

Busque adentro la revista dominical Galería 305

AHORRE \$173 EN CUPONES ADENTRO

LEON ACCESS
A SOCIAL SERVICE PROGRAM
PREGÚNTENOS CÓMO PUEDE CALIFICAR
305.642.5366
SERVICIOS SOCIALES Y ASISTENCIA ECONÓMICA

AÑO 46, No. 77
CONECTE ELNUEVOHERALD.COM

FACEBOOK.COM/ELNUEVOHERALD
TWITTER.COM/ELNUEVOHERALD

CADA DÍA,
PARTE DE TU VIDA

DOMINGO 13 DE JUNIO 2021

\$3.99

Parcialmente nublado
chubascos aislados
92°/78°

el Nuevo Herald



COCONUT GROVE

JOSE A. IGLESIAS | jgiglesias@elnuevoherald.com

PLAZA CENTRAL del nuevo CocoWalk, con una amplia oferta de restaurantes y tiendas que responden a los gustos más refinados de los miamenses, que valoran los nuevos diseños y el carácter de Coconut Grove.

Rostro nuevo para un bello rincón de Miami

POR SARAH MORENO
smoreno@elnuevoherald.com

Conocido por sus cafés al aire libre, la vibra relajada que conserva de su pasado hippie, sus escuelas privadas de alto estándar, sus residencias escondidas tras una vegetación espectacular, Coconut Grove es uno de los vecindarios más antiguos de Miami, ese que uno le enseña a sus amigos y familiares que visitan por primera vez el sur de la Florida cuando quiere probar que Miami es más que playas, arte urbano y sabor tropical.

Ahora, como otras zonas



JOSE A. IGLESIAS | jgiglesias@elnuevoherald.com

DAVID MARTIN, director ejecutivo de Terra, junto a la maqueta de Mr. C Residences.

de la ciudad, Coconut Grove se está transformando y recibiendo las nuevas tendencias en entretenimiento y compras, con restaurantes gourmets donde chefs de renombre como Michael Schwartz dejan su impronta, y boutiques pequeñas que lo mismo venden trajes de noche que la ropa casual que se ha puesto de moda después de la pandemia.

También está cambiando su perfil arquitectónico con edificios diseñados por arquitectos reconocidos que atraen a residentes de otras partes del sur de la Florida. Vienen buscando un estilo

VEA EL GROVE, 2A

COVID-19 EN FLORIDA

Los jóvenes pueden ser la fuente de contagios

POR BEN CONARCK
bconarck@miamiherald.com

Durante los peores días de la pandemia el año pasado, mientras el virus golpeaba a los hospitales del sur de Florida, los hospitales infantiles de la región se mantuvieron inquietantemente en calma.

Pero a medida que más adultos se han vacunado contra el virus, la carga de la enfermedad se ha

desplazado hacia los adolescentes y, con ello, hacia la atención de muchos expertos en salud pública. El índice de hospitalización por COVID entre las personas de 12 a 17 años volvió a aumentar en abril después de una caída en marzo, según un estudio reciente por los Centros de Prevención y Control Enfermedades (CDC) que abarcó 99 condados en 14 estados. Los adolescentes son hospitalizados por COVID con mucha menos frecuencia que los adultos, pero con más frecuencia que los niños, concluyó el estudio.

En los condados Miami-Dade y Broward, las autoridades de los hospitales infantiles dicen que el COVID pediátrico ha sido relativamente raro en sus instalaciones, aunque enfatizaron la necesidad urgente de que los adolescentes del sur de la Florida se vacunen. No es solo para proteger su propia sa-

La incidencia del COVID-19 entre los adolescentes es poco común, según las autoridades médicas, pero hay otras razones de salud pública por las cuales los jóvenes deben vacunarse.

VEA FLORIDA, 2A

VIENE DE LA 1A

EL GROVE

de vida de lujo relajado, en el que puedan trabajar, vivir y divertirse sin alejarse de la vista a la marina de Coconut Grove y a sus parques junto al mar.

El mejor ejemplo de la transformación del barrio es el nuevo CocoWalk, que después de dos años de renovación no se parece a ese *shopping center* pasado de moda, por el que algunos todavía tendrán cierta nostalgia de haber comprado en Gap o en Victoria's Secret, o bailado en Tu Tu Tango en los 1990.

Nada queda de aquellas escaleras que antes obstruían el paso en el centro comercial, que ahora tiene una ceiba de 60 pies en medio de la amplia plaza. Las entradas de las puertas de la calle Virginia tienen un puntal más alto, y ya no hay que pasar por un laberinto de oficinas para llegar al estacionamiento.

"Queríamos recapturar la magia y elevar el concepto para atraer a los turistas y a los locales", dice Irma Figueroa, directora senior de ventas y alquileres de Conras Company, una de las compañías detrás de la renovación de CocoWalk.

COCOWALK, CENTRO DEL NUEVO COCONUT GROVE

Sentada junto al árbol de la plaza de CocoWalk, que ha sido trasplantado de otra parte de la ciudad y puede ser un símbolo de cómo lo viejo puede complementar a lo nuevo, Figueroa resume las dos caras del vecindario.

"Es un mercado con mucho poder adquisitivo, y con una vegetación frondosa, donde uno puede ver pavorreales cualquier día", apunta.

