales de Arapiles). En la decoración de las Galerías Preciados de Callao, ejecutada en 1968, el arquitecto concedió más protagonismo al elemento curvo como "tema" decorativo, reconocible en los óculos, los pasamanos reduplicados de las escaleras automáticas y la sofisticada barra del bar. En Botas Gijón, la curva aparece en los espacios reservados a la sección de señora (muebles de pared de perfil sinuoso, huecos circulares para la luz del techo) y en la cafetería (bancos mullidos en hemicíclo, barra semicircular con rodapié tubular metalizado y visera luminosa, ventanales-óculo muy derramados). La sucursal gijonesa podría ser considerada la obra que



Fig. 5. Varias vistas del "Centro Comercial" de Almacenes Botas en Gijón, inaugurado en 1970, proyectado por Javier Feduchi Benlliure: la fachada de la calle de los Moros, tres detalles de la sección de señora y a la derecha, interior de la cafetería. Fuente: Fondo Javier Feduchi Benlliure (Servicio Histórico del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid).

vestimiento plástico, concediendo gran importancia al mueble de pared –estantes corridos, módulos en cuadrícula– dada la naturaleza alargada de la tienda y también se introdujeron "góndolas", puestos exentos y tenderetes promocionales, fomentando la manipulación y preselección de los productos por los compradores (Fig. 5). Además se recurrió a diversos colores y sistemas de iluminación para crear ambientes con carácter propio⁵⁹.

A ambos lados del mostrador: algunas notas sociales acerca de Almacenes Botas.

Hemos de tener en cuenta que los amplios espacios con que los Almacenes Botas fueron dotándose durante décadas⁶⁰ acogieron un im-

portante capital humano que creció en paralelo al avance de la firma. Las cifras hablan por sí solas: de la media docena aproximada de empleados con que contaría la tienda de Juan Botas Roldán II en 1918 se pasó en apenas quince años a 14 trabajadores⁶¹. En plena posguerra los Almacenes Botas tenían a su cargo medio centenar de empleados de ambos sexos, si bien entonces los hombres debían ser mayoría⁶². Llegado 1953, la plantilla rondaba las 80 personas⁶³, y diez años más tarde la cifra rozaba las 120, con un importante porcentaje de dependientas, reflejo de la creciente incorporación femeni-

recoge y sintetiza los hallazgos de Feduchi tras una primera década como proyectista de grandes almacenes.

⁵⁹ Las diapositivas en color conservadas en el FJFB del Servicio Histórico del Colegio de Arquitectos de Madrid dan cuenta del empleo del color blanco, azul y naranja, así como de los efectos de la luz, su intensidad y orientación.

⁶⁰ A mediados de la década de 1970 los establecimientos de Almacenes Botas en Oviedo y Gijón dedicaban cada uno en torno a 3000 m² a la venta al público, y junto a las oficinas, sala de compras y almacenes sumaban 10.000 m² aproximadamente. Ver *Boletín de Botas*, núm. 125, febrero de 1975, p. 11.

⁶¹ En el reportaje de *La Esfera* de julio de 1918 son retratados cuatro varones adultos; suponiendo la existencia de algún otro empleado no incluido –aprendiz de dependiente, mozo de carga o chico de los recados– la plantilla no debía llegar a diez integrantes. El número de trabajadores en la década de 1930 aparece citado en el *Boletín de Botas*, núm. 143, junio-julio de 1977, p. 16, dentro de una cronología conmemorativa y publicitaria de la tienda.

⁶² Ver *ABC*, 16-IX-1945, donde se citan casi como excepcionales "cuatro cajas con lindas damitas, en donde el pagar es delicia". Refiriéndose a la década de 1940, una antigua empleada de Botas afirmaba: "Entonces éramos solamente dos señoritas vendedoras". Ver *Boletín de Botas*, núm. 54, junio de 1967, p. 5.

