

KioskoMas

# Woman

madame  
FIGARO

Nº 888 enero 2025  
5,50€ Canarias 5,65€  
woman.es

last minute  
IDEAS de  
REGALOS

la  
ModA  
que viene en  
2025



- Premios Woman -

## DENTRO DE LA FIESTA DEL AÑO

Judit MASCÓ • Kelly RUTHERFORD • Pina SÁNCHEZ • Sandra CHOI  
Begoña RODRIGO • Isabel SANCHIS • Desirée VILA • Manuel CARRASCO y  
Blanca SUÁREZ (EN PORTADA)



FRANCE 5,05 € UK 5,7 ITALY 7,20 € LUXEMBOURG 7,70 € THE NETHERLANDS 7,90 € USA & B. CANADA 8,50 € GERMANY 8,20 € SWITZERLAND 10,75 € BELGIUM 7,60 €

# j'adore

LE PARFUM

L'OR





**DIOR**



## Carta de la editora

Arantza Sarasola

*Es época de regalos*, como recoge este ejemplar de *Woman Madame Figaro*.

Los libros son una apuesta segura, y los de moda suelen aunar historias interesantes con imágenes poderosas. Es el caso del lanzamiento por la editorial Rizzoli de *The Battle of Versailles. The Fashion Showdown of 1973* que, a través de instantáneas de los prestigiosos fotógrafos Bill Cunningham y Jean-Luc Huré, y con una introducción que firma la modelo Pat Cleveland, narra la Batalla de Versalles.

Esta histórica gala benéfica, que incluyó actuaciones y desfile, se celebró en el que fuera el hogar de María Antonieta y supuso un duelo entre la moda francesa y la estadounidense que fue ideado por Eleanor Lambert, la también creadora de la Semana de la Moda de Nueva York. En el bando galo de la pasarela, Yves Saint Laurent, Christian Dior (con su diseñador de entonces, Marc Bohan), Emanuel Hungaro, Pierre Cardin y Hubert de Givenchy; y en el norteamericano, Óscar de la Renta, Anne Klein, Stephen Burrows, Bill Blass y Halston.

Otra obra que también se centra en imágenes es el homenaje a un gran fotógrafo de moda: *Peter Lindbergh. On Fashion Photography* (Taschen). El alemán, uno de los mejores artistas contemporáneos de la fotografía, es autor de inmortales retratos de tops como

Kate Moss, que aparece en la portada del volumen, Linda Evangelista o Christy Turlington.

Diane Keaton es también un icono. La actriz californiana es protagonista de *Fashion First* (Rizzoli), otra joya para exponer en la mesa del salón pues, no en vano, a este tipo de libros se les llama *coffee table books*, que podría traducirse como "libros para la mesita del café". Escrito por la propia musa de Woody Allen y con prólogo de uno de sus diseñadores de cabecera, Ralph Lauren, recurre a su carisma para repasar, desde su infancia, algunos de sus *looks* más memorables, incluyendo aciertos y patinazos.

Y, por supuesto, existen obras fabulosas dedicadas a diseñadores. Una de las más recientes, *Dolce&Gabbana: From the Heart to the Hands* (Rizzoli), lleva la firma de la historiadora de arte y moda Florence Müller, que ahonda en los archivos del dúo italiano para recoger su moda, su joyería y su artesanía como legado a la industria.

En España tenemos una rica tradición en este sector, como demuestra *Vestir es soñar: de Fortuny a Palomo* (Turner), de Luis Sala. Recorre cien años de historia, pasando por Cristóbal Balenciaga, Sybilla o Palomo Spain. Más amplio geográficamente es *Viaje a través de la moda* (Alba Editorial), en el que el periodista especializado Vicente Gallart, apoyado por las ilustraciones de Elena Mir, profundiza en diversos creadores, pero también en iconos como Grace Jones o David Bowie, deteniéndose además en estilos que han marcado el siglo XX y las dos primeras décadas del XXI. Este tipo de lectura no es exclusivo para adultos. También está al alcance de los niños gracias a colecciones como *Pequeña & Grande* (Alba Editorial), que es un compendio de deliciosas biografías ilustradas, firmadas por María Isabel Sánchez Vegara, entre las que encontramos las dedicadas a diseñadoras como Vivienne Westwood o Coco Chanel.

Diane Keaton es también un icono. La actriz californiana es protagonista de *Fashion First* (Rizzoli), otra joya para exponer en la mesa del salón.

# LANCÔME

PARIS

*La vie est belle*

LA NOCHE MÁS MÁGICA,  
EL REGALO MÁS ESPECIAL

EL  
ORIGINAL

NUEVO  
L'ELIXIR





## Portada

Foto **RICHARD RAMOS**. Realización **MARTA LASIERRA**. Maquillaje y peluquería **MARÍA VERANO** (Oned Off Artists) para Guerlain. La actriz **BLANCA SUÁREZ** lleva traje chaqueta y corbata EMPORIO ARMANI, y anillo Seventies en oro blanco y diamantes DINH VAN PARIS.

## Inspírate

**10** Con luz propia, la moda se llena de BRILLOS.

**18** De pequeña a GRAN IDEA.

**20** En PORTADA, el look de fiesta de Blanca Suárez.

## arte&cultura

**26** CELEBRAMOS el talento en la VIII edición de los Premios Woman.

**40** ¡HOLA 2025!

**46** LA VOZ de Talía del Val.

## Moda

**54** BLANCA SUÁREZ ya no es la pequeña de la clase.

**62** REGALOS last minute.

**70** HOT 2025.

## belleza

**88** FOCO en la mirada. Los ojos son los protagonistas.

**94** En BUENAS MANOS.

**102** LUCÍA POMBO nos explica cómo cuida su melena de altura ENLACE AL CANAL

## Living

**118** La FIESTA del talento.

**132** HOTELES, una gran experiencia más allá del confort.



PRENSA  
IBÉRICA

# woman

madame  
FIGARO

Edita Ediciones Reunidas S.A.U.

Directora: **Mayka Sánchez Pastor**

Subdirectora: **Andrea Arabia**

Director de Arte: **Raúl Celestino** [rcelestino@woman.es](mailto:rcelestino@woman.es)

Directora de Moda: **Marta Lasiera** [mlasierra@woman.es](mailto:mlasierra@woman.es)

Redactoras Jefas: **Myriam Serrano** [mserrano@woman.es](mailto:mserrano@woman.es) (Barcelona) y **Marta Bonilla** [mbonilla@woman.es](mailto:mbonilla@woman.es) (Madrid)

Jefa de sección: **Ester Aguado** (Moda) [eaguado@woman.es](mailto:eaguado@woman.es)

Directora de woman.es: **Andrea Arabia** [andrea.arabia@woman.es](mailto:andrea.arabia@woman.es)

**REDACCIÓN** [woman@woman.es](mailto:woman@woman.es), Isabel Loscertales (responsable de Ocio y Cultura) [iloscertales@woman.es](mailto:iloscertales@woman.es), Laura Potrony (Edición y Cierre) [lpotrony@woman.es](mailto:lpotrony@woman.es), Patricia Álvarez-Palencia (coordinadora web) [palvarez-palencia@woman.es](mailto:palvarez-palencia@woman.es), Clara Hernández (Estilo de vida) [chernandez@woman.es](mailto:chernandez@woman.es), Silvia Vázquez (Moda) [svazquez@woman.es](mailto:svazquez@woman.es) y Tamara Conde (Moda) [tconde@woman.es](mailto:tconde@woman.es).

**MODA** Begoña García Areces (estilista) [bgarcia@woman.es](mailto:bgarcia@woman.es)

**PRODUCCIÓN** Elena Gil [elena.gil@woman.es](mailto:elena.gil@woman.es)

**DISEÑO GRÁFICO** Óscar Álvarez (jefe de sección) [oalvarez@woman.es](mailto:oalvarez@woman.es)

**EDICIÓN GRÁFICA** Virginia Lázaro [vlazaro@edicionesreunidas.es](mailto:vlazaro@edicionesreunidas.es)

**Colaborador@s Redacción** Carme Barceló, Mamen Ruiz Puertas, Sara Sáez (reportajes). Pablo Ruiz (maquetación). Jorge Brichette, Jesús Cordero, JC de Marcos, La Perspectiva, Salva Musté, Richard Ramos, Alex Rivera, Uge Rubio, Alberto Saguar y Rubén Vega (fotografía).

## REVISTAS

Ediciones Reunidas S.A.U.

Director General: **Óscar Voltas Ramos**

Director de Operaciones: **Pedro Suárez García**

Redacción Barcelona: Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

Tel. 934 846 600. Fax: 932 324 630.

Redacción Madrid: Pedro Muñoz Seca, 4. 28001 Madrid. Tel. 915 863 300. Fax: 915 863 411.

## MARKETING

María García Díez

Suscripciones y atención al lector: 915 862 220 de 09:00 a 14:00 h

## PUBLICIDAD

Prensa Ibérica 360 S.L.U.

Directora Comercial Revistas: **Ana Belén Cruz**

Pedro Muñoz Seca, 4, 28001 Madrid. Tel. 915 863 419. Fax: 915 863 563. CENTRO: Ana Lloréns e Irene Mateos. Tel. 915 869 757. CATALUÑA Y BALEARES: Verónica Boada. Tel. 934 846 600.

INTERNACIONAL: Natalia Segovia. Tel. + 915 863 331. Coordinación de Publicidad: Celia Sánchez.

**COLABORADORES:** ITALIA: Studio Villa SRL: Francesco Ravanello. Tel. + 39 02 311 662.

FRANCIA Y BÉLGICA: Infopac S.A. Jean-Charles Abeille. Tel. + 33 146 431 630. USA: World Media. Melissa Worrell. Tel. + 1212 244 5610.

## PRODUCCIÓN

Directora de Producción: **Victoria Ibáñez**

Impresión: Artes Graficas del Mediterraneo (AGM). Escudillers, s/n. Edificio Levante. 46014 Valencia.

Tel. 963 992 310. ISSN Premium: 2014-6221. ISSN Pocket: 2014-685X. Impreso en España.

Distribuye: BOYACÁ, M-206, km 4,5, 28890 Madrid. Tel. 902 548 999.

## WOMAN MADAME FIGARO

Es una publicación mensual editada por Ediciones Reunidas S.A.U. CIF A08435497, bajo el acuerdo exclusivo con Société du Figaro.

Esta publicación es miembro de la Asociación de Revistas de la Información , asociada a la Federación Internacional de Prensa Periódica (FIPP). Difusión controlada por . Depósito Legal: B-10223-2012 Precio para Canarias, Ceuta y Melilla: 5,65 € incluida sobretasa aérea.

madame  
FIGARO  
INTERNATIONAL EDITIONS

Woman Madame Figaro (Granvia de L'Hospitalet, 163-167. 08908 L'Hospitalet de Llobregat. Barcelona. España) es una revista publicada por acuerdo con **Société du Figaro** 23-25 rue de Provence 75009 Paris, France. Chairman: **Eric Trapier**. CEO: **Marc Feuillée**. Deputy CEO: **Jean Luc Breysse**. In cooperation with: **Madame Figaro**. Editor: **Anne-Florence Schmitt**. Creation Director: **Gwenola Couedel**. Deputy Editor: **Joseph Ghosn**. Editorial Coordination: **Anne Anthonioz**. **Madame Figaro International**. Publisher: **Eileen Le Muet**. Reproduction rights: [madamefigaro-international@lefigaro.fr](mailto:madamefigaro-international@lefigaro.fr). Syndication Manager: **Anne Flageul Cr han**. Advertising Department: **MEDIA.figaro**. Tel. 00 33 1 56 52 27 40. Fax: 00 33 1 56 52 27 43. 23-25 rue de Provence 75009 Paris, France. Madame Figaro tiene ediciones internacionales en China, Chipre, España, Francia, Grecia, Hong Kong, Japón y Líbano.

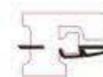


FOTO ALEX RIVERA.



**MAYKA SÁNCHEZ PASTOR**

DIRECTORA

Durante la ceremonia de los VIII Premios Woman, con vestido ISABEL SANCHIS y zapatos JIMMY CHOO, ambas firmas protagonistas de la noche.

