



Cortesía de Atlantic Wallpaper & Décor

Hay muchos diseños diferentes disponibles.

VIENE DE LA 16A

PAPEL PINTADO

el tapizado y los muebles”, agrega Quinn.

En Graham & Brown se ofrece una aplicación que utiliza la cámara del teléfono inteligente de un individuo y un programa de realidad aumentada para superponer diferentes papeles en las paredes de la casa. “A mucha gente le cuesta trabajo visualizar cómo se vería un papel pintado en su casa —comenta Kemp—. La tecnología es una gran ayuda. Uno también puede buscar en las redes sociales o acceder a sitios web o revistas en internet para inspirarse. Nunca ha habido más oportunidades para la ins-

piración visual”.

Cuando usted cree que ha encontrado el papel perfecto: “Fije una muestra en la pared y viva con ella durante unos días —recomienda Kemp—. Mírela a diferentes horas del día para ver la luz”. Piense en qué pared va a colocar el papel, agrega Kemp. “Será un punto focal importante, así que piense en qué pared desea llamar la atención”.

“Asegúrese de usar colores y diseños que complementen la forma, el tamaño y la decoración de una estancia —sugiere Garey—. Los colores más oscuros hacen que las estancias grandes parezcan más

pequeñas y dan una sensación fresca y relajada; los colores claros hacen que la estancia se vea más grande y crean una sensación de calidez. Los diseños florales o repetidos esconden mellas y otras imperfecciones, y se pueden usar para resaltar áreas más pequeñas. Los diseños grandes crean un ambiente acogedor e íntimo; los diseños pequeños crean una sensación de amplitud y hacen que los esquemas de color generales resalten. Las rayas verticales hacen que las paredes y los techos se vean más altos, mientras que las rayas horizontales alargan las estancias estrechas”.

EL TEMA DE LA TEXTURA

La textura es muy atractiva, afirma Quinn. Los fabricantes están incorpo-

rando materiales como cuentas de vidrio, corcho, mica, pizarra, bordados, cuerdas, metálicos y pieles falsas como serpientes, avestruces y manta rayas en los papeles pintados. “Podría tener un fondo y dos capas de textura encima —prosigue Quinn—. Parte del motivo por el que el papel pintado está volviendo es porque los fabricantes están produciendo muchos productos únicos”. Hay aplicaciones como pintura o blanqueado sobre el papel de empapelar. “El papel pintado detrás de la pintura da textura”, declara Quinn.

También es posible reproducir una foto, un cuadro o un dibujo digitalmente para crear un diseño propio, aclara Aouizerate, y agrega: “El papel pintado puede ser arte. Pero en

lugar de tenerlo solo en un lienzo, usted puede tenerlo en toda la pared”.

La diseñadora de interiores Eloise Kubli, propietaria de Collective Construction and Design en Plantation, ha seguido diseñando con papel pintado a lo largo de su carrera, incluso cuando otros lo evitaban. “Siempre he usado papel de empapelar —explica—. Es una forma muy rápida de actualizar una estancia. Es duradero y precioso y tiene una superficie táctil que no puedo lograr con pintura. Tiene profundidad y dimensión, y crea un aspecto único. Y muchos ahora están pintados a mano por artesanos talentosos”.

El papel de empapelar puede dar un aspecto llamativo e inesperado en el techo, dice Kubli. “Da mucha profundidad y carácter”.

“Estamos empapelando muchos techos: artesones con pan de oro y plata y metálicos brillantes”, indica Quinn, que también realiza una técnica en el techo que consiste en colocar un marco alrededor del perímetro de la estancia, introducirle una membrana de vinilo y aplicar calor. “Lo comprime y parece cristal —relata Quinn—. Hace que el techo se vea más alto y refleja lo que sea que veas. También se pueden instalar lámparas empotradas y ventiladores de techo”.

Otras ideas: “Cubra la isla de la cocina con un papel pintado con un diseño divertido que ya traiga el pegamento —sugiere Garey—. En una librería, pegue papel pintado llamativo detrás de las estanterías. Dé a la escalera un nuevo aspecto. Cubra las contrahuellas de los escalones con papel pintado con un diseño inesperado”.