⁶³ En enero de 1953 la tienda contaba con 80 empleados, según un anuncio en *La Nueva España*, 15-I-1953.

na al sector servicios durante los sesenta⁶⁴. La apertura de la sucursal de Gijón en 1970 añadió 130 personas a la plantilla de Anónima Botas Roldán, alcanzándose pocos años después los 360 trabajadores⁶⁵, denominados por la casa comercial como “colaboradores” de forma manifiestamente eufemística. La iniciación laboral podía producirse tempranamente: en el caso de los varones, a partir de los doce años⁶⁶. Las mujeres también empezaban muy jóvenes, desde los dieciséis años, pero frente a las longevas vidas profesionales de sus compañeros, las trabajadoras solían desarrollar carreras de breve duración pues era habitual que la población femenina abandonase su trabajo remunerado al contraer matrimonio, tendencia que empezó a decaer a mediados de la década de 1970.

Cuando la empresa contrataba a un nuevo empleado éste quedaba inserto en una compleja maquinaria dotada de dispositivos destinados a garantizar por un lado la disciplina y el control de la posible conflictividad laboral, y por otro asegurar la felicidad del trabajador y su realización dentro de la “familia”. Las obligaciones de los empleados quedaban recogidas —al menos desde la década de 1960— en un severo libro de normas que incluía recomendaciones culturales, espirituales e incluso higiénicas⁶⁷. Por

su parte el *Boletín de Botas*, revista dirigida a los empleados y planteada a la manera de un órgano, funcionaba como un discreto vigilante panóptico, informativo y disciplinario⁶⁸. El espíritu paternalista de la política laboral de Almacenes Botas se define plenamente a partir de 1959, año de fundación del Botas Club, un club de empresa que aglutinaba a los empleados en las iniciativas más variopintas⁶⁹, todas destinadas en última instancia a consolidar los lazos entre compañeros y potenciar el sentimiento de pertenencia a la firma. Durante la década de los sesenta también se ponen en marcha programas de formación para empleados de todas las categorías⁷⁰, bajo una estricta planificación, y se constituye el ambicioso Programa Social Botas (PSB) de ayudas económicas a los empleados⁷¹.

⁶⁴ Entre diciembre de 1962 y enero de 1964 el *Boletín de Botas* ofreció un reportaje fotográfico de la plantilla del gran almacén ovetense incluyendo los departamentos de administración, expedición, estudio y centralita, así como las secciones de venta de caballeros, lanas y sedas, niños, prêt-à-porter, perfumería, tapicería-alfombras y por mayor. La suma de los retratados en dicho reportaje asciende a 118 personas: 63 varones y 55 mujeres. Asumiendo posibles variaciones mensuales en la plantilla, parece razonable pensar que a inicios de 1964 ésta alcanzase los 120 empleados.

⁶⁵ Sumando los trabajadores de Oviedo y Gijón. Ver PÉREZ GONZÁLEZ, Jesús A., *El barrio de Uria en Oviedo. De arrabal de enlace a centro comercial de Oviedo*, Colegio Oficial de Arquitectos de León y Asturias, Oviedo, 1977. p. 74.

⁶⁶ *Boletín de Botas*, núm. 26, enero de 1965, p. 5; núm. 27, febrero de 1965, p. 5 y núm. 28, marzo de 1965, p. 6.

⁶⁷ Hemos tenido acceso a un libro de normas sin fecha (¿hacia 1965?) cuyo contenido podría ser copia de ediciones previas. Las reglas comprendían la conducta de los empleados, sus obligaciones, las relaciones entre compañeros y el trato que había que dispensar al público. Destacan máximas como “La atención en el servicio es nuestra religión comercial” (p. 5), “El interés de la Casa es el supremo bien al que deben subordinarse todos los demás” (pp. 5-6) o “Vea como ambas vidas —la del negocio y la de usted— están tan fundidas y enlazadas que vienen a ser una sola” (p. 10). Se prohibían el tuteo y las propinas, rasgos que denotan el estilo comercial refinado que cultivaba la firma.