# una NOCHE inolvidable

Cada edición de los Premios Woman (y van... ¡ocho!) supone un auténtico desafío. Se trata de un evento con gran repercusión mediática y con bastantes meses de trabajo de los equipos de la compañía de WOMAN MADAME FIGARO, Prensa Ibérica, detrás. El corazón de los mismos son, por supuesto, las personas galardonadas. Buscamos profesionales que sean primeras espadas en su ámbito, que cuenten con unas trayectorias y un discurso tan inspiradores que nos permitan enorgullecernos de conseguir reunirlos en una velada, y que nos ayuden a transmitir sus historias valiosas a todos los asistentes y, en este ejemplar, a ti, lectora. Empezando por la portada, protagonizada por la joven pero veterana actriz Blanca Suárez, una de nuestras protagonistas de la noche, y siguiendo por el resto de los galardonados, esta revista es una ventana a nuestra gala. En ella, conocimos mejor a personas comprometidas, como el alma de la fundación Nuevo Futuro, Pina Sánchez Errázuriz, que trabaja por dar un hogar y (como reza su título) un futuro, a niños y adolescentes; a ese ejemplo de superación y resiliencia que es la atleta Desirée Vila, siempre con su radiante sonrisa como carta de presentación; a la luchadora chef Begoña Rodrigo, valenciana implicada en la ayuda tras la DANA. También valencianas son las diseñadoras Isabel Sanchis y Paula Maiques, que han llevado su marca fuera de nuestras fronteras. Sandra Choi es responsable de que suspiremos por poner a nuestros pies un par de Jimmy Choo; y Manuel Carrasco también nos hace vibrar con su música. Judit Mascó abrió paso a una generación de tops y sigue al pie del cañón, como la protagonista de *Gossip Girl*, Kelly Rutherford. Resumiendo: muchas musas por metro cuadrado, ¡y por revista!

## EDITOR'S CHOICE

Mi wish list de (auto)regalos con los que disfrutar fuera y dentro de casa en el 2025... ¡y más allá!

### Femenina

Cada vez más firmas patrias ofrecen diseños sofisticados y funcionales. Una de mis favoritas: Coosy. Este top funciona de noche y de día.



### Mesa elegante

Laffore Casamayor es la marca española de platos, bajoplatos, fuentes y copas decorativas y funcionales. Piezas hechas a mano con la técnica del decoupage.



### Orientalist

Esta colección de Baobab Collection es preciosa, sus aromas son deliciosos y sus ventas apoyan, a través de Actions@Village, la reconstrucción de escuelas y bloques sanitarios en los pueblos del Atlas.

### Brillante

Me gusta llevar piezas de joyería poderosas, no solo de noche; también para elevar los looks de oficina. Las de Anton Heunis, infalibles.



### Objeto de deseo

Artesanales y de gran calidad: los bolsos de Phialebel tienen inspiración vintage y vocación atemporal. Y son made in Spain.



# sensilis

Sensitive  
Skin Lab

Hasta  
**-29%**  
Arrugas  
al instante<sup>1</sup>



Efecto lifting inmediato<sup>1</sup>  
**Detén el tiempo  
de tu piel sensible**

Con péptidos biotecnológicos de alta definición

<sup>1</sup> Resultado máximo obtenido en el estudio clínico realizado en mujeres de 35 a 65 años con piel normal a seca y sensible.



Pruébala + en tu farmacia o parafarmacia

Dermatológicamente testado en pieles sensibles

# inspírate

## PURA DEVOCIÓN

Hemos caído rendidas ante el pequeño bolso de mano Devotion Bag de DOLCE&GABBANA. Su piel de cordero metalizada se viste de oro, rosa, púrpura y plata y su broche, en forma de corazón, de pequeñas perlas (1.950 €).



POR ESTER AGUADO  
FOTO GORDON VON STEINER

**Oro parece, plata no es...** Que el dorado, ese color que Yves Saint Laurent hizo su gran aliado, era una de las APUESTAS DE LA TEMPORADA, a raíz de los desfiles de Chanel, Tom Ford, Louis Vuitton, Burberry, Ulla Johnson, Dior, Balmain... ya lo sabíamos. Pero que en estas fiestas brilla como nunca es un hecho.

**BRILLA SIN MIEDO**  
estas fiestas. Combina  
metalizados con  
lentejuelas y mezcla plata,  
oro y bronce en un  
mismo look. Vale todo.



Sandalias Chelsea  
KURT GEIGER (175 €).



Shorts de punto con  
brillos PINKO (235 €).



Bolso hobo Nolita  
MICHAEL KORS  
(596 €).



Jersey con plumas  
LAIA ALLEN (290 €).



**MÁS ES MÁS**

Torera de lentejuelas  
MARCIANO BY GUESS  
(320 €). Pendientes,  
brazalete y anillo  
AGATHA PARIS,  
cinturón plata y  
dorado con abalorios  
LATIDO, falda midi  
plisada PEDRO JUAN,  
cartera acolchada  
ADOLFO DOMINGUEZ  
(139 €); y bolso  
abalorios y bolso  
trenzado plata  
MALIPARMI.

# Con luz PROPIA

POR ESTER AGUADO FOTO ALBERTO SAGUAR REALIZACIÓN MARTA LASIERRA



Pendientes Lagom  
MAJORICA (79 €).



Top de lúrex con  
hebillas ALGO BONITO  
(24 €).



Botas altas de caña  
fruncida LOLA  
CASADEMUNT (129 €).



Bolsito animal print  
GIOSEPPO (30 €).



### EL METAL SE REVALORIZA

Cazadora (799 €) y botas de caña alta (324,95 €), ambas IT SHOES. Camiseta de lentejuelas IKKS (145 €), colgante luna PEDRO FERREIRO (270 €), anillos ATELIER EL TESORO (84 €/u), mallas deportivas KLAUS (45,50 €). Sombrero RACEU HATS (250 €), riñonera Kiki Star (460 €), bolso corazón (395 €) y mini cuadrado con estrella (395 €); los tres, CAMILA CANABAL.

SÍ A LAS BOTAS ALTAS... y mejor de estilo cowboy. Apuesta por las que brillan en plata u oro para elevar tu outfit a un tono más festivo. La bomber suma.

## MIRADA TRANSPARENTE

Blazer con mangas de lentejuelas (240 €)  
ALEX MENORCA, blusa de lentejuelas SAMSØE SAMSØE (160 €), sujetador rojo con detalle de encaje GISELA (25,95 €); pantalones cargo MAJE (235 €), bolso estampado militar DIESEL (550 €), bolso con abalorios ADOLFO DOMINGUEZ (139 €) y merceditas de charol AQUAZZURA (795 €).



LA LENCERÍA  
protagoniza uno  
de los capítulos  
más sugerentes  
de las fiestas:  
acompañala de  
blazers o de tops  
transparentes  
que permitan  
miradas.



Top encaje  
transparente  
GISELA (29,95 €).



Bralette Bremer  
SARDA (85 €).



Bolsito con discos  
PULL&BEAR (30 €).



Zapatos de tacón y  
hebillas ALMA EN  
PENA (108 €).

LA BOMBER, una de las piezas clave del invierno, se viste de luz para celebrar, aportando notas urbanas que convertirán tu estilismo en algo mucho más versátil.



**SPORTCHIC**

Chaqueta de chándal con lentejuelas GUESS (130 €), pendientes SARA LUIS (118 €), camiseta ALEX MENORCA (80 €), pantalones de punto GISELA (pijama, 49,95 €), minibolso de lentejuelas IKKS (125 €) y bolso grande DIESEL (650 €).



Bolsito con abalorios HOSS INTROPIA (49 €).



Top con brillos SALSA JEANS (59,95 €).

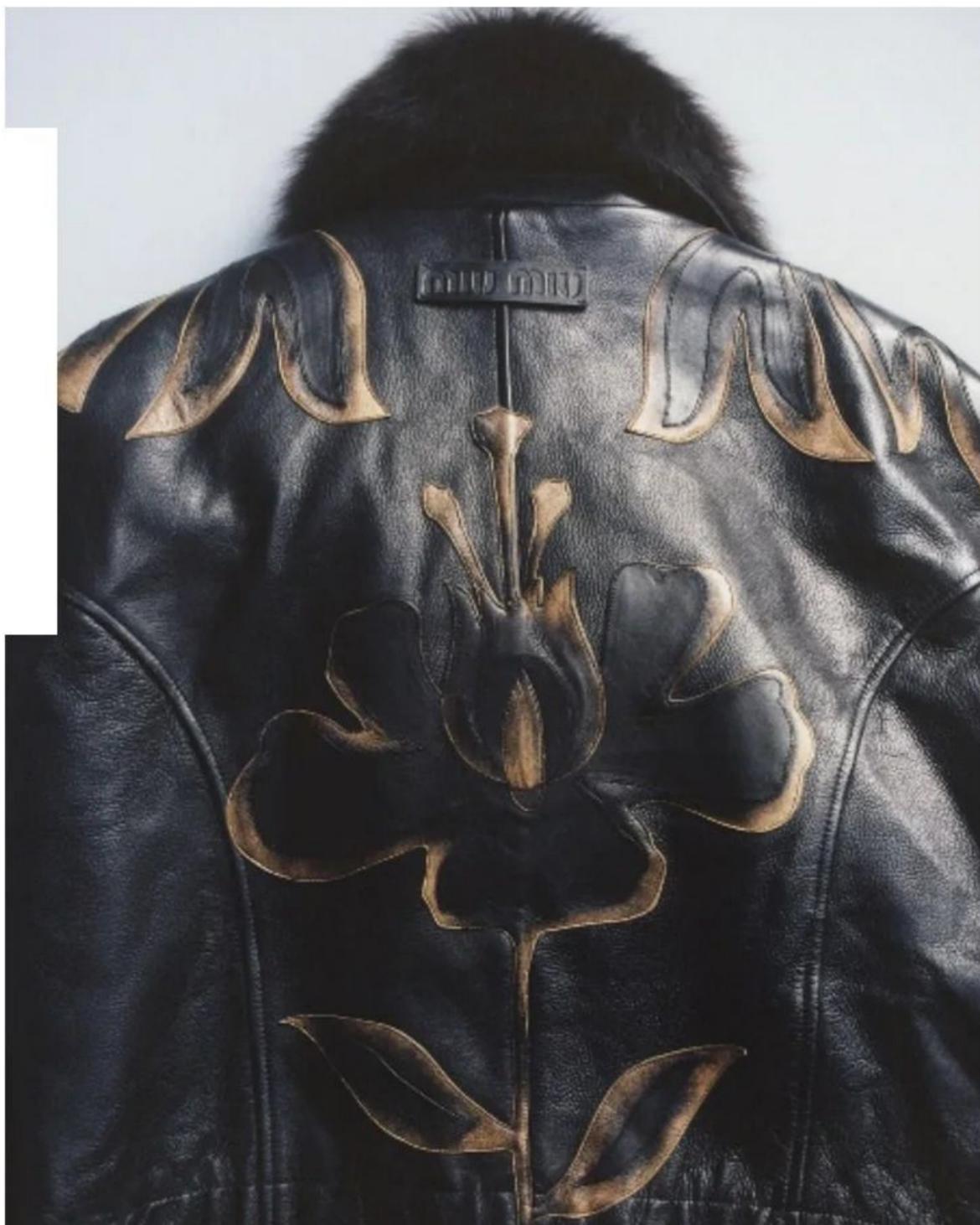


Pantalón flare MALNE (700 €).



Bolsito KARL LAGERFELD (379 €).

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA KIKE CRESPO PARA THE ARTIST TALENTS (KEKA) CON PRODUCTOS I.C.O.N. MODELO MARTINA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ (UNO MODELS). ASISTENTE FOTO GABRIEL BOZA. ASISTENTE ESTILISMO Y BOOKER BEGOÑA GARCÍA. PRODUCCIÓN ELENA GIL. AGRADECIMIENTOS: RESTAURANTE CIRCOLO POPOLARE MADRID.



