

Expansión Casas y estilo de vida

Suplemento semanal/Nº 410

8 de abril de 2022

→ EXCLUSIVIDAD



Los barrios más caros de Madrid, Barcelona o Bilbao

→ MERCADO

La potencia inmobiliaria de los centros de datos



→ COMPRA

Así es la mansión más grande de Los Ángeles

DEFINICIÓN PROPIEDADES QUE RESPONDEN A LOS CRITERIOS MÁS EXIGENTES DEL MERCADO

Lujo verdadero

Triplex de estreno para disfrutar el Mediterráneo

Situada en Pedralbes, con vistas panorámicas a la ciudad de Barcelona y al Mediterráneo, esta propiedad de obra nueva del estudio de arquitectos Saota está dividida en tres plantas, además de dos sótanos, todas comunicadas por ascensor. En una superficie de 600 metros, sobre un terreno del doble, ofrece cinco dormitorios y otros tantos baños. Su jardín lo firma el paisajista Nuno Almeida. Tiene también a piscina desbordante y terraza con zona 'chill-out' con pérgola a medida, así como cocina exterior y comedor de verano. Vende Coldwell Banker por **9,5 millones de euros**.



Aunque la ubicación marca el 80% del valor de una casa, para ser 'premium' tiene que estar bien conservada y distribuida

Isabel Vilches, Madrid

Como el oro, no es lujo todo lo que reluce. A la hora de vender y de comprar, una ubicación exclusiva no es sinónimo de propiedad *premium*. “Dos de cada tres viviendas en zona *prime* no reúnen las características para ser considerada como tal”, considera Gonzalo Robles, CEO y cofun-

Dos de cada tres viviendas en zona 'prime' no reúnen las características de calidad

dador de Uxban, inmobiliaria enfocada en el diseño y promoción de residencias de alto *standing*. Si es condición *sine qua non*, “el 75 u 80% del valor de una residencia es la localización”, pero no la única: “Influye también el estado de la finca, la conservación del edificio y de las zonas comunes, que suele ser el mínimo; la forma

de la vivienda y su distribución”, explica. De ahí que no todas las casas sean señoriales por mucho pedigrí que dé el código postal. “El barrio de Salamanca también tiene muchas infra-viviendas, interiores, que dan a patios minúsculos...”, apunta.

Pasa a la página 2 >



Armonía entre fragilidad, translucidez y estabilidad

Compac. La colección ICE of Genesis del fabricante español ha sido galardonado con Best of the Best en los premios Red Dot Design. Un jurado de 48 profesionales eligen cada año los mejores productos del sector del diseño y la arquitectura y en esta ocasión han premiado una colección diseñada por Arik Levy y fabricada con cuarzo Compac. Inspirándose en los grandes lagos helados del Ártico, el artista ha creado una serie de diseños que recuerdan a la sensación producida al caminar sobre las placas de hielo: un equilibrio único entre translucidez, fragilidad y estabilidad.

La producción artesanal toma asiento

Pont. La marca de mobiliario exterior presenta Heritage, la primera colección de Mario Ruiz, Premio Nacional de Diseño 2016, para la enseña española. Tomando como punto de partida el trenzado artesanal de Pont, esta colección

pone de manifiesto el respeto por la producción artesanal, la innovación y la tradición mediterránea. Heritage está formada por piezas como sofás, butacas, sillas, taburetes, mesas auxiliares, mesas de comedor, tumbonas y 'daybeds'.



Espacios con energía positiva

VG Living. Ayer comenzó Casa Decor 2022 y el estudio de interiorismo de Virginia Gasch en colaboración con Culmia firma uno de los espacios. En él, la diseñadora busca llenar de energía positiva al visitante y

hacerle sentir bien. Ambas marcas se han unido para definir dos de las tendencias que hay en el mundo del interiorismo: la búsqueda del hogar como nuestro espacio de felicidad y la de rodearnos solamente de aquello que necesitamos.