⁶⁸ En junio de 1962 se inicia la publicación continuada del *Boletín de Botas*, con periodicidad mensual o bimensual, hasta 1978. Orientada a los trabajadores, esta revista gozó de difusión fuera del gran almacén. Ver *Boletín de Botas*, núm. 88, enero de 1971, p. 7. Sus páginas, aparte de incluir noticias y curiosidades, albergaban secciones destinadas a evaluar el rendimiento de la plantilla y denunciar comportamientos “indeseables”, así como entrevistas a los trabajadores, reportajes fotográficos de las actividades del club de empresa y recordatorios de las normas.

⁶⁹ El Botas Club nació con el apoyo de la directiva y el objetivo de estimular el desarrollo físico, intelectual y afectivo de sus empleados dentro del marco de la empresa. De los 60 miembros con que contaba en su primera reunión el 1 de mayo de 1959 pasó a 300 en 1970. Ver *Boletín de Botas*, núm. 9, abril de 1963, p. 16 y núm. 142, abril-mayo de 1977, p. 3. El club contaba con biblioteca, coro mixto, equipo de fútbol masculino y organizaba concursos, excursiones, proyecciones de películas y conferencias: como ejemplo, en 1964 Magín Berenguer habló a los empleados sobre arte prerrománico asturiano y Jose María Martínez Chachero dedicó una charla a autores literarios asturianos.

⁷⁰ Tradicionalmente los aprendices adquirían de una manera informal diversas destrezas bajo los consejos o la supervisión de algún superior o jefe de sección, pero hacia 1950 los Almacenes Botas introducían un embrionario plan de formación organizando cursos de ventas para sus empleados. Ver *Boletín de Botas*, núm. 18, marzo-abril de 1964, p. 7. Entre 1965 y 1975 Luis Botas Rezola potenció la preparación del personal aumentando considerablemente la oferta formativa: los cursos de pre-ingreso, de aprendizaje de las normas, de técnica de ventas, de cálculo, de conocimiento de las mercancías, de idiomas, etc. se impartían en las horas de trabajo e iban dirigidos a toda la plantilla.

⁷¹ El PSB, otro proyecto de Luis Botas Rezola, arrancó en enero de 1969 perviviendo durante la década de los setenta. Consistía en un conjunto de prestaciones concebidas como complemento a los salarios de los trabajadores, que se asignaban en función de su situación personal: incluía becas escolares, ayudas para la adquisición de viviendas y “dotes” entregadas exclusivamente a las mujeres en el momento en que causaban

Paralelamente, los Almacenes Botas también encabezaron numerosas iniciativas “de cara a la galería” destinadas a reforzar su vínculo con los compradores asturianos y alimentar una concepción de la empresa como institución cultural más allá de su mera función comercial. Por ejemplo, sus amplios escaparates funcionaron como interesantes agentes para la difusión masiva y gratuita de las últimas tendencias artísticas de la vanguardia nacional y extranjera, acogiendo ocasionalmente exposiciones de pintura, fotografía y rompedores montajes publicitarios⁷². En un nivel más prosaico y juvenil los Almacenes Botas conformaron un escenario propicio para la forja de nuevos mitos *pop* y de un incipiente “fenómeno *fan*”, en los años de consagración plena de una sociedad de masas asturiana, a través de las firmas de discos⁷³. Por último, destacaremos la puesta en marcha de acciones sociales como la entrega de becas para el estudio o la celebración de desfiles de moda benéficos, que reflejan un afán por consolidar la imagen pública de estos grandes almacenes como una firma munificente y comprometida⁷⁴.

baja para casarse. En 1969 el PSB destinó 1.133.335 pesetas a sus empleados, cifra que aumentó en sus ediciones de 1970 y 1972.