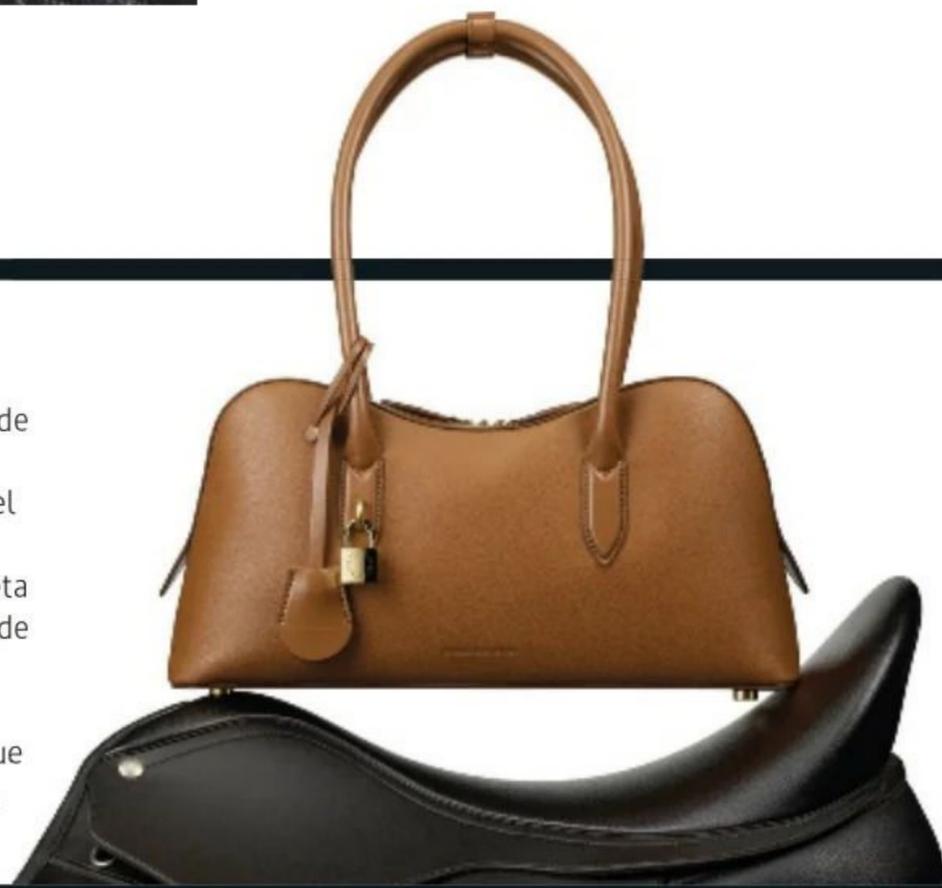
## Re-utilizar es chic

La quinta edición del Miu Miu Upcycled es la prueba fehaciente de que la marca de Miuccia Prada apoya la sostenibilidad y las prácticas de diseño circular. Como parte de la colección Holiday, esta vez ofrece un armario completo: faldas escocesas de los años 50 a 70, jerséis y gorros de lana, tops de encaje chantilly, chaquetas de cuero... Miu Miu revive prendas amadas en el pasado –verificadas y certificadas por Aura Blockchain–, enriqueciendo la experiencia de quienes las usarán en un futuro.

TODO  
*lo que*  
VIENE

### BIENVENIDO, RYDER

El nuevo it-bag es vegano y ha salido de las manos de **Stella McCartney**. Inspirado en el mundo de la hípica –el caballo es el animal favorito de la diseñadora británica–, su sinuosa silueta ya se paseó en la Semana de la Moda de París de la mano de estrellas como Natalie Portman o Sarah Snook, la protagonista de la serie *Succession*, que es imagen de su campaña (1.295 €).





Gorro Chalet  
ELISABETTA  
FRANCHI  
(220 €).

La propuesta  
après-ski de  
LORO PIANA.  
Jersey Alpe  
(2.200 €).



MONCLER presenta  
iconos como el  
plumífero ultra largo  
Verone (5.200 €).



Botas altas  
Ruby LOUIS  
VUITTON  
(1.400 €).

Llega la preciosa  
colección de  
nieve de GIORGIO  
ARMANI,  
fotografiada por  
Ryan McGinley.



Gafas Gstaad Amaro  
MÓ (69 €).

## EL LUJO PIDE PISTA

De Chanel a Louis Vuitton, de Armani a Loro Piana, de Balenciaga a Moncler, las firmas de moda de lujo lanzan sus colecciones cápsulas dedicadas a la nieve y al estilo après-ski. Porque lo bueno viene cuando se cierra la pista y se abren las puertas de los lounges más exclusivos. En St. Moritz te puedes encontrar a Pablo de Grecia y Marie-Chantal Miller; en Courchevel, a Kate Middleton y a Guillermo de Inglaterra; en Verbier a Mary Donaldson y Federico de Dinamarca, y en la española Baqueira, a nuestros reyes con sus hijas.



Chaleco Laminar  
HERNO (695 €).



Limosnera de pelo  
sintético Bon Bon  
JIMMY CHOO (995 €).

## TIENDAS

Tres nuevas tiendas en nuestro radar



### Thinking Mu

En 2008, Pepe Bargaño y Miquel Castells fundan una marca de ropa pionera en sostenibilidad; ahora acaban de aterrizar en Madrid (Barquillo, 23).



### Mus&Bombon

Abre su flagship en Barcelona (Rambla Catalunya, 111). Basada en la producción local y los tejidos sostenibles, colaborará en este espacio con otras firmas amigas.



### Apple Store

Después de 10 años, Apple abre nueva tienda en Madrid (La Vaguada, Monforte de Lemos, 36): es la quinta en la capital y la 12 en España.



## OBJETO DE DESEO

Philosophy de Lorenzo Serafini y Scholl presentan su segunda colaboración –después del éxito del zueco rojo Pescura el pasado verano– y nos traen un divertido zueco **Mary Jane** en madera y piel, en dos colores: negro y marrón bohemio (590 €). scholl-shoes.com

## PIEZAS PURAS

La Joyería Unión Suiza propone estos elegantes anillos en oro blanco: el primero, con dos diamantes en talla esmeralda y brillantes (6.065 €); otro con centro en talla marquise y brillantes (4.190 €) y el tercero, con diamante talla esmeralda y brillantes.





Plaza Canalejas, 1  
[www.galeriacanalejas.com](http://www.galeriacanalejas.com)

**LÍNEA ATEMPORAL**

Para ellas, el estilo está en la calidad, en los detalles y, sobre todo, en la sencillez. Abajo, merceditas Dana en terciopelo (110 €), botas Sol de piel (185 €) y mocasines Sonia de piel (165 €).  
ganzitos.com



- TALENTO ESPAÑOL -

# GANZITOS: *de* pequeña a GRAN IDEA



**Rosa y Nieves Fernández**

*Rosa era consultora en Accenture y Nieves, socia de un negocio de restauración: hace 15 años decidieron dar un giro a su mundo. Y acertaron.*

*En la vida*, a veces, hay que dar un salto al vacío: eso es lo que hicieron estas dos valientes hermanas en 2010. Necesitaban un cambio, acababan de ser madres y dirigieron su energía a algo que disfrutaban mucho: los niños. «Nos dimos cuenta de que era complicado encontrar zapatos infantiles que nos encantaran, así que alquilamos un pequeño local en el centro de Madrid (Lagasca, 67) y comenzamos a vender piezas especiales multimarca. Como vimos que el negocio prosperaba, diseñamos nosotras mismas pequeñas colecciones que producíamos en talleres de Alicante», explica Nieves.

Todo iba sobre ruedas hasta que, hace poco más de tres años, vieron que el negocio se tambaleaba: los niños dejaron de usar zapatos de vestir para apostar más por las deportivas, siguiendo las tendencias sportwear. Así que ellas se reinventaron: «Apostamos por los zapatos de

mujer y dejamos a un lado los infantiles. Ya habíamos hecho alguna colección cápsula para mamás a lo largo de estos años que había funcionado muy bien, como las merceditas», dice Nieves. Y volvieron a triunfar. Aunque la venta online las ha catapultado hasta el infinito (... y más allá), con clientes en Portugal, Estados Unidos y Alemania, lo cierto es que por su pequeña tienda siguen pasando muchas políticas y algunas celebrities, como Luz Casal.

Con dos colecciones al año, conquistan a mujeres reales que apuestan por zapatos comodísimos y atemporales, con un elegante twist, fabricados en España. Aunque sueñan con ampliar clientela, claro: «Uy, nos encantaría que la reina Letizia o la mujer de Rafa Nadal, Xisca Perelló, se calzaran nuestras propuestas. También con que mi hija o alguno de mis sobrinos siguiera con el negocio», confiesa Nieves. Pasito a pasito.

POR ESTER AGUADO.

*Querida Energía:*

# HEMOS PASADO DE TRAERTE DESDE MUY LEJOS A SER AUTOSUFICIENTES

En IDAE cumplimos  
40 años transformando  
actitudes. Y hoy, entre  
todos, le estamos dando  
al país una nueva energía  
para crecer y avanzar  
como sociedad.

**EN EQUILIBRIO**

«Hemos dejado la piel jugosa y con acabado natural y contorneado el rostro con los polvos terracotta para marcar pómulos. El juego labio mate y párpado con la textura satinada de las sombras es moderno», dice la maquilladora María Verano.

- LOOK DE PORTADA -

ENLACE AL CANAL

x.com/byneontelegram

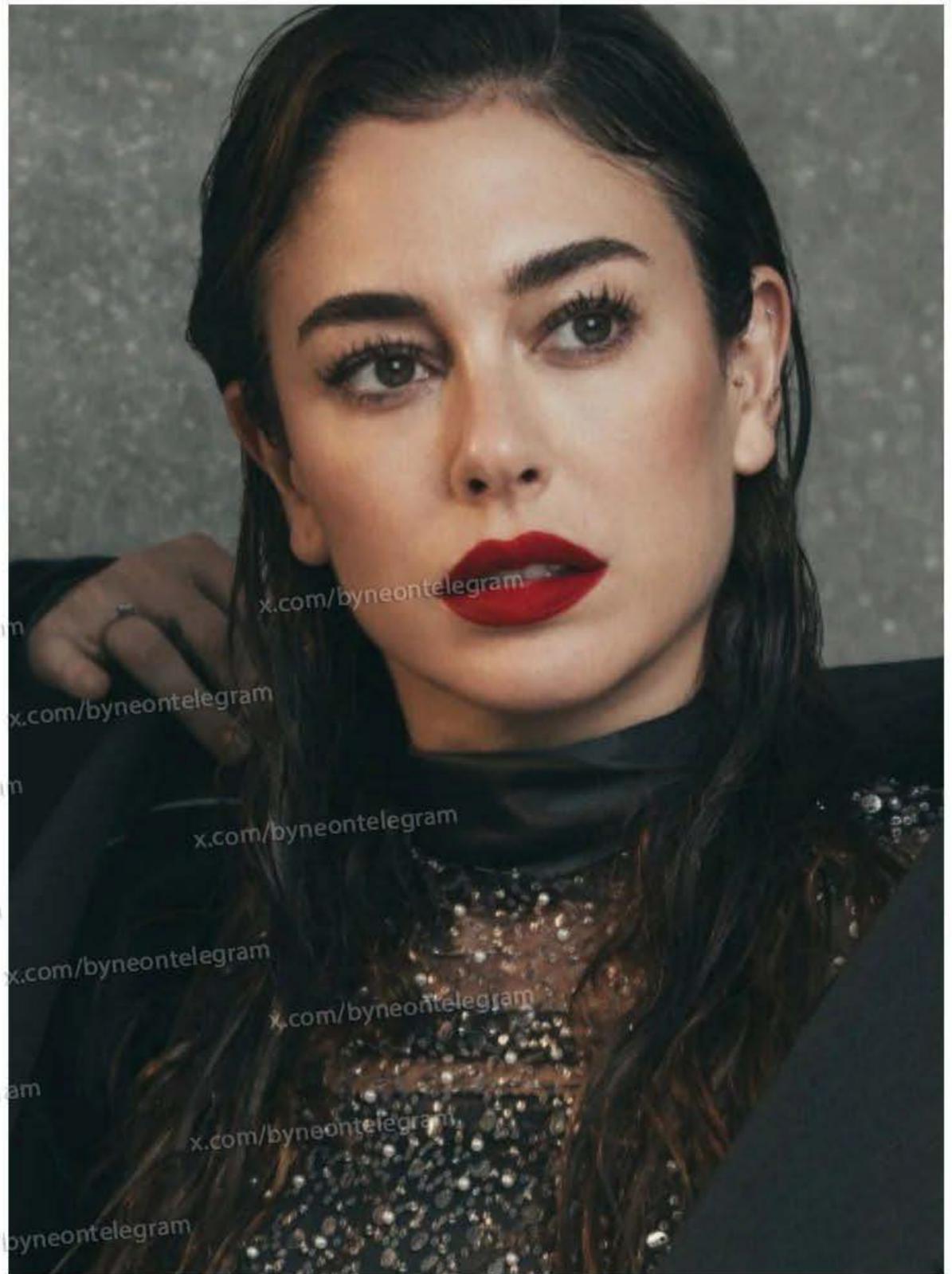
o escanea el código QR



# de FIESTA

El rojo de labios es eterno: un clásico que siempre es tendencia. En este make up se actualiza con el contraste boca mate-párpado glossy, para una fiesta elegante.

*Es una loca de los labiales*, le gusta experimentar con el maquillaje –«no me da miedo»– y dice que tiene bastantes manías beauty, «soy muy maniática de las pestañas». Para Blanca, en una profesión tan expuesta como la de actriz, lo más importante es «sentirse bien contigo misma y no dudar de ti ni de tu físico». Para ello, cuidarse es importante. La embajadora de Guerlain es constante con su skincare y reconoce que «la llegada del deporte a mi vida ha significado un gran cambio. Al principio, me obligaba en plan no es una opción no hacer deporte, pero años después he llegado a descubrir que tiene su recompensa mental y física. Sentirte fuerte es una sensación brutal. Además, es una forma gratificante de superarte, eres tú contra ti misma, contra tu físico y tu mente. Y si te lo propones, lo consigues», nos dice la actriz. Una lección de vida.



Con estuche azul y oro y perlas en subtonos dorados, que unifican e iluminan la tez. Météorites sous Les étoiles (70 €).