TENDENCIAS

¿Qué está de moda?

Han desaparecido (en su mayor parte) los diseños tímidos y los papeles lisos

de antaño. “Ya no estamos vendiendo flores y senderos de hiedra —aclara Quinn—. Ahora la gente quiere texturas interesantes. Les encanta el brillo y el factor sorpresa. También les gustan los elementos geométricos y botánicos como las hojas de plátano”.

En Graham & Brown, las flores siguen siendo populares, pero a menudo en diseños impresionantes. “Motivos florales llamativos, estampados de hojas grandes y plantas carnosas que traen el exterior al interior —señala Kemp—. También los elementos geométricos. Y aunque todavía los gustos cambian de una zona a otra, estamos empezando a ver gustos y tendencias similares en todo el mundo”.

“A muchos latinoamericanos les encanta el lino —dice Aouizerate—. “Color y textura, pero sin diseño”.

“Las conchas de mica y de Cápiz se ven preciosas en las casas de Florida”, asegura Kubli.

CONSEJOS

Si piensa contratar a un instalador profesional, verifique las referencias y lea los comentarios en internet. Un individuo que quiere hacer el trabajo por sí mismo debe tener cuidado y prepararse correctamente.

“Apague la electricidad antes de quitar las tapas de los enchufes —advierte Garey—. “Use una esponja o un paño y un limpiador suave para eliminar la suciedad y el polvo de las paredes y deje que se sequen por completo”.

Arregle las imperfecciones y alise las paredes antes de aplicar el papel pintado.

UN DISEÑO PRECIOSO

El papel pintado puede ser una adición creativa y atractiva a la decoración de una casa. “Tiene una belleza inherente”, afirma Kubli.

“El papel correcto no pasa de moda”.

Los vendedores deben estar al tanto de las leyes federales de divulgación y discriminación

POR RON WYNN
Creators Syndicate

Hace muchos años, se creó una ley sobre la información que debe recibir un comprador, como un requisito obligatorio para el vendedor para la venta y transferencia de una vivienda o una casa para utilizar como inversión. El documento fue creado para revelar los problemas a veces obvios y otras no tan obvios de una propiedad.

Un comprador tiene derecho a saber todo lo que el vendedor sabe antes de comprometerse, con algunas excepciones. Aunque muchos problemas divulgados de manera inadecuada o no revelados rara vez darían lugar a una demanda importante, sin lugar a duda un problema que tiene que ver con drenaje, moho, contaminación o defectos de construcción podría ser enorme. A veces, a los vendedores les cuesta trabajo comprender el proceso de divulgación, y se sienten preocupados por una futura demanda.

Evitar problemas es realmente muy simple. Revele lo que sabe y ciertamente revele cualquier cosa que de alguna manera pueda hacer que la propiedad sea menos deseable, menos valiosa o propensa a reparaciones adicionales, correcciones o aprobaciones del cumplimiento de los códigos. Revele infraccio-

nes de control de alquileres, anexos o conversiones no permitidas, o simplemente cualquier cosa que se haga en la propiedad que no cumple con el código o se hizo de una manera deficiente.

Todo suena muy lógico hasta que tenga en cuenta las leyes de vivienda justa y las reclamaciones por discriminación. ¿Sabía que la mayoría de los grupos de personas reunidas en un solo lugar que forman un grupo definible probablemente se sentirían discriminadas al ser llamadas por el nombre de ese gru-

“

UN COMPRADOR TIENE DERECHO A SABER TODO LO QUE EL VENDEDOR SABE ANTES DE COMPROMETERSE

po? Indudablemente, sugerir que una persona o grupo de personas cercanas a una casa podría suponer un ajuste en el precio de la propiedad o en su atractivo sería una infracción.

Tampoco puede hacer comentarios ni usar palabras en publicidad, descripciones o divulgaciones que puedan sugerir que una propiedad es adecuada o no adecuada para personas con discapacidad física. Por lo tanto, decir que una casa está a poca distancia de un mercado es discriminatorio porque sugiere que la casa es adecuada para

alguien que tiene la capacidad de caminar y sería menos adecuada para alguien que no puede caminar.