- ⁷² El uso de espacios comerciales para exhibir obra artística ya era frecuente a principios del s. xx. En palabras de Tielve: “Las exposiciones llevadas a cabo en bazares y comercios de los distintos municipios resultaban especialmente numerosas. Éstos, siguiendo una política de estrategia comercial, prestaban el interior de sus establecimientos con este fin, o cuando menos sus escaparates. Hay que considerar que, además de contribuir a la promoción de la producción artística, para estos comercios la exposición suponía una fuente de prestigio e indirectamente de beneficios económicos”. Ver TIELVE GARCÍA, Natalia, *Pintura contemporánea en Asturias. Su trama entre 1898 y 1936*, Trea, Gijón, 2005, p. 44. En lo que concierne a los Almacenes Botas, el 30 de marzo de 1961 los escaparates de la tienda de Uría inauguraban la “I Exposición El Arte y La Moda” con el fin de “difundir esta pintura española que ha triunfado en todo el mundo”: en dicha muestra colaboraron artistas como Antonio Suárez, Genovés, Zóbel, Mompó, Sempere o Juana Francés. *La Nueva España*, 28-III-1961. Un año más tarde, los mismos expositores acogían la serie fotográfica “El Mundo de El Fontán” de Alberto Schommer. *Boletín de Botas*, núm. 4, octubre-noviembre de 1962, p. 3. Como tercer ejemplo de difusión de nuevas tendencias estéticas citaremos el llamativo escaparate de inspiración *op-art* que se mostró al público en abril de 1966, anunciado así: “Euromoda. Moda Op-art (...) divertida, nueva...revolucionaria”. *La Nueva España*, 5-IV-1966.
- ⁷³ La sucursal de Oviedo acogió las visitas, a veces multitudinarias, de estrellas *pop* nacionales alineadas con la tendencia *beat* inglesa, como Juan y Junior (1967), Los Brincos (1968) o Shelly y la Nueva Generación (1968).
- ⁷⁴ La Beca Juan Botas Roldán iba dirigida “a todos los alumnos matriculados en el Profesorado Mercantil”

Epílogo fugaz: los últimos años y el fin de Almacenes Botas (1975-1987).

En 1975, coincidiendo con una renovación de las secciones, decoración e instalaciones de los locales de Almacenes Botas en Uría⁷⁵, la firma Galerías Preciados, entonces en lo más alto de su febril crecimiento, inauguraba una enorme sucursal en Oviedo⁷⁶ pasando por alto la promesa de su fundador Pepín Fernández de no instalarse nunca en Asturias como señal de gratitud y lealtad a la familia Botas⁷⁷. Su llegada fue recibida por el gran almacén asturiano con temor y una manifiesta hostilidad⁷⁸, y desencadenó una crisis acentuada con la posterior apertura en Asturias de fórmulas innovadoras como hipermercados (Híper en Siero, Alcampo en Gijón) y centros comerciales (Salesas en Oviedo). La década de 1980 asiste a la decadencia de Almacenes Botas: en 1986, bajo la nueva razón social Botas Armentia S.A.⁷⁹, la empresa lleva a cabo un último intento por mantenerse, abordando una costosa reforma integral de sus tiendas de Oviedo y Gijón, tarea confiada a Dula Ibérica, rama española de una compañía alemana especializada en la

sin medios económicos. *Boletín de Botas*, núm. 14, octubre-noviembre de 1963, p. 5. Los desfiles de moda benéficos constituían distinguidos eventos sociales, celebrados en hoteles o salas de fiesta y comportaban el pago de un donativo. Ver *La Nueva España*, 29-IV-1961 (Cruz Roja) y 15-XI-1968 (Asociación Española Contra el Cáncer).