Preciosa carcasa pop y con cristales que envuelve los dos labiales Rouge G Embrasse-Moi (45 €).



Para dar calidez a la piel, Terracotta en Plein Soleil combina el tono superventas de Terracotta con polvos brillantes (55 €).



Ligera y luminosa, la base Terracotta Le Teint unifica el tono y crea el deseado efecto piel desnuda (58 €).



Con un precioso estuche y una armonía de sombras mate y satinadas, Ombres G 888 Regard-Moi (91 €).



Un labial rojo intenso y mate aterciopelado, moderno y elegante, Rouge Embrasse-Moi (45 €). Todo de GUERLAIN.



**WOMEN PADEL**  
**OYSHO**

*Gracias por hacer de la temporada 2024 un éxito inolvidable.*



**¡Prepárate, 2025 nos espera  
con más pádel y emociones en la pista!**



Síguenos para estar al día: próximas fechas, nuevas sedes y más sorpresas.

**PRENSA  
IBÉRICA**

**DKV**

**APROPERTIES**  
REAL ESTATE

**NH**  
HOTELS &  
RESORTS

[www.women-padel.com](http://www.women-padel.com)

- PERFUMES -

# polifacética VAINILLA

La tendencia gourmand en perfumería hace que sea una nota omnipresente en los nuevos perfumes, ya sea en versión adulta o para la generación Z.

## TAPONES DE ALTA COSTURA

Ideales para personalizar tu frasco con tu estampado favorito. A elegir entre quince diseños icónicos.



## A BUEN RECAUDO

A la izda., Bois Talisman de la Colección Privée de CHRISTIAN DIOR (130 €/40 ml) que a partir de ahora se puede guardar en baúles de costura, con los famosos estampados de La Maison.



*Golosa o sensual*, la vainilla tiene fama de ser ese aroma que nos traslada a los olores de nuestra infancia, de la leche materna a los dulces, pero si algo distingue en la actualidad a esta nota habitual de la perfumería es su carácter polifacético, que la puede hacer vivaz, melosa, cálida o deliciosamente sexy... en función de su origen, las diferentes formas de extracción o sus acompañantes.

La vainilla es la protagonista de Bois Talisman de la Colección Privée Christian Dior, la última creación de Francis Kurkdjian, que desde que llegó como director artístico a la Maison no ha dejado de escudriñar en sus archivos en busca de inspiración. Así descubrió un documental de la CBS de 1955 en el que el modisto sacaba de sus bolsillos sus amuletos de la suerte, entre los que se encontraba un trozo de madera que tocaba varias veces al día. Eso le vinculaba al propio Kurkdjian, superticioso confeso, que asegura llevar un trozo de azúcar como fetiche. «Bois Talisman nació de la fusión de nuestras dos supersticiones. Madera y azúcar me llevaron a una vainilla intensa, utilizando diferentes métodos de extracción para expresar sus facetas. La infusión de las vainas en alcohol resalta sus notas dulces y envolventes, el CO<sub>2</sub> extrae su lado carnal y la vanillina sintética evoca su verdadero olor, el azúcar glas», explica el perfumista.

POR MARTA BONILLA.

- PARA TODOS LOS GUSTOS -

La vainilla protagoniza perfumes de personalidades muy diferentes.



### 4 vainillas

*Goddess eau de Parfum Intense*, Burberry (186 €/100 ml), aún vainilla, absoluto de vainilla, vainilla bourbon y vainilla caviar, creando un aroma potente y sensual.



### Viral

*Vanilla Sex*, Tom Ford (205 €), ofrece una vainilla elegante pero decididamente sexy, con una combinación de absoluto de vainilla y vainilla de India, con almendra amarga, flores y sándalo.



### Adictiva

*Million Gold*, Rabanne (141 €/90 ml), con lavanda, óxido de rosa y vainilla bourbon sostenible, ofrece un aroma voluptuoso, hipérfemenino y sofisticado.

# UN BAÑO DE CALMA *para el cuero cabelludo*

Hidratación en profundidad con ingredientes orgánicos inspirados en el 'skincare'. Esa es la clave de la eficacia de la nueva mascarilla Scalp Solutions Hydrating Scalp & Hair Masque de Aveda, que lleva el bienestar del cuero cabelludo a otro nivel.



*El cuero cabelludo también acusa la edad.* Y es posible que, sin ser del todo consciente, lo hayas notado ya en forma de sequedad, irritación, picor y falta de confort. Esos son los principales efectos del envejecimiento de la piel del cuero cabelludo, que necesita cuidados específicos igual que tu pelo o la piel del rostro y del resto del cuerpo.

Para mimarlo y proporcionarle la hidratación en profundidad que necesita, Aveda –pionera en el cuidado capilar de alto rendimiento impulsado por plantas–, ha lanzado la nueva mascarilla Scalp Solutions Hydrating Scalp & Hair Masque, un tratamiento que ha sido cuidadosamente formulado para tratar las molestias del cuero cabelludo debidas a la sequedad. Cuenta para ello con la tecnología Biotech Naturals Moisture Recharge de Aveda, una rica mezcla botánica de superhidratantes de alta tecnología para el cuidado de la piel, que repone la barrera de hidratación del cuero cabelludo en un 77%\*. Esta mascarilla intensiva, cremosa y aterciopelada, proporciona una hidratación profunda y calmante al cuero cabelludo y, además, deja el cabello suave y cuatro veces más liso\*\*.

Para notar los beneficios de una dosis extra de hidratación calmante, basta con usar la mascarilla tras el lavado, en lugar del acondicionador. Aplícala sobre el cuero cabelludo y el cabello, masajea suavemente y deja que haga su magia entre 2 y 5 minutos, luego aclara y listo. Y, si quieres una experiencia superior, nada como disfrutar del tratamiento completo en los salones exclusivos Aveda. ¡Notarás la diferencia!

## SENSACIONES DE SPA EN CASA

La nueva mascarilla **Hydrating Scalp & Hair Masque** se une al champú, el acondicionador, el gel exfoliante y el sérum reparador que componen la colección **Scalp Solutions de Aveda** de productos botánicos. Toda la gama está diseñada para conseguir un cabello más sano, calmando la irritación y combatiendo los signos del envejecimiento del cuero cabelludo. Un enfoque holístico de alto rendimiento para un tratamiento de auténtico bienestar.

\*Tests clínicos en 30 mujeres tras un único uso de Scalp Solutions Balancing Shampoo and Hydrating Scalp y Hair Masque.

\*\*Tests ex-vivo en mechones propensos al encrespamiento.



### - LLEGA UN NUEVO ULTHERAPY -

Ultherapy fue el primer equipo de medicina estética avalado por la FDA como lifting no quirúrgico. Hace una década que se presentó esta potente tecnología de ultrasonido focalizado con visualización ecográfica de la que se acaba de presentar su versión mejorada, Ultherapy Prime, creada por Merz. «Dispone de una mejor ecografía, que es fundamental porque vemos en todo momento dónde estamos efectuando el disparo, un procesador 10 veces más potente, que nos permite reducir las molestias, disminuye un 20% el tiempo del tratamiento y conseguimos mejores resultados», nos explica Leticia Carrera, del centro Felicidad Carrera (tel. 914 351 724), que con 700 sesiones de Ultherapy anuales, es la especialista que más tratamientos realiza en Europa. «Actúa en los ligamentos, que al contraerse crean ese efecto lifting. Es una plataforma *manodependiente*, o sea, que según los disparos, cómo se manipula, dónde, con qué potencia, es más eficaz», advierte la doctora Carmen Lorente, directora del área médica de TBC Medical (tel. 914 669 187).



### Nueva firma

*Creada por la doctora Ana Revuelta, farmacéutica y médico estética, Renare está formulada con flor de edelweiss, resistente en la climatología más adversa, una propiedad que traslada a la piel. Entre sus 12 productos, destaca su bálsamo reparador (65 €).*

# QUÉ *hay* DE NUEVO



### CENTRO MÉDICO

Paz Torralba, fundadora y alma mater de The Beauty Concept, acaba de presentar su renovado TBC Medical (tel. 914 669 187) para potenciar el área de medicina estética. La **personalización es su mantra** y para ello «hemos incorporado una consultora y experta en piel, que hace un análisis y una orientación previa de lo que se necesita», dice Torralba, para quien la eficacia y la seguridad son claves a la hora de incorporar aparatología, como Ultherapy o Thermage.



### FLECHAZO

El nuevo bálsamo labial con color Loveshine Candy Glow de YSL (42 €) es nuestro último **objeto de deseo**. Su packaging lujoso e irresistible encierra una **textura suave y ultrahidratante** que se desliza fácil por los labios, gracias a su fórmula con aceite de maracuyá y mantecas de karité y jojoba, que aportan confort y un efecto de **labios alisados y más rellenos**.

Encontrarás **seis colores** de acabado brillante y semitransparente, muy fáciles de llevar en cualquier momento del día y la noche y formulados con PH Color Rush Technology, que se adapta y acentúa el color natural de tus labios.



## ICONO DE ESTILO

La encantadora actriz estadounidense, conocida por la serie *Gossip Girl*, con vestido BONPOINT X VANESSA SEWARD y bolso LAIA ALEN, recogió su Premio Estilo en el Casino de Madrid.

POR ESTER AGUADO  
FOTO ALEX RIVERA

**Los 8° Premios Woman** celebraron la excelencia con los galardones a la actriz Blanca Suárez, a las diseñadoras Sandra Choi (Jimmy Choo) e Isabel Sanchis, a la modelo Judit Mascó, al cantante Manuel Carrasco, a la chef Begoña Rodrigo, a la atleta Desirée Vila y a la filántropa Pina Sánchez Errázuriz (Nuevo Futuro). Un lujo.



# CELEBRAMOS *el talento*

La octava edición de nuestros esperados galardones, con los que queremos dar visibilidad a gente extraordinaria, que lidera campos como la moda, la cultura, la gastronomía o la solidaridad, nos dejó con ganas de más. Mucho espejo donde mirarse.

FOTO ALEX RIVERA

## Isabel Sanchis

PREMIO  
DISEÑADORA  
ESPAÑOLA

POR ESTER AGUADO

*Hace 35 años* decidió ser feliz y perseguir su sueño: aunque Isabel tenía un buen trabajo en El Corte Inglés y tres hijos, en 1990 montó una academia de corte y confección en Valencia. Ahora, con dos Premios a la Mejor Colección en la Madrid Fashion Week, el 90% de ventas internacionales (Estados Unidos, Arabia Saudí, Emiratos e India como principales clientes, que cuelgan sus impecables vestidos junto a los de Oscar de la Renta o Zuhair Murad) y las llamadas de actrices como Maribel Verdú, Leonor Watling o la top Nieves Álvarez para lucir en la alfombra roja, puede decir que lo ha logrado. Y lo seguirá haciendo, porque hace 12 años que comparte la dirección artística de su exquisito prêt-à-couture con Paula Maiques, su hija y mejor alida, así que el futuro está asegurado.

**¿Qué sido lo más fácil y lo más difícil de vuestra trayectoria?**

**Isabel:** Fácil no hay nada. Todo se logra a base de trabajo, constancia y mimo. El taller ha sido como un hijo más. ¿Lo difícil? Las largas jornadas de trabajo y los nervios, que siempre están ahí antes de cada desfile, de cada entrega.

**Paula:** Fácil es nuestra forma de trabajar. Nos respetamos, nos damos serenidad y nunca discutimos porque si una lo tiene claro, le damos paso. Es verdad que los jóvenes de hoy

*estamos muy preparados (yo estudié Diseño de Moda y Bellas Artes), pero la experiencia de mi madre equivale a 50 carreras, no sabes cómo se le da lo de resolver problemas.*

**¿Cómo alguien que cuida el detalle y la artesanía de cada prenda puede sobrevivir en este mundo de inmediatez y redes sociales?**

**Isabel:** Cuando llegó la crisis de 2008, junto con mi hijo Francesc –que se ocupa de la parte comercial a escala internacional– decidimos tomar el camino de la exclusividad, del made in Spain y la artesanía. Y eso ha sido algo que los clientes han buscado y respetado. No sabíamos si el comercio online iba a resultar con este tipo de prendas, pero la pandemia lo aceleró.

**Paula:** Al disponer de taller propio, tenemos flexibilidad para crear y servir rápidamente a cualquier lugar del mundo. Mi madre es muy meticulosa en cuanto al patronaje, porque cuando una prenda está bien hecha y sienta bien, es una maravilla. Apenas hay devoluciones, porque cuando ven esa tela de altísima calidad, esos bordados, ese acabado a mano y se lo prueban... Es un

## TANTO MONTA...

La diseñadora Isabel Sanchis junto a su hija y mano derecha Paula Maiques, vestidas con sus creaciones.

