

MALU GONZÁLEZ ESTUDIO PIELDEVACA

1988 TERMINA SUS ESTUDIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD Y PASA A FORMAR PARTE DEL EQUIPO DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD “PLAZA MAYOR” EN LA QUE TRABAJA TRES AÑOS EN EL DEPARTAMENTO DE MEDIOS.

1991 DIRECTORA DE PUBLICIDAD DE LA CUENTA EN ESPAÑA DE LAS MARCAS RELOJERAS SUIZAS: RAYMOND WEIL, KOLBERT, PAUL PICOT. DURANTE ESTE PERIODO SU ACTIVIDAD SE CENTRA EN:

-LA PROMOCIÓN DE ESTAS MARCAS, EN MEDIOS Y EVENTOS.

-EL DISEÑO DE LAS IMÁGENES CORPORATIVAS DE LAS NUEVAS MARCAS QUE ADQUIERE LA EMPRESA.

PARALELAMENTE Y COMO NIETA DE ABUELO CONSTRUCTOR, DESARROLLA UNA CURIOSIDAD AL PRINCIPIO, QUE DESEMBOCA MAS TARDE EN UNA PASIÓN, POR LA CONSTRUCCIÓN. EL MUNDO DE LA OBRA, EL DISEÑO DE LOS ESPACIOS, EN COMO SE MOVERÁ LA PERSONA QUE LOS HABITE... LE LLEVAN A MATRICULARSE EN LA ESCUELA DE ARQUITECTURA DE INTERIORES DE MADRID IADE.

1998 EN SEGUNDO DE CARRERA REALIZA UN PROYECTO PARA LA OBRA REFORMA DE UN ÁTICO EN MADRID, QUE FUE ALABADO Y PUBLICADO EN VARIOS MEDIOS.

2002 AL TERMINAR LA CARRERA ES NOMBRADA RESPONSABLE DE LA OBRA Y DISEÑO DE INTERIOR DEL GIMNASIO “FISICO” DE MAJADAHONDA.

**ANECDOTA:** CUANDO ME PROPUSIERON EL TRABAJO, ME LLEVARON AL SOLAR EN MAJADAHONDA DE 30.000 M2 Y ME DIJERON “ESTO TIENE QUE SER EN 1 AÑO UN GIMNASIO”

PERO CUANDO ME ENTREGARON LOS PLANOS AQUELLO ERA UN POLIDEPORTIVO DE PUEBLO DE 9.000 M2 EN MEDIO DE UN POLIGONO.

“MI MENTE DE PUBLICISTA SE PUSO EN MARCHA: NO CAPTAREMOS COMO CLIENTE AL PÚBLICO OBJETIVO DE LA ZONA (CLASE MEDIA-ALTA/ALTA) CUANDO ADEMÁS QUÍ YA EXISTEN GIMNASIOS DE LUJO.”

MI PROPUESTA ANTE LA JUNTA DE ACCIONISTAS FUE ACEPTADA, Y SE AÑADIERON AL PROYECTO:

- 1 CAFETERÍA, QUE ADEMÁS SE CONVIRTIÓ EN EL PUNTO DE ENCUENTRO DE LA ZONA NO SOLO DE LOS CLIENTES DE FÍSICO. (AL AÑO SE AMPLIÓ AL DOBLE Y SE AÑADIÓ UNA TERRAZA EXTERIOR.)
- UN CENTRO DE ESTÉTICA (DE GRAN ACEPTACIÓN POR SUS INNOVADORES TRATAMIENTOS)
- UN SPA QUE PARA EL MOMENTO ERA ALGO INNOVADOR EN UN GIMNASIO.
- VESTUARIOS QUE IBAN A RECIBIR A MUCHO PÚBLICO AL MISMO TIEMPO SE SEPARARON EN ADULTOS Y NIÑOS, Y SE RESOLVIERON EN ESPACIOS DE FORMA QUE NO COINCIDIESEN MAS DE 8 PERSONAS A LA VEZ.

1 PISCINA PARA NIÑOS, 1 PISCINA PARA ADULTOS, 1 PISCINA EXTERIOR PARA ENTRENAMIENTO PROFESIONAL.

-CANCHAS DE PADDLE, FUTBOL 7, APARCAMIENTOS, Y

**REALIZA ADEMÁS PARA EL GIMNASIO:**

-BUSQUEDA DEL NOMBRE E IMAGEN CORPORATIVA

-EL DISEÑO DE LOS UNIFORMES DE LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS.

\*EL ÉXITO DE FÍSICO FUE TAN GRANDE QUE A LOS DOS AÑOS ABRIERON UN NUEVO CENTRO EN LA ZONA DE MONCLOA EN MADRID.

A PARTIR DE ESE MOMENTO LOS PROYECTOS QUE SURGIERON FUERON DE LO MÁS VARIADO:

VIVIENDAS, RESTAURANTES, HOTELES, GASOLINERAS, OFICINAS, STANDS DE LANCIA FERIA DEL AUTOMOVIL, CORNERS PARA EL CORTE INGLÉS...

FUE PORTADA ANIVERSARIO DEL NUMERO 100 DE HABITANIA (ME TITULAN “DECORAR CON PASION”), Y ELEGIDA ENTRE LOS 10 MEJORES INTERIORISTAS DEL MOMENTO POR LA REVISTA NUEVO ESTILO....ETC