
Empresa

Gabriela Pallares: vivienda y arquitectura corporativa para esquivar la crisis uruguaya

La arquitecta recuerda como, igual que ocurrió en España en 2008, el sector se paró en Uruguay en 2002, lo que le obligó a diversificar y aventurarse en nuevos segmentos como la reforma de *showrooms* de grandes compañías.

Alba Gil
15 ene 2019 - 04:54



Vivienda y arquitectura corporativa. Estas fueron las tablas de salvación de Gabriela Pallares cuando, en 2002, Uruguay se sumió en una crisis “equivalente a la que se vivió en España en 2008 y que se extendió a nivel regional”. “Muchos colegas tuvieron que emigrar y otros nos reacomodamos”, recuerda Pallares. Hoy, la arquitecta trabaja para marcas como Peugeot, Honda o Chevrolet, aunque su *core business* continúa siendo el sector residencial.

“El mercado inmobiliario de Uruguay y de su capital han crecido mucho y han recibido durante los últimos diez años grandes inversiones, especialmente de

compañías argentinas”, asegura. Pero apostilla: “dependemos mucho del capital de otros países”.

La arquitecta señala que **el real estate nacional se ha potenciado gracias al impulso del Gobierno**, que fomentó la construcción de nuevos activos, especialmente en barrios de la periferia. Es precisamente en una de estas áreas, en la que abundan grandes viviendas unifamiliares, donde Pallares está trabajando actualmente en un nuevo proyecto.

Desde 2012, Pallares ha abierto otra línea de negocio: la reforma de *showrooms* de grandes compañías, como las automovilísticas Peugeot, Honda o Chevrolet o la editorial Santillana. En total, Pallares ha trabajado en proyectos para clientes de España, Argentina, India, Reino Unido y Estados Unidos.

“Uno de los proyectos que más disfruto es hacer el *branding* físico a grandes marcas por la gran visibilidad que se le da nuestro trabajo”. Entre la cartera de clientes se encuentran también Benetton o la compañía de electrodomésticos Bosch.

Menos fronteras, más tecnologías

“Borrar fronteras, incorporar nuevas tecnologías y trabajar online”: esa es la receta de Pallarés contra la obsolescencia de su profesión. “Nuestra obligación es incluir todo tipo de avances tecnológicos, desde drones a inteligencia artificial o domótica, y proponerlos al cliente, al margen de que se acaben incorporando al proyecto o no”, opina.

De acuerdo con Pallares, **los arquitectos deben estar siempre al día de las nuevas invenciones e integrarlas en su trabajo**. El mundo laboral “es cada vez más online” y, a diferencia de otros estudios, donde todavía prevalece “la clásica imagen de todos los arquitectos juntos diseñando en una mesa”.