#talento



*hecho a medida online y está funcionando. Y ahora estamos fabricando nuestras propias telas con proveedores que sirven a grandes casas como Dior, Gucci o Valentino.*

**¿Y cómo definiríais la firma Isabel Sanchis?**

**Isabel:** Elegante, especial, atemporal.

**¿Por qué habéis apostado en la próxima temporada, Primavera-Verano 2025?**

**Paula:** Hemos innovado, aparcando totalmente el negro y proponiendo tonos lilas, amarillos y pasteles, que no es nada habitual en nosotras. Además, hemos descubierto un nuevo tejido de doble crepé, con efecto matificado, que parece cerámica y nos ha permitido crear piezas que parecen elegantes jarrones. Estamos muy contentas.

**Habéis logrado dos veces el premio L'Oréal Paris a la Mejor Colección en la Madrid Fashion Week: ¿eso supone mucha presión?**

**Isabel:** Sí, porque queremos demostrar que no fue algo puntual, que nuestras propuestas llevan detrás mucho trabajo y, sí, lo de superarnos nos pone nerviosas [risas].

**¿Qué tipo de clientela tenéis?**

**Paula:** Internacional, entre los 35 y los sesenta años, más que nada porque tienen más poder adquisitivo y las prendas no son baratas. Fabricar todo en España de forma artesanal, con tejidos de mucha calidad, lo encarece. Pero apostamos por hacer cosas muy especiales.

**¿Con qué soñáis a corto plazo?**

**Isabel:** Pues aparte de abrir tienda en Madrid, que nos lo están poniendo difícil –la caza del local es durísima, esperemos que a primeros de año podamos hacerlo–, volver a desfilas en París es nuestro objetivo. Cuando cumplimos 30 años, la embajada española nos cedió el espacio, pero fue dos semanas antes de la pandemia...

**Si no os hubiérais dedicado a la moda...**

**Isabel:** Yo hubiera hecho hoteles boutique, que me encanta viajar y los espacios bonitos, pero necesitaría otra vida.

**Paula:** Entonces, yo hubiera sido interiorista... Sí, ya lo ves, estamos destinadas a trabajar juntas [risas].

*Icónica modelo* y modelo de mujer, la catalana vive un gran momento con 55 años y proyectos ilusionantes, como su colección de libros *The Forever Girls*. «Estoy muy feliz de cumplir años con salud y energía, acompañada de los que más quiero», confiesa.

**Fuiste una de las primeras tops españolas de los 90, pronto hará 35 años de aquella portada de *Sports Illustrated*, ¿cuál es tu balance?**

Es más que positivo, pues a día de hoy sigo estando en activo y viviendo de mi trabajo, profesión y pasión. Esto me sorprende, y por ello estoy muy agradecida. Siempre me he sentido afortunada de poder trabajar en lo que me gusta, y mi inquietud en otros campos por aprender de los demás y sentir motivación por nuevos retos me ha mantenido siempre con la misma ilusión del primer día.

**Además de tu belleza elogiamos tu sentido común, ¿te ha ayudado a gestionar así de bien tu carrera?**

Creo que la gestión de cualquier carrera profesional se debe a la labor de un buen equipo, y yo puedo decir que trabajo con las mismas personas de confianza de todo este recorrido de tantos años, algo que valoro y aprecio mucho.

**Es habitual veros a las grandes de entonces protagonizando campañas o desfilando, como ha sido tu caso reciente con Pedro del Hierro. ¿Mantenéis la amistad o la complicidad?**

Me entusiasmó desfilarse para el homenaje de los 50 años de uno de los grandes de la moda, Pedro del Hierro. Me hizo sentir muy bien recordando tantos y tantos desfiles que hice durante una larga etapa de mi vida. Sonreía y miraba al público, disfrutando del momento, sin los nervios que de jovencita me invadían, y desde otro lugar mucho más bonito y consciente. Fue una experiencia poder revivirlo, y además junto a muchos profesionales que están en activo y que fueron mis compañeros de aventuras, como los maquilladores y peluqueros, el diseñador, la coreógrafa y mis queridas compañeras con las que hay gran complicidad. Nos divertimos mucho y después lo celebramos a lo grande. Y me encantó que me presentaran a las españolas que están ahora trabajando a nivel internacional y que yo no conocía.

**Para lo bueno y para lo malo, ¿cómo ha cambiado vuestro trabajo desde la época de esplendor de las modelos en los 90 hasta la actual?**

Entonces eran foco de atención, cobraban total protagonismo en cualquier campaña publicitaria, anuncio de televisión o desfile que se preciara. Se convirtieron en personajes

## Judit Mascó

PREMIO  
40 AÑOS DE  
CARRERA

POR MYRIAM SERRANO

para el público de la calle que no necesariamente seguía la moda. Ahora, trabajan igual pero quizá sin el reconocimiento de la popularidad, dejando paso a influencers o personajes conocidos por otros aspectos que no son la moda. Antes no había redes sociales, ahora impera lo inmediato que sale en ellas. Muchos cambios tecnológicos y sociales han hecho que ahora sea bien distinto a lo que yo viví. Aun así, ser modelo profesional fue, es y será básicamente la misma profesión, y una buena modelo deberá tener las cualidades físicas y mentales para llevar a cabo una buena carrera duradera y de éxito.

**Tus hijas ya son mayores, ¿también independientes? ¿Has sentido el síndrome del nido vacío?**

De las cuatro, solo la mayor ha podido independizarse por ahora. Realmente, la gente joven lo tiene difícil, ya que tener trabajo no significa poder vivir independiente de los padres. Ahí están, formándose y trabajando para conseguirlo, y aquí estamos los padres, para ofrecerles las herramientas y el acompañamiento para que lo consigan cuando llegue el momento. Es una etapa muy distinta pero también bonita.

**¿Cómo está Lost? Es precioso el perro que adoptaste y que enamora en tu Instagram...**

Guapísimo y muy querido en casa, pero también se hace mayor y ya no tiene tantas ganas de correr o de salir a pasear por la montaña. Qué maravilla es tener un animal en casa, por las vivencias que compartimos y los sentimientos que nos despierta. Un amor con patas, nuestro Lost.

**Siempre me preguntan: ¿Cómo se mantiene Judit tan guapa?**

Tengo mi rutina de cuidados para la piel, soy muy constante y se notan los resultados. Busco tiempo para mí, para ir a mi centro de belleza Oxigen, hago ejercicio moderado y me alimento bien. Y es muy importante reír con las amigas.

**Hablando de chicas, hablemos de *The Forever Girls*, la colección con la que transmites valores a las jóvenes a través de aventuras y diversión...**

Acabamos de lanzar el primer título de la serie, *Amistad en peligro*, un libro lleno de ilustraciones de Noemikado, con la colaboración de Mar Picó y la editorial Inuk. En principio, es una serie de tres libros con los que aprender mientras una se lo pasa bien, con temas como la lectura, la maternidad, el altruismo, el entorno y la sororidad, porque la amistad entre mujeres está por encima de todas las cosas que les pasen.



«Compartir generaciones y diversidad enriquece mucho la moda, es más democrática y todas y todos podemos sentirnos identificados».

# Desirée Vila

PREMIO  
DEPORTE

POR LAURA POTRONY

*Gimnasta* acrobática, una mala caída en un entrenamiento y una posterior negligencia médica le provocaron, a los 16 años, la amputación de una pierna, lo que la llevó al atletismo adaptado.

**Han pasado 10 años, ¿cuál es tu valoración de esta década?**

Ha sido brutal. Sobre todo el poder dedicarme a lo que es mi esencia, el deporte. Y que además se me reconozca, pues es muy bonito. Entonces, ¿qué valoración puedo hacer? Pues, que al final, como en la vida de cualquiera, he tenido un montón de situaciones, cambios, altibajos... pero creo que he sabido mantener esa fortaleza y esa resiliencia para aprovechar mi momento y buscar la oportunidad dentro del cambio.

**Te has ido a Londres a acabar Relaciones Internacionales...**

Pues, sí, porque ya me quedaba poco. Empecé a estudiar en 2016, justo después del bachillerato. Y dejé la carrera a medias porque me llamaron del CAR (el Centro de Alto Rendimiento), me ofrecían una beca para empezar a entrenar en Madrid. Fue una decisión dura, pero decidí lanzarme, intentar ir a unos Juegos, y ya después de los segundos pensé que iba siendo hora de acabar la carrera. Era el mejor momento, porque después de los Juegos a nivel deportivo hay un parón, y a nivel personal, en París no tuve el resultado que esperaba y así he podido gestionar ese duelo, cambiar un poco de aires.

**Has publicado un libro, *Lo único incurable son las ganas de vivir* (2018), estás implicada en la divulgación y eres imagen de distintas marcas... ¿te gusta ser un referente?**

Supongo, no sé. No lo veo tanto en el sentido de referente sino en aprovechar las redes sociales, la tecnología. En el colegio ya me gustaba hablar, dar mi opinión, ahora simplemente lo he llevado a un mundo más profesional. No es tanto ser un referente como saber que tengo una herramienta muy grande y cada vez más grande por la gente que me sigue y quiero utilizarla para abrir debates sobre temas que están a la orden del día, como el deporte femenino o la discapacidad.

**Es como abrir camino...**

Sí, yo me siento un poco con esa responsabilidad que te da la experiencia, lo que tú ya has vivido y ya sabes, sin crearme más lista que nadie, por supuesto... pues poder ayudar a los que vienen detrás, que hay gente que está muy perdida, que de repente le amputan una pierna y no sabe los derechos que tiene, ni las posibilidades...

**Hablando de referentes, ¿cuáles han sido los tuyos?**

Mira, a mí me definen el mundo del deporte y el de la discapacidad... En el primero, mi mayor referente ha sido Almudena Cid. Cuando ella dejó el deporte se sentía perdida, lo cuenta mucho en las entrevistas, no sabía bien qué hacer. A mí me pasó y sin haberlo decidido, por una negligencia médica, de un día para otro ya no puedes hacer gimnasia ni competir,

te sientes mal y no sabes cómo salir de ese bucle. Ella me llamó cuando estaba en el hospital y me invitó al Sky Gym, una competición anual, donde la conocí en persona. Que alguien tan conocido se interese por una niña a la que le han amputado una pierna me parece súper bonito. Y luego, a nivel discapacidad, como para muchos, Irene Villa. Se presentó en persona con su familia en Galicia y me dejó que le preguntara todo lo que quisiera. Me contó curiosidades sobre la prótesis, me dio claridad sobre un mundo que era para mí desconocido y que iba a formar parte de mi vida, lo quisiera o no. Me dio mucha tranquilidad, confianza, paz. Eso es lo que yo intento hacer ahora: al tener ya un camino hecho, ayudar.

**A pesar de que este año habías conseguido muy buenas marcas, no te llevaste medallas de París...**

Fue muy duro y aún lo estoy gestionando, pero sí que me llevo unos amigos increíbles, porque en el mundo del deporte es difícil crear amistades, el deportista es egoísta, porque te centras en ti misma, en lo que quieres, en tu rendimiento. Sin embargo, en este momento, que ha sido de los más complicados de mi vida, me han demostrado estar ahí y además lo entienden mejor que nadie, saben por lo que has pasado, lo que cuesta llegar hasta ahí, lo que fastidia, la frustración. Y luego, pues hay que hacer un poco de introspección y ver qué funciona, qué está fallando y tomar decisiones. Pero lo que te decía, no fue nada fácil, yo volví de los Juegos muy cruzada, por eso me ha sorprendido este premio, me parece muy bonito, porque solemos ser muy meritorios, nadie se acuerda del que ha quedado último.

**Has estado en los JJOO de Tokio y en los de París, ¿te apuntas a los próximos (Los Ángeles 2028)?**

Sí, bueno, primero hay el Mundial en India y cuatro años de competiciones internacionales. Queda mucho para Los Ángeles, pero aún no es el momento de retirarme.

**Bueno, decías que al retirarte te gustaría seguir vinculada al deporte, ¿cómo?**

No lo tengo claro, me gustan muchas cosas y a veces te centras en algo y te llegan oportunidades que nunca te habrías imaginado. Yo, por ejemplo, llegué al deporte olímpico de chiripa. Sí que me gusta mucho la idea de la Comunidad Europea, del Comité Olímpico Internacional, pero primero voy a acabar la carrera y a ver a dónde me lleva el viento. Me voy preparando, obviamente, porque no te va a caer nada del cielo, pero abierta a oportunidades, vaya.

«De estos diez años valoro que he sabido mantener esa resiliencia para aprovechar mi momento y buscar la oportunidad del cambio».



*Es la presidenta* de Nuevo Futuro, la entidad sin ánimo de lucro que en 1968 fue pionera en ofrecer hogares a niños en exclusión social. Desde entonces, esta asociación, cuyo nombre también es conocido por el rastrillo solidario que organiza cada año para recaudar fondos, se ha convertido en la mayor ONG en España en cuanto a acogimiento residencial de niños.