ENTREVISTA RAQUEL CHAMORRO ESTRENA ESTUDIO EN EL MADRILEÑO BARRIO DE SALAMANCA

“El interiorismo es **belleza** y equilibrio”

Centrada en su parte más creativa, tras una etapa en la que se ha dedicado a la venta de muebles de diseño, Raquel Chamorro sueña con crear la escenografía de una ópera

Emelia Viaña, Madrid

La interiorista Raquel Chamorro está de estreno, ya que acaba de trasladar su estudio a una nueva ubicación, en pleno Barrio de Salamanca, en una finca de la calle Príncipe de Vergara. Esta declaración de intenciones tiene mucho que ver con su recorrido, pero también con sus expectativas, tras un periodo en el que se ha centrado en la venta de muebles de grandes firmas de diseño internacionales y en la que abandonó en cierta medida el mundo del interiorismo. “Me he mantenido al día en cuanto a tendencias o materiales, estudiando y aprendiendo, pero antes estaba más enfocada en una faceta más comercial y ahora estoy totalmente centrada en una parte más creativa”, explica Chamorro.

¿Qué tendencias ha detectado en el mercado desde su vuelta?

Ahora conviven diferentes estilos en un mismo espacio, elementos de orígenes y culturas distintas, incluso hay una mezcla de materiales. Queremos explorar la riqueza de esta mixtura y buscar el equilibrio dentro de un estilo ecléctico. Además, tras diez años de papeles pintados y azulejos tropicales, entran con fuerza los temas de animales divertidos y cobran mucha importancia las pinturas sobre pared o grafitis artísticos. Los colores verde carruaje, azul petróleo, mostazas o naranjas son pre-



De estreno, Raquel Chamorro inaugura espacio en la calle Príncipe de Vergara.

dominantes cuando se quiere romper visualmente un espacio. Y también he detectado que triunfa lo intemporal porque la gente no quiere hacer reforma cada cinco años.

¿Tiene hoy el cliente mayor poder de decisión?

Llega con tanta información que puede sentirse más bien abrumado. Nuestra obligación es escucharle, ordenar sus ideas e intentar crear un espacio que encaje en su forma de vida, más allá de esa imagen inspiracional que ha visto en una revista.

El sector vive un 'boom'. ¿No teme ser una más en un mar de oferta demasiado extenso?

El confinamiento ha generado un poco de aburrimiento acerca de nuestra propia casa y nos ha dado tiempo para repensar los espacios. Los clientes se informan mejor y por tanto son más exigentes a la hora de diseñar una vivienda o un negocio y llega al estudio teniendo muy claro que el interiorismo es una herramienta de marketing.

¿Hay que tener una sensibilidad especial para detectar esto?

Como en cualquier trabajo creativo, creo que sí, pero además en el caso del interiorismo considero que hay que captar entre líneas el mensaje del cliente, al que a veces le cuesta



La interiorista apuesta en los proyectos que firma por la mezcla de materiales, de estilos y de culturas. También, por recuperar piezas artesanas y obras de arte, que combina con muebles contemporáneos.

expresar sus deseos o gustos, hay que reconducir sus mensajes hacia una idea creativa que le genere emociones positivas.

¿Con qué tipo de trabajos se siente más cómoda?

Estudié historia del arte, ciencias de la educación, anticuariado y paleografía. Me gusta todo lo relacionado con el arte y la artesanía, así que siempre intento conservar piezas heredadas que a veces los clientes desearían, mezclar elementos clásicos con muebles contemporáneos y buscar en anticuarios o mercados especiales, con el objetivo de lograr un equilibrio en los espacios.

¿Rechazaría algún proyecto?

El *feeling* con un cliente se detecta rápido y es la situación ideal ya que hay que trabajar en equipo. A veces los clientes discuten entre ellos, nos tratan con malas formas o no tienen una idea básica del proyecto. Esas situaciones nos bloquean porque el interiorismo es belleza, es fluir, es equilibrio y se hace complicado construir sobre estos conceptos con alguien con quien no tienes empatía.

¿Y alguno que aceptaría incluso con estas dificultades?

He hecho decorados de televisión, pero mi sueño es una escenografía de una ópera, a poder ser, italiana.