- ⁷⁵ Acometidas las citadas reformas, la empresa afirmaba: “el centro Comercial de Oviedo podemos decir que es otro nuevo, puesto que con la misma capacidad total y el mismo número de secciones (...) aparece con un aire totalmente renovado, al cual se añade, por último, la novedad y confort de la refrigeración”. Ver *Boletín de Botas*, núm. 129, julio-agosto de 1975, pp. 8 y 9.
- ⁷⁶ El 15 de mayo de 1975 Galerías Preciados inaugura su sucursal ovetense –obra de Javier Feduchi y Francisco Bassó– en la misma calle Uría. A mediados de ese año la empresa contaba con numerosos grandes almacenes repartidos por España: Badajoz, Barcelona (Jorba-Preciados), Bilbao, Cádiz, Córdoba, Éibar, Granada, Jaén, Madrid (Arapiles, Callao y Goya), Murcia, Oviedo, Las Palmas de Gran Canaria, Palma de Mallorca, Sevilla, Tenerife, Valladolid y Zaragoza, siendo inminentes las aperturas de Vitoria y Alicante. *Boletín de Galerías Preciados*, núm. 242, julio de 1975, pp. 1-9.
- ⁷⁷ Sobre la relación entre los Botas y Pepín Fernández ver CUARTAS, Javier, *Biografía...*, opus cit., pp. 571-573.
- ⁷⁸ Anuncio elocuente: “Botas sigue en su sitio. Tradición asturiana de distinción”, *La Nueva España*, 18-V-1975.
- ⁷⁹ En esta fase final los Almacenes Botas estaban bajo la supervisión de Santiago Botas Armentia, hijo de Luis Botas Rezola.

proyección de espacios comerciales⁸⁰. Tras una intensa campaña publicitaria de tono desenfadado y rupturista, en junio y septiembre de 1986 tuvieron lugar las reinauguraciones de los establecimientos de Gijón y Oviedo dentro de un clima de aparente optimismo⁸¹, pero apenas un año más tarde los medios de comunicación se hacían eco de la crítica situación financiera de la firma, que pronto derivó en el

inevitable cierre de los locales de Almacenes Botas y el fin de la empresa⁸²: Asturias perdía entonces a un emblema de su historia reciente que más allá de su absoluta relevancia en el sector comercial marcó durante décadas su distintiva impronta en el siempre cambiante paisaje urbano y en los actos cotidianos de varias generaciones de trabajadores y consumidores.

⁸⁰ La compañía cuenta con página web activa: www.dula.de [30-XI-2013; 14:25]. Los proyectos de Dula Ibérica apostaban por el empleo de un mobiliario ligero y de líneas rectas, dentro de una concepción espacial en la que abundaban las trayectorias diagonales y los chaflanes. En Oviedo además se restauró la fachada del edificio *déco* de Palacio Valdés nº 13. AMO, Expediente 1217-860148.

⁸¹ Los eslóganes lanzados en prensa (*La Nueva España*, *El Comercio*) entre junio y noviembre de 1986 evocaban el distintivo carácter “múltiple” de los locales de Oviedo (“Botas. Tienda de tiendas” y “Botas. Laberinto de Moda”), aludían al renacimiento de la firma (“Botas. Transformación” y “Botas. Energía”) y ocasionalmente bromeaban en un tono coloquial casi políticamente incorrecto acorde con los tiempos (“No te cortes, ven a... Botas” y “Botas. Tráfico de moda”). La reinauguración del establecimiento gijonés se produjo el 25 de junio de 1986, con importante afluencia de público. Según informaba *El Comercio*, “el concepto general que preside este espacio comercial es el de la belleza unida a una gran capacidad de transformación interior adaptándose a las necesidades de cada promoción y temporada” (27-VI-1986). La reforma de Oviedo se inauguró el 10 de septiembre del mismo año (*La Nueva España*, 11-IX-1986), incorporando a las tradicionales secciones un videoclub –servicio entonces en boga–, una peluquería, una peletería y un stand de agencia de viajes.

⁸² En verano de 1987 la empresa hacía frente a una solicitud de quiebra por parte de proveedores, experimentando serias dificultades económicas y financieras, con unas deudas estimadas entre los 500 y 1000 millones de pesetas. *La Nueva España*, 21-VIII-1987. Los Almacenes Botas tenían entonces 152 empleados (98 en Oviedo y 54 en Gijón). *La Voz de Asturias*, 21-VIII-1987. El fin se desencadena en diciembre de 1987, cuando tras las protestas y encierros de trabajadores se anuncia el cierre de la empresa. Ver *La Nueva España*, días 2, 4, 5 y 6-XII-1987.