Detrás, hay historias crudas y emotivas, y niños a los que Josefina Sánchez Errázuriz recuerda con nombres y apellidos. Muchos de ellos, explica orgullosa, han salido adelante y tienen hoy sus familias y trabajos.

**¿Ha cambiado mucho la realidad que inspiró la creación de Nuevo Futuro en 1968 de la que aborda ahora?**

Antes de que la fundadora, Carmen Herrero de Garralda, creara Nuevo Futuro, los niños huérfanos y de familias desestructuradas terminaban en orfanatos masificados donde perdían su identidad, se les trataba como números. A la fundadora se le ocurrió crear hogares de acogida que proporcionaran un ambiente familiar a los menores. Los primeros llegaron del Colegio San Fernando, en Madrid, donde se rumoreaba que sufrían malos tratos. Hoy tenemos 128 hogares en el mundo con 1.825 residentes y muchas historias de éxito. Son niños que han salido adelante, que tienen trabajo y han aprendido a vivir por su cuenta, que no es fácil.

**¿Cómo son esos hogares?**

Son pisos donde viven nueve niños con educadores titulados que tienen una vocación maravillosa. Cuando son hermanos, viven juntos, no los separamos. Normalmente, llegan con falta de autoestima, inseguridades, problemas de malos tratos... Lo normal es que les cueste mucho concentrarse y necesiten atención psicológica. Tener un entorno familiar, ir al colegio del barrio, hacer amigos... les ayuda mucho. Algunos luego nos han contado lo importante que ha sido encontrarse en Nuevo Futuro con un ambiente sin gritos ni violencia, con unas normas de convivencia, de higiene y, sobre todo, cariño. Esa es su principal carencia, el cariño. El cariño es curativo porque te da seguridad en ti mismo y te ayuda a hacer amistades: si a ti te tratan bien, tú tratas bien. El papel de las madrinas de Nuevo Futuro, por ello, es importante.

**¿En qué consiste su labor?**

La madrina va una o dos veces por semana al hogar. Acompaña a los niños que están tristes porque puede que no vean a sus padres, o celebra con ellos sus cumpleaños, los lleva al cine... Es como una abuelita y ellos valoran mucho que alguien los quiera y no cobre dinero por ello. Me acuerdo de un chico que

## Josefina Sánchez Errázuriz

PREMIO COMPROMISO

POR CLARA HERNÁNDEZ

se iba a casar y vino con la novia porque esta quería que le contáramos detalles de cómo era de pequeño, si teníamos fotos de su infancia... Muchas veces, eres su referente de familia. Eso te crea un vínculo para toda la vida y para mí, personalmente, el que me sigan considerando parte de su vida es lo que más me reconforta.

**¿Hay cada vez más demanda de estos hogares?**

La demanda está creciendo. Ahora algunos niños de los que llegan a Nuevo Futuro son adolescentes y la convivencia no es sencilla. Cada vez son más espabilados porque tienen muchísima información: antes un niño de 12 años era un bebé y ahora sabe latín. Todo está en las redes, lo saben todo y eso hace que sean más conflictivos.

**¿Qué ocurre cuando cumplen 18 años?**

En un principio, cuando cumplían 18 años debían abandonar el hogar y esto les generaba mucha ansiedad porque normalmente no tienen apoyo familiar. Nosotros les intentábamos ayudar viendo si podían vivir con algún pariente o compartir o alquilar piso. Uno de nuestros chicos me contó hace poco el pánico que había sentido según se acercaba su mayoría de edad. Había estado tan a gusto en Nuevo Futuro, tan protegido... De repente, se sintió totalmente solo y desamparado.

**¿Qué solución hay hoy para esos casos?**

Hemos creado los hogares de emancipación, que les dan continuidad y apoyo cuando cumplen 18 años. Hay quince en España, cuatro de ellos, en Madrid. Allí se les orienta laboralmente, se les ayuda a buscar trabajo y, sobre todo, se siguen sintiendo protegidos. Se trata de insertar a los niños en la sociedad y procurar que tengan las mismas oportunidades que otros que sí han podido contar con sus familias.

**Uno de los proyectos de los que os sentís más orgullosos es del Proyecto Sirio. ¿En qué consiste?**

Lo pusimos en marcha en 1997 y ha tenido un éxito rotundo. Son hogares dirigidos a niños en exclusión social que tienen enfermedades mentales graves. Antes, lo único que existían eran los manicomios donde los niños estaban con adultos y no mejoraban. En el Proyecto Sirio hay dos hogares donde el personal está compuesto en su totalidad por profesionales en salud mental.

**¿España es un país solidario?**

Sí, creo que España es un país muy solidario, aunque a veces nos cuesta ver los problemas que hay a nuestro lado porque es difícil enterarse de realidades diferentes a las nuestras, fuera de nuestro propio círculo.



«El cariño es lo más importante. Es curativo porque te da seguridad en ti mismo, te ayuda a hacer amistades... Si a ti te tratan bien, tú tratas bien».

# Begoña Rodrigo

PREMIO  
GASTRONOMÍA

POR ISABEL  
LOSCERTALES

*Ser un referente* para las mujeres es su propósito. Begoña Rodrigo (Valencia, 1975) quiere demostrar que se puede triunfar en la alta gastronomía y tener pareja, hijos, tiempo para disfrutar y para quitarse la chaquetilla y vestirse de princesa. Ella lo ha conseguido. Estudió Ingeniería Industrial pero, tras enamorarse de Ámsterdam, mudarse allí y no encontrar trabajo de lo suyo, se metió de camarera de hotel, primero, y en una cocina, después. «Ya nunca me quité el delantal», sonríe. Con una seguridad arrolladora, reflexiva y hedonista a la vez, Bego –como todos la llaman– ganó el programa *Top Chef* (2013), logró una estrella Michelin y tres soles Repsol en su restaurante La Salita, en el barrio de Ruzafa, y fue nombrada Mejor Chef de Verduras de Europa y segunda del mundo en 2023, entre otros galardones.

## ¿Qué significa para ti ganar el Premio Woman?

Yo he sido coleccionista de revistas de moda toda mi vida. Soy hija y nieta de modistas, me encanta la moda. Pero, aparte de eso, me parece súper importante que las mujeres pongan en valor a las mujeres. Hace unos años estaba en contra de que nos tuvieran que premiar, no quería esa diferencia, pero luego vi que las cosas iban demasiado despacio, que seguíamos estando en el mismo sitio y que era necesario un empujón. Así, las chicas que vienen detrás pueden ver cómo yo, empezando bajo cero y sin padrinos, he conseguido tener éxito, ser madre y pasarlo bien.

## ¿Cómo ves la visibilidad de la mujer en la gastronomía?

Parece que estoy peleando por lo mismo desde hace 15 años. Estaba contenta porque tenía seis chicas en la cocina y al llegar la pandemia, vuelta a empezar. Me cuesta muchísimo encontrar mujeres, y eso que tenemos un horario que es de tres días y medio a la semana, es exigente pero no es tan duro.

## ¿Nunca te dio por meterte de modista?

De jovencita trabajaba de camarera en discotecas y me hacía mi ropa. Era la época de las Mama Chicho y me hacía los vestidos base y luego cosía unas flores en los pechos [risas]. Pero más que la moda a mí me gusta el interiorismo. Y hace 30 años no era una carrera oficial, no le podía decir a mis padres que quería eso. Me apunté a Ingeniería de Diseño Industrial solamente porque ponía *diseño* en el título [risas].

## Este 2025 tu restaurante insignia, La Salita, cumple 20 años, ¿qué balance haces de toda esa trayectoria?

Abrí el restaurante sin ninguna pretensión y, por aquel entonces, no había redes, las cosas iban despacio, te podías equivocar y empezar otra vez. Ahora los jóvenes abren restaurante pensando que, o en seis meses te dan una estrella o estás muer-

to. Nadie tiene paciencia. Nosotros tardamos 14 años en conseguirla. Aunque es cierto que ni la esperábamos, ni la buscábamos, ni siquiera teníamos muy claro por qué venía la gente al restaurante. Estoy muy orgullosa del camino porque hemos peleado, llorado, reído, pero sobre todo nos lo hemos pasado pipa.

## La investigación es importante en tu cocina.

Cuando empecé, la inseguridad me mataba y hacía cosas ricas pero sin personalidad. Al decidir quedarme en Valencia necesitaba enamorarme del lugar y empecé a investigar lo que se cocinaba aquí y a trabajar de tú a tú con los huertanos. Soy curiosa y siempre quiero saber más y hemos acabado haciendo nuestros vinagres, encurtidos y chacinería vegetal, cosas que dan valor al restaurante.

## ¿Cómo definirías tu cocina?

Es preciosista, reflexiva, muy de territorio y sabrosa. Siempre me peleo con este último punto porque hay quien dice que las mujeres hacemos cocina elegante pero sin gusto, qué cosas... Cuando nos mudamos al nuevo local ya se cerró el círculo: tanto el espacio como la cocina es lujo contenido, simples por fuera, complejos por dentro.

## Cuando se publique esto ya habrá pasado el evento Desde Valencia por Valencia, con cenas gastronómicas celebradas el 13 de diciembre en beneficio de los afectados por la DANA. Una idea promovida por ti, Ricard Camarena y Quique Dacosta, ¿cómo surgió?

Ricard iba a hacer una cena para los empresarios valencianos, pero cuatro de ellos fallecieron en la DANA y quisieron cancelarla. Ricard les propuso, en su lugar, hacer una cena benéfica y ahí nos hinchamos y empezamos a implicar a cocineros de todo el mundo. Se implicaron mil. La comunidad de los cocineros es increíble: nos entendemos, nos queremos y todo el mundo es generoso. ¡Se creó una bola de nieve de solidaridad brutal! Y todo 100% transparente con sello Bureau Veritas, nos jugamos toda nuestra credibilidad.

## ¿Cuál es la mejor comida o cena para ti?

El pollo asado con champán que comía con mis abuelos, a quienes echo mucho de menos. Mi abuela era una hippie maravillosa que soñaba con ser rica. Y en el presente, con otra persona maravillosa, mi novio Pepe Solla. Me trae carneiros, vino, y nos vamos en su barquito a *picotar*.



«La Salita cumple 20 años y estoy muy orgullosa del camino. Hemos peleado, hemos llorado y reído, pero sobre todo nos lo hemos pasado pipa».

*Inmerso* en el lanzamiento de su nuevo disco, este mes de enero, el cantante onubense que desgrana sentimientos y conquista corazones desde que salió de la academia de *Operación Triunfo*, hace ya 21 años, nos atiende con la amabilidad y la humildad que le caracterizan. Es un tipo auténtico.

**¿Qué significa para ti este premio, tú que has recibido tantos, incluida la Medalla de Andalucía, en 2016?**

Uno nunca se acostumbra. Cada disco, proyecto o canción es para mí como empezar de nuevo. Lo entiendo como un reconocimiento al momento tan dulce que estoy viviendo desde hace un tiempo, este ha sido un gran año que culmina toda esta última época, de las mejores de mi carrera.

**En la gala has sido el único hombre entre muchas mujeres inspiradoras, ¿a qué mujer admiras tú especialmente?**

Me siento impresionado por todas sus historias, porque además se parecen a la mía, al final, todos venimos de lugares y vivencias diferentes pero compartimos el mismo espíritu de lucha y las ganas de agarrarnos a nuestros sueños, me hizo sentir muy orgulloso estar en ese elenco. Si tengo que elegir a una mujer, te diría mi madre, una luchadora que ha dado su vida por los demás, su capacidad de esfuerzo la tengo muy arraigada, por eso yo nunca he sido de tirar la toalla, en los momentos difíciles he sacado mi pundonor y he tirado para adelante.

**Si pudieras, ¿qué le dirías a tu yo de hace 21 años?**

Le tengo mucho cariño a aquel chaval, pero le diría que nada es para tanto, que el mundo es mucho más amplio, que no se trata solo de cantar. Es verdad que hay que enfrentarse a muchos miedos y a una industria en la que hay que ir ascendiendo como si fuera un edificio sin tener herramientas, pero no todo es a muerte. Yo tenía una ansiedad metida en el pecho continuamente, era muy responsable con mis sentimientos, y lo sigo siendo, pero aquello no se lo aconsejo a nadie. Con la experiencia eso se va aplacando. A la gente joven ahora la veo con más descaro, más echada para adelante, más libre.

**En directo conectas de forma intensa con el público, ¿cómo consigues esa magia?**

El escenario me libera, me cura, por eso me enciendo tanto sobre él y me vuelvo mi mejor versión. Cuando fluyo, lo transmito, igual que cuando no estoy bien se me nota, cuando brillo o emano cosas desde dentro, también... Y encima me están saliendo bien las cosas. Tengo gran capacidad de aprendizaje, siempre me han dicho que soy como una esponja, y es verdad.

**Es difícil pero, ¿qué canción elegirías de todo tu repertorio?**

Me quedo con las que voy a sacar en mi nuevo disco porque ahora estoy más apegado a ellas. *Que nadie* significó mucho, para otras personas y también para mí a nivel compositor.