También podría sonar discriminatorio anunciar que la casa en venta está cerca de una iglesia católica o una sinagoga, o en una comunidad predominantemente judía, porque se segregaría a las personas con las mismas creencias religiosas. También se debe tener en cuenta no implicar ni sugerir directa o indirectamente que una casa es más adecuada para una familia con niños,

un interesado pierde una oportunidad de oro para comprar una joya inmobiliaria porque lo desanimaron y la compra resultó ser la mejor inversión del año? Pueden responder a un anuncio menos preciso. “Perfecta para los niños” también puede desalentar a quienes no tienen niños. Incluso eso es demasiado específico.

Siguiendo con las divulgaciones: uno no puede describir una residencia de recuperación o de rehabilitación en la zona; o una casa que es una especie de refugio para fumadores, bebedores, niños, desamparados, personas discapacitadas, personas con discapacidades mentales, personas que han sufrido maltrato físico, etcétera. Comprenda que la discriminación tiene que ver con la forma de describir a las personas. Sugerir que una casa o un estilo de vida es mejor o no tan adecuado debido a la existencia de cualquier ser humano o grupo de seres humanos es una infracción. Incluso divulgar la presencia de un delincuente sexual o alguien que fue liberado de prisión probablemente infringirá las leyes de vivienda justa.

Para más detalles, consulte las leyes de vivienda justa por Google o hable con un abogado de bienes raíces.

Para más información, llame a Ron Wynn al 310-963-9944 o envíe un email en inglés a Ron@RonWynn.com.



Inés Hegedus-García
2019 Residential President
MIAMI Association of REALTORS®

El arte de clase mundial impulsa el crecimiento comercial de Wynwood

El arte y la cultura pueden revitalizar los vecindarios y aumentar el valor de las propiedades; y no hay mejor ejemplo local que el vecindario de Wynwood en Miami. Wynwood se transformó de un tranquilo distrito de almacenes a una de las zonas más codiciadas de EE.UU.

Wynwood, que atrae a más de 2 millones de visitantes anualmente, ha tenido un auge en locales de oficinas desde 2018, parte del auge general de construcción de oficinas en Miami - el más grande desde 2009. Los turistas y los nuevos residentes impulsan el crecimiento de Wynwood.

Wynwood es ahora un ejemplo para los vecindarios aledaños que pasan por transformaciones similares. Desde Little Haiti hasta Allapattah, Wynwood ha marcado el paso del progreso.

Como destino de renombre internacional, el Distrito de las Artes de Wynwood cuenta con más de 70 galerías, museos y colecciones. Cada invierno, miles de personas acuden a Wynwood para asistir a Art Basel Miami Beach.

La metamorfosis de Wynwood en un destino de primera para restaurantes, arte y tiendas se remonta a 2004-2005, cuando el finado urbanizador, Tony Goldman, compró más de 25 propiedades. Entonces, los almacenes se vendían entre \$40 y \$100 por pie cuadrado. Goldman había liderado un renacimiento del distrito SoHo de Nueva York y de South Beach, y quería hacer lo mismo en Wynwood.

En 2008, Goldman permitió que un artista de Soho pintara un mural en uno de sus almacenes de Wynwood.

La famosa zona cultural donde se encuentran los Murales de Wynwood celebra actualmente su décimo aniversario con una enorme exposición retrospectiva colectiva con obras previas y actuales.

Los Murales de Wynwood comenzaron hace 10 años como una iniciativa para revitalizar el distrito de almacenes a través del arte callejero y el graffiti. Desde sus inicios, el área ha presentado obras de los mejores artistas callejeros.

Inés Hegedus-García
Avanti Way Realty
(305) 758-2323
ines@miamism.com

SouthFloridaOpenHouseSearch.com

Find your perfect home...

Search hundreds of Open Houses every weekend!
See photos, features & details in English, Spanish or Portuguese



Go to SouthFloridaOpenHouseSearch.com