La ejecutiva de real estate cuenta que su compañía identificó los cambios que se habían producido y que venían al vecin-

dario desde hace varios años. Los Cipriani, una familia italiana con gran tradición en la hostelería, eligieron Coconut Grove para abrir su primer hotel en Florida. Hoy Mr. C, elevado sobre pilares que son un homenaje a las casas de Stiltsville en la Bahía de Biscayne, es un punto focal en McFarlane Road, un diseño de la firma Arquitectonica adonde gravita la gente de Miami y los turistas.

Con la ventaja de que al lado está Harry's Pizzeria, de Schwartz, y Panther Coffee, un café *hipster* que se extiende desde Wynwood, y que ambos negocios dan la oportunidad de una salida en el barrio para quienes tienen un presupuesto ajustado.

"Miami se está transformando. No queremos ir al pasado", dice Figueroa, explicando los nuevos conceptos que busca CocoWalk, que se corresponde con los gustos más sofisticados del nuevo Miami. "Lo que había antes está totalmente obsoleto, nosotros vamos hacia el futuro buscando nuevas tendencias".

Con un concepto abierto, moderno y mixto, que incluye oficinas al frente —concepto que responde a la tendencia de que muchas compañías se están mudando para Coconut Grove—, el centro comercial tiene un restaurante vegano como el de Planta Queen, un local visualmente extraordinario, con ventanas altas y todo abierto, que ocupa el espacio del segundo piso que da a Grand Avenue.

Los miamenses también están suscriptos a una nueva tendencia en restaurantes y mercados, la de "farm to table", que prioriza los alimentos frescos y que estará presente en CocoWalk con Narbona Natural Foods, un mercado que proviene de Uruguay. Y a la vez quieren comerse una pizza en el ambiente fresco y casual de Mr. 01 Extraordinary Pizza, del chef napolitano Renato Viola, que ofrece una de



JOSE A. IGLESIAS | jgiglesias@elnuevoherald.com

MAXIME DISTENFELD, dueño de Edite Mode, una de las boutiques que estaba en el viejo CocoWalk y que regresó con la renovación.

las mejores pizzas del país, según la revista Food & Wine. "Narbona hace sus propios quesos, leches y pastas", apuntó Figueroa, que viajó a Uruguay para ver lo que ofrecía la compañía.

En cuanto a la oferta de tiendas, CocoWalk se suma a la tendencia de las boutiques que ofrecen una atención personal, en medio de una decoración de sala hogareña, aroma de velas y vestidos al alcance de la mano, como Edite Mode, fundada por el francés Maxime Distenfeld y su esposa, una diseñadora educada en Cuba.

"Somos una tienda de alta moda con precios razonables", dice Distenfeld, apuntando que Edite Mode ya estaba en Coconut Walk y quiso regresar al centro comercial en su nueva encarnación.

"Nos encanta que vengan una hija y una madre y que nos digan que pueden encontrar ropa para las dos. Es un momento que disfrutan juntas", cuenta Distenfeld, que dice que esta tienda sigue siendo "su bebé", aunque ya abrieron otras en Wynwood y Brickell City Centre.

DEMANDA PARA VIVIR EN COCONUT GROVE

Los proyectos de construcción también se ven en varios puntos de Coconut Grove, que ha sido tradicionalmente un vecindario que pone restricciones a la urbanización.

"Coconut Grove está en gran demanda", confirma el urbanizador David Martin, director ejecutivo de Terra Group, quien ha desarrollado varios proyectos arquitectónicos en el vecindario donde también se crió.

Grove at Grand Bay fue un proyecto de \$400 millones de solo 90 apartamentos, que se vendió muy rápido, rememora Martin, que en este momento está construyendo Mr. C Residences Coconut Grove, un proyecto de la familia Cipriani, del que ya se ha vendido el 70 por ciento.

El equipo de ventas de Mr. C Residences señala que hay muchos compradores locales interesados, algunos de Miami Beach, que vienen buscando una zona más tranquila y exclusiva para convertirla en su residencia permanente.

"Hay muchas personas que quieren vivir y trabajar aquí",

dijo Martin, explicando que en muchas ocasiones se trata de familias que se quedan con casas grandes de las que solo usan dos habitaciones, los *empty nesters*, y quieren comprarse apartamentos que estén en el centro de la ciudad, en zonas donde puedan caminar.

Como conocedor de las características del vecindario, "una comunidad muy intelectual y también muy activista, que no quiere desarrollo ni grandes cambios", Martin apunta que su compañía ha apostado por proyectos diseñados por arquitectos de prestigio internacional, "de menor densidad y mayor calidad".

"Es bueno para la comunidad porque representa menos impacto y mucho flujo de dinero en impuestos. Cada vez que los compradores se mudan a un edificio nuevo aumentan los impuestos y eso da dinero a la comunidad para ofrecer calidad de vida, para invertir en estructuras y proyectos de la zona".

Uno de los proyectos comunitarios a los que Terra aportó es Regatta Park, un parque de 17 acres frente a la marina, en el que los fines de semana se pueden ver a jóvenes jugando al fútbol, familias haciendo picnic y paseando a las mascotas.

Los espacios al aire libre del vecindario ahora tendrán una oferta de comercios a la que se puede llegar también por mar, Regatta Harbour, en Dinner Key.

"Es el lugar perfecto para relajarse después de un día en el agua", dijo Eddie García, de The TREO Group, la compañía encargada de este nuevo espacio, que ya tiene su primer cliente, el gimnasio Anatomy, que también tiene un club para que los niños se ejerciten y que en el verano inaugurará un restaurante de Grove Bay Hospitality.

Sarah Moreno: 305-376-2217, @SarahMorenoENH