## Manuel Carrasco

PREMIO MÚSICA

POR MYRIAM SERRANO

**¿Qué nos puedes avanzar de este nuevo disco?**

Bueno... que es algo totalmente diferente. Siento que con *Corazón y flecha* (2022) cerramos una trilogía. Ahora rompo, también en imagen, todo está en sintonía. De momento no te puedo decir más, ya queda muy poquito.

**Hablando de imagen, parece que te has vuelto más atrevido...**

Lo he sido toda mi vida, creo que es porque la inquietud artística siempre está ahí. Me encanta probar, yo cuando tenía 18 años era bastante llamativo, me gustaba marcar la diferencia, luego pasé por otras etapas, por probar cosas nuevas. Pero sobre el escenario puedes jugar más, meter color y brillos, usar cosas más especiales. De hecho, es un lugar más alto, en el que la luz y el estilismo te dan una fuerza especial.

**En tu concierto en el Bernabéu permitiste que las parejas se pidieran matrimonio. ¿Eres tan romántico como parece?**

Mi mujer no diría lo mismo (risas). De verdad, no creo que sea muy romántico, o al menos no el típico, pero sí es cierto que miro la vida con cierto romanticismo y belleza, soy una persona sensible.

**¿La familia lleva bien tu fama?**

Yo te diría que sí, porque hay momentos de mucha distancia, es verdad, pero también mucha libertad. Hay trabajos mucho más complicados, soy un privilegiado, mis niños se han acostumbrado a este tipo de vida, yo hubiera deseado una infancia como la de ellos, ¡si han viajado más que yo en mis primeros 25 años de vida y han ido a todos sitios! Viajo también mucho con ellos, la gran parte de mis días los llevo yo al colegio, algo que muchos padres no pueden hacer. Hoy los he llevado, y mañana también, mis padres no podían hacerlo, valoro la parte buena.

**Tras años viviendo en Madrid, ¿echas mucho de menos tu tierra, Huelva?**

Soy un nostálgico de mi tierra, por eso voy a menudo. Mi vida cambió por completo de un día para otro, por eso me gusta aferrarme a aquella vida, tan diferente, junto al mar, de costumbres marineras y sencillas, el hablar con todo el mundo. Y ahora que todo es al contrario le doy un valor indescriptible. En mis canciones se nota ese anhelo, te invito a escuchar *Y Soy* (*Corazón y flecha*) dedicada a mi pueblo.

**¿Qué queda de aquel niño de Isla Cristina?**

Guardo ingenuidad, inocencia, capacidad de sorprenderme, sentir que no lo tengo todo ganado, que hay que mantener el esfuerzo. Tengo al niño que fui bastante despierto, eso a veces te hace sufrir pero lo prefiero, me gusta sentirlo.



«El escenario me salva de todos mis males, saca lo mejor de mí. Me siento tan bien, tan realizado, que fluyo y eso se transmite, así se crea esa magia».

# Sandra Choi

PREMIO  
DISEÑADORA  
INTERNACIONAL

POR ESTER AGUADO

*Jimmy Choo nació* a finales de la década de los 90 de la mano del tío de Sandra, fabricando zapatos que no se encontraban en ninguna parte.

**¿Cómo se convierte una marca en emblema mundial del lujo en menos de 30 años?**

La marca se fundó con un espíritu emprendedor en una época increíble para la moda, aunque los zapatos y los accesorios no tenían entonces tanto estatus como las prendas de vestir. La cultura pop y las celebrities impulsaron nuestro éxito mundial en la alfombra roja, dando a conocer la marca con el famoso momento «I lost my Choo!» –pronunciada por Carrie Bradshaw, la protagonista de *Sexo en Nueva York*–. Crecimos rápidamente –incluyendo ya bolsos, productos masculinos, fragancias y gafas–, formando parte de la conversación cultural en el cine, la televisión y el arte. La experiencia, la calidad y la artesanía nos han dado la reputación de crear no solo zapatos con un bonito diseño, sino también cómodos que, a su vez, hacen que la gente se sienta segura de sí misma y con poder. También fuimos pioneros en aprovechar los medios digitales y el e-commerce, asociándonos con el portal Net-à-Porter. Nuestras campañas de publicidad tuvieron siempre un punto de vista que subrayó nuestro estatus de estilo de vida de lujo. Nuestras boutiques propias se establecieron en los primeros cinco años en Londres, Nueva York, Los Ángeles y Las Vegas y ahora tenemos más de 200 tiendas en todo el mundo. La clave del éxito es seguir equilibrando la marca con el comercio, la narración de historias con productos bellos, y seguir evolucionando sin dejar de ser atrevidos. Somos una empresa dirigida por mujeres –su CEO es Hannah Colman– emprendedoras.

**¿Hasta qué punto asociarse a series como *Sexo en Nueva York*, *Gossip Girl* o *Las Chicas Gilmore* fue decisivo en el éxito?**

Fueron momentos muy importantes para nosotros porque consolidaron a Jimmy Choo en la vanguardia de ese clima cultural dominante. ¿Y sabes lo interesante? Que todo ese ambiente de principios de los 2000 forma parte de la conversación actual con una nueva generación. Descubren estas series por primera vez y las contemplan desde una perspectiva diferente.

**Pero ahora estáis más asociados con las grandes divas de la música como Beyoncé, Dua Lipa o Charlie XCX...**

En general, estamos asociados con muchos momentos: desde alguien que sueña con un par de nuestros zapatos para su día especial, hasta el instante estelar en el que todos los ojos están puestos en ti para subir a actuar. Estamos orgullosos de ser ese amigo de confianza que participa en un momento importante. Es un privilegio trabajar con talentos tan reconocidos en todo

el mundo, pero también un orgullo vestir a tantos clientes para momentos especiales de sus vidas. Jimmy Choo tiene el poder de poner lo extraordinario en lo ordinario.

**Además de zapatera, también diseñas marroquinería y alguna línea de ropa. ¿Qué transforma más un estilismo: un bolso o unos zapatos?**

Para ser honesta, los zapatos tienen más poder de completar o romper un outfit solo porque en la mayoría de las ocasiones se espera eso de unos zapatos... Sin embargo, ¡el bolso equivocado puede ser una decepción!

**Empezaste en la empresa a los 24 años: después de tanto tiempo, ¿dónde encuentras la inspiración?**

¡En todas partes! Como creativa estás abierta a todas las formas de estímulo. Me inspiro a diario en la gente que me rodea y en el street style. La fotografía es una fuente constante de inspiración y tengo una amplia colección de libros sobre foto de moda, arte y diseño que me sirven de referencia. También me gusta entender los sutiles cambios de silueta de las próximas temporadas, como el aspecto que tendrá un zapato con la estructura de distintas faldas o cómo quedará un bolso en un brazo bajo una manga con un corte diferente.

**La clave de tu éxito es...**

Tener la mente abierta, no dejar nunca de aprender y ser siempre curiosa. Creo que como marca somos valientes y siempre capaces de aceptar cambios en nuestra industria. Desafiar la norma con la razón adecuada y emocionarte con lo nuevo. Creo que todo está conectado, pero no todo tiene que ver con lo que uno representa.

**Una mente creativa no descansa jamás, ¿tú cómo desconectas?**

Tengo otra vida... Soy madre, esposa, hermana y amiga, así que tengo suficiente para desconectar de Jimmy Choo cuando elijo hacerlo. Conciliar la vida laboral y personal es algo que canalizo... no soy la mejor en ello, pero cuando hay tiempo de ocio, lo aprovecho.

**¿Lo has tenido más complicado por ser mujer?**

En la industria de la moda puede ser duro. Elegí tener una familia además de mi empresa, así que eso ya es doble trabajo, mucho que organizar. Sin embargo, con la evolución de nuestra compañía y de los equipos a lo largo de los años, hemos establecido una maravillosa cultura de apoyo que perdura y anima.

«¿La clave del mi éxito con Jimmy Choo? Tener la mente abierta, no dejar nunca de aprender y ser siempre curiosa. Hay que desafiar, emocionarte y cambiar si es necesario».



# ¡HOLA 2025!

ENLACE AL CANAL  
x.com/byneontelegram  
Descarga el código QR



## TRIUNFO EN VENECIA

Adrian Brody, protagonista de *The Brutalist*, ovacionado durante la presentación del filme en el Festival de Venecia. A su dcha., el director Brady Corbet y los intérpretes Felicity Jones y Guy Pearce.

byneon  
Neon147

byneon  
Neon147

## LO QUE HAY QUE VER



### A REAL PAIN

Dirigida, escrita y protagonizada por Jesse Eisenberg –junto a Kieran Culkin– esta road movie de dos primos en busca de sus raíces familiares en Polonia –tour por el holocausto incluido– divierte y conmueve a la vez.



### HERETIC (HEREJE)

Hugh Grant ofrece su cara más diabólica en esta cinta de terror, uno de los mejores estrenos en EEUU de la reconocida productora A24. Pobres de las jóvenes misioneras que se meten en casa de Hugh.



### DESMONTANDO UN ELEFANTE

Si te gustan las historias de relaciones madre-hija, no puedes perderte la ópera prima de Aitor Echeverría, con unas Emma Suárez y Natalia de Molina espléndidas. Intimista y conmovedor retrato familiar.

# LOS ESTRENOS QUE TE HARÁN IR MÁS AL CINE, LOS LIBROS QUE QUERRÁS PEDIR A LOS REYES MAGOS, LAS SERIES PARA DISFRUTAR BAJO LA MANTA Y LAS CITAS QUE TE HARÁN LEVANTARTE DEL SOFÁ: CON ESTAS PROPUESTAS CULTURALES EMPEZARÁS EL AÑO CON MUY BUEN PIE.

POR ISABEL LOSCERTALES

"*The Brutalist*" causó sensación en el Festival de Venecia, donde Brady Corbet fue galardonado con el León de Plata a la mejor dirección. El filme también se llevó el Premio Fipresci. Y seguro que no se va de vacío en los Oscar. Su protagonista principal, Adrien Brody, suena en todas las quinielas. Curiosamente, lo recogería con un personaje con cierto paralelismo con *El pianista* (2002), el filme por el que se llevó una estatuilla. Pero, ¿de qué va *The Brutalist*, el inmenso drama de tres horas y media que se estrena el 24 de enero?

El largometraje narra la vida de un arquitecto judeo-húngaro y de estilo brutalista, László Toth (Adrien Brody). No existió de verdad, pero se inspira en artistas como Louis Kahn, Mies van der Rohe y, sobre todo, Marcel Breuer. Toth, tras sobrevivir al holocausto, huye a Estados Unidos para reconstruir su vida y, más tarde, su matrimonio: su mujer (Felicity Jones) queda atrapada

una década en Europa hasta que puede volar junto a él. «*The Brutalist* –explica Corbet– examina el modo en que la experiencia inmigrante refleja la artística, en el sentido de que, cuando emprendes algo atrevido, audaz o nuevo –como el Instituto László que crea en el transcurso de la película–, sueles recibir críticas por ello. Luego, cuando pasa el tiempo, te idolatran y te rinden homenaje». También nos habla de lo tóxico de ese sueño americano, que Toth creará posible gracias a un rico mecenas de Pensilvania interpretado por Guy Pierce.

El rodaje duró siete largos años, en los que tanto Adrian Brody como Felicity Jones cumplieron el reto de aprender el difícil idioma húngaro. Brody partía con ventaja: su madre nació en Budapest. «Para poder encarnar a László Toth –aclara el actor–, tuve que construir un personaje con una base verídica. Me centré en dos profundas influencias de mi vida: crecer como hijo de una refugiada húngara y representar las memorias de Wladislaw Szpilman tal y como se narran en *El pianista*. Aunque se trata de dos personajes totalmente distintos, los meses invertidos en investigar y conectar con el pasado de Szpilman y los horrores de esa época es una experiencia que sigue atormentándome y que me ha brindado una comprensión emotiva de las desgarradoras experiencias y pérdidas que conforman el viaje de László a Estados Unidos».

Brady Corbet, experto en el género histórico (antes había rodado *La infancia de un líder* y *Vox Lux: El precio de la fama*) y autor del guion junto a Mona Fastvold, borda una historia que, según los críticos, está destinada a convertirse en un clásico. Es tan monumental como la arquitectura brutalista.



## Un gran papel

En "*The Brutalist*", Adrien Brody da vida a un arquitecto brutalista húngaro que, tras la Segunda Guerra Mundial, huye a Estados Unidos en busca del sueño americano. Encontrará un mecenas, pero nada es a cambio de nada.



## HOMBRE LOBO

La productora de referencia en el género de terror, Blumhouse, estrena este blockbuster sobre el legendario licántropo. Julia Garner tratará de salvar a su hija de las garras de su marido, que sufre una extraña metamorfosis.



