

ALEJANDRO CIDONCHA Y SANDRA PIÑERO, SOCIOS DE CORZO DE DIOS, ESTUDIO DE ARQUITECTURA

“Somos expertos en gestionar productos complejos”

Alejandro y Sandra empezaron midiendo locales para empresas inmobiliarias y fondos de inversión, mientras estudiaban. Trabajando también para algunas marcas. Así, de manera natural, más allá de la figura convencional del arquitecto fueron convirtiéndose en consultores inmobiliarios y de marcas. Podríamos decir que hemos generado nuestro propio escenario de oportunidades, siendo posible sólo por ser considerados personas y profesionales de confianza. La discreción es vital, pues la información en estos círculos muchas veces vale millones.

-¿Qué tipo de complejidades afrontáis a nivel urbanístico?

Ahora mismo hay otra mini-burbuja en Madrid: una muy concentrada y con un tipo de producto inmobiliario limitado, lo que hace que el valor se dispare. Si uno tiene una visión un poco más perimetral puede identificar un espacio con gran potencial. Con un estudio urbanístico adecuado (licencias, etc.), el entendimiento de la sociedad que lo habita y una intervención arquitectónica sobre ese espacio, puedes ofrecer un producto tan atractivo o quizá más. Además, estás reconvirtiendo otras zonas de la ciudad, generan-

do nuevas áreas de oportunidad, somos unos enamorados del modelo de concentración pero no podemos olvidar las condiciones de habitabilidad.

-Tener visión de ciudad.

Entender qué está sucediendo, a nivel urbanístico, es muy importante. Por ejemplo, ahora tenemos un cambio de estructuración de la ciudad en torno a la movilidad. Pero claro, en el centro de Madrid hay muchísima vivienda y oficina: hay que virar para buscar otros nichos en otros lugares, replantear los límites de la actividad y hacer todo más sostenible.

La mejora en la habitabilidad de la ciudad debe ir también de lo particular a lo general.

-Así se crean nuevos mercados.

¡Hay que buscar el nuevo Brooklyn! Evidentemente, se da un mayor riesgo, pero también ello conlleva un mayor beneficio. Entender cuáles son las necesidades de una sociedad que está en constante evolución huyendo de la actuación por repetición. Ahora bien: las rentabilidades también son mucho mejores porque realizamos análisis profundos, teniendo en cuenta aspectos que sólo se pueden observar desde un punto de



FOTO: MARIO MV

Sandra y Alejandro frente a una pintura de Tomás Pizá, el artista de cabecera del estudio

vista profesionalizado y especializado en el ámbito inmobiliario.

-¿Algún proyecto al que guardéis especial cariño?

La Iva. Era una nave de ganado, con bloques de hormigón y teja de uralita. Aprovechamos esa cimentación y su estructura, generando un espacio contemporáneo, pero con un guiño material a la arquitectura tradicional, para que quede integrado en el entorno. Muchas veces, en este tipo de proyectos, se suele pensar que el precio será mucho mayor de lo que termina siendo, porque la gente relaciona el precio con la especulación. Nosotros, al eliminar ese factor, conseguimos unos costes mucho más normales.

-¿Cómo es el trabajo para marcas?

Exige dedicación absoluta, una de las labores más interesantes es cómo adaptar a los diferentes países. No es lo mismo Japón que Panamá que Marruecos, está claro. Adaptarte culturalmente al entorno, hacer explorar al cliente sus necesidades y sus posibilidades: ser arquitectos éticos. Eso lo podemos relacionar con la arquitectura popular: hay que observar cuáles son los materiales típicos del lugar, qué es lo que se utiliza y adecuarle a ello. Nuestra visión, por tanto, es la de tener claros todos los aspectos, con una mirada lo más amplia posible, para darle al cliente exactamente lo que necesita.