## LA SEMILLA DE LA HIGUERA SAGRADA

En la encendida Teherán de 2022, al grito de "Mujer, vida y libertad", un juez sospecha que su mujer y sus hijas le han robado su pistola. Un valiente filme de denuncia.



## VIVIR EL MOMENTO

La película romántica nos llega de la mano de dos intérpretes con mucha química: Florence Pugh y Andrew Garfield. Pasado, presente y futuro se entremezclan en esta historia que te tocará la fibra.

## LIBROS BAJO EL ÁRBOL

**1. Kyoto Serenity**, de François Simon (Assouline, 105 €). Un hermoso homenaje a la ciudad japonesa, famosa por sus templos, cerezos floridos, arquitectura tradicional de madera y, sobre todo, por su serenidad. **2. Theodoros**, de Mircea Cartarescu (Impedimenta, 25,95 €). El aplaudido autor rumano cambia de rumbo con esta épica novela de aventuras. Relata la vida de Tudor, hijo de sirvientes en Valaquia que ambiciona convertirse en emperador. Y hay ambiciones que no tienen límite. **3. Los 80. Historia de una década**, de Henry Carroll (Lunwerg, 49,50 €). El aeróbic, *Dinastía*, *Dirty Dancing*, las hombreras o la caída del muro de Berlín. La memoria visual de una de las épocas más audaces del siglo XX, ideal para nostálgicos redomados. **4. Sabores de Italia. Tutta la cucina italiana**, de François-Régis Gaudry (Cinco Tintas, 59,95 €). 400 páginas, 300 temas, 1.200 fichas de producto, 250 recetas de culto y un formato XXL con apetitosas fotografías conforman esta verdadera enciclopedia de la gastronomía italiana. Los más cocinillas de la casa, alucinarán (y disfrutarán de lo lindo) **5. Manifiesto criminal**, de Colson Whitehead (Random House, 22,90 €). La segunda entrega de Ray Carney tras *El ritmo de Harlem*, nos traslada de nuevo al peligroso barrio neoyorquino de los años 70, cuando la corrupción y el crimen viven su apogeo. Un thriller policial escrito con la calidad del dos veces Premio Pulitzer. **6. La isla de la mujer dormida**, de Arturo Pérez-Reverte (Alfaguara, 22,90 €). Aventuras en el mar, amor y guerra con la pluma inconfundible del bestseller español y muy al estilo de *El Italiano*. Ambientada en 1937, la historia la protagoniza Miguel Jordán Kyriazis, un marino enviado al Egeo para interceptar la ayuda soviética a la República. Allí se verá envuelto en un triángulo amoroso con el barón Katelios y su seductora esposa. >



## - TRES SERIES PARA REFUGIARTE EN EL SOFÁ -

Amor y desamor, crimen e intriga política o drama fantástico: títulos españoles recién estrenados y perfectos para un maratón invernal.



### Los años nuevos

La excelente serie de Rodrigo Sorogoyen sobre la montaña rusa sentimental de una pareja, acaba de estrenar su segunda parte (episodios 6 al 10) en Movistar Plus+.



### 1992

La miniserie de Álex de la Iglesia y Jorge Guerricaechevarría para Netflix es un absorbente thriller sobre un asesino con una peculiar firma: el Curro de la Expo'92.



### Invisible

Esta conmovedora miniserie, adaptación de la novela de Eloy Moreno, narra la historia de un chico de doce años que ha sufrido un accidente del que nada se sabe.

Agárrate,  
que vienen  
cuores.

# cuore.es

DESCÚBRELO...  
CADA SEGUNDO ONLINE

 @cuore

 @cuore

 facebook.com/cuore

 cuore.es

**7. La tortuga del abuelo Ginés**, de Sandra Comas y Eugènia Trallero (Alba, 16,95 €). Un cuento bellamente ilustrado que emocionará a los grandes y reconfortará a los pequeños, gracias a su mensaje de aceptación de la pérdida de un ser querido. Las personas que amamos siempre estarán con nosotros.

**8. Archivo Nómada. Vol II**, de Alberto García Álix (Editorial Cabeza de Chorlito, 50 €). Continuación de la recopilación de las primeras fotografías del genial fotógrafo español, hasta ahora inéditas. Este tomo, de 736 páginas, incluye cerca de 2.500 obras realizadas entre 1982 y 1986, en plena transición y movida madrileña.

**9. Ni me gusta mi cuello ni me acuerdo de nada**, de Nora Ephron (Asteroide, 25,95 €). Si tienes sentido del humor y no conoces la obra de la guionista de *Cuando Harry encontró a Sally* no sabes lo que te estás perdiendo. Ahora tienes una buena oportunidad de descubrirla: acaban de reunirse en un único volumen ilustrado dos de sus libros más icónicos: *No me gusta mi cuello* y *No me acuerdo de nada*. Su ironía y sus reflexiones desternillantes harán reír especialmente a las mujeres a partir de los 40 años.

**10. Rosalía de la A a la Z**, de Marta Salicrú (Libros Cúpula, 19,95 €). Las fans de Rosalía no pueden no tener este viaje por su universo creativo, planteado como un diccionario de cien palabras que recoge su fusión musical, su estilo y su influencia. Una biografía cero oficial.

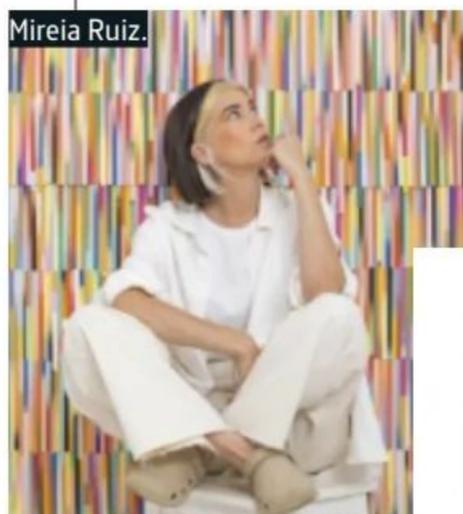
## - 4 CITAS TOP -



Caperucita en Manhattan.



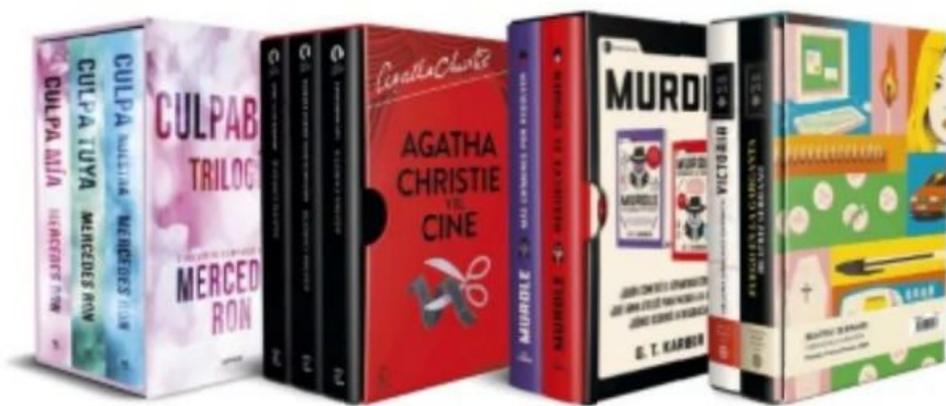
La otra bestia.



Mireia Ruiz.



Ángeles Toledano.



## - ESTUCHES REGALO -

Las adolescentes se entusiasmarán con la trilogía romántica **Culpables**, de Mercedes Ron (Montena, 62,95 €), en plena adaptación en Prime Video con Nicole Wallace. Para cinéfilos y amantes de la novela negra, el pack **Agatha Christie y el Cine** (Espasa, 47,70 €) es un regalazo. Incluye *Muerte en el Nilo*, *Asesinato en el Orient Express*, *Las Manzanas* y un librito sobre los filmes. ¿Eres de las que te avanzas a la trama deduciendo quién es el criminal? Apúntate a la **Murdlemania** y autorregálate el **Escuche Murdle** (Temas de hoy, 38,50 €), con 200 casos que tendrás que resolver tú misma. El **Estuche Premio Planeta 2024**, con *Victoria*, de Paloma Sánchez-Garnica y *Fuego en la garganta*, de Beatriz Serrano (Planeta, 45,80 €) seguro que es de los más pedidos a los Reyes.

### CAPERUCITA EN MANHATTAN

En el Centenario de Carmen Martín Gaité se estrena la adaptación teatral de una de sus novelas más icónicas, a cargo de Lucía Miranda y con las actrices Carolina Yuste, Mamen García, Miriam Montilla y Carmen Navarro. En el Teatro Abadía del 23 de enero al 23 de febrero.

### LA OTRA BESTIA

Ana Rujas, una de nuestras creadoras más interesantes, publicó en 2023 este libro en el que explora el monstruo que habita dentro de nosotros. Esa misma indagación la lleva ahora a escena a través de una obra homónima que estará en la Nave 10 Matadero del 9 de enero al 2 de febrero.

### ENTRE COLORES

Una fabulosa explosión cromática te espera en la exposición de Mireia Ruiz, una creadora barcelonesa con una gran proyección. *Entre colores* es su primera muestra individual y podrás verla hasta el 18 de enero en LastCrit (Barcelona).

### INVERFEST

Un total de 102 conciertos acogerá el festival de invierno de Madrid, que este año se expande a Zaragoza y Bilbao (Negufest). Gran cartel con Ángeles Toledano, M<sup>a</sup> José Llargo, Rodrigo Cuevas, Rita Payés, Xael López, Judeline, Coque Malla, cuatro shows sorpresa, y mucho más. [inverfest.com](http://inverfest.com)



- LAS MEZCLAS MÁS SORPRENDENTES Y ORIGINALES -

# BARCE, EL DJ MÁS buscado

A sus 26 años, BARCE cuenta con una gran carrera en la industria a nivel profesional. Su conexión con la música desde muy corta edad le ha hecho adquirir grandes conocimientos en el sector y un gran dominio en la cabina a día de hoy.

*Su personalidad hace de sus sesiones* una experiencia única, dinámica, enérgica y muy divertida, que consigue a través de unas mezclas rápidas, originales y sorprendentes. Además, destaca por una gran empatía con el público. A lo largo de sus diez años de carrera, ha formado parte del cartel de grandes eventos y festivales como: Pachá Ibiza, Hard Rock Ibiza, Starlite Festival, Arenal Sound, Medusa, Zevra, A Summer Story, entre otros ... y compartiendo cartel con referentes mundiales como: Bad Bunny, Quevedo, Black Eyed Peas, Rauw Alejandro, Myke Towers ... Ha hecho recientes giras por Estados Unidos, América del Sur y Europa. BARCE uno de los DJs con mayor proyección en el panorama musical nacional y europeo en los próximos años.

**¿Cómo empezaste en este mundo? ¿Por qué elegiste ser DJ?**  
Ya desde pequeño me alucinaba ver conciertos por la televisión con los cuales me quedaba embobado. Sin embargo fue unos años más tarde cuando fue el 'boom' de los festivales los cuales veía desde mi casa por streaming y le pedí a mi madre un curso de Dj por mi 16 cumpleaños. Y desde ese primer curso me enamoré locamente de este hobby, y hoy es mi profesión.

**¿Cuál ha sido el momento más importante de tu carrera?**  
La verdad es que no podría quedarme solo con uno, pero si es verdad que mi actuación en Pachá Ibiza, o la presencia en festivales como Arenal Sound, Starlite Festival, Medusa o Zevra han sido de los shows más importantes de mi carrera.

**¿Cómo eliges qué canciones mezclar?**

Voy fluyendo, también me fijo mucho en como está el público en ese momento, la energía... Al final, es un cúmulo de cosas, pero sobre todo hacer de las sesiones una experiencia única.

**¿Prefieres festivales, eventos como el de WOMAN, clubes...?**

Creo que cada evento o festival tiene su encanto. Al final, creo que lo bonito de esta profesión es disfrutar de cada actuación.

**¿Hay algún artista o DJ con quién quisieras colaborar?**

Admiro a muchísimos. Pero me encantaría colaborar con Rels B, Dj Nano, Inazio, Hey Kid, Q2...

**¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre? ¿Cómo te cuidas?**

Soy un loco del pádel, me encanta el deporte, el cine, viajar... soy disfrutón. Y por supuesto, comer, buen vino y compañía. Siempre que puedo, hago entrenamientos semanales, cuido la alimentación y el tiempo de descanso mental.

**¿Cuál es el mejor consejo que te han dado?**

Tiempo al tiempo, en esta profesión nunca sabes cuando pueden llegar las oportunidades. Y que siempre me recuerda mi madre: que nada cambie tu forma de ser y tu personalidad.

**¿Qué crees que distingue a un buen DJ de una estrella?**

Su presencia en el escenario, su empatía con el público, su energía, su manera de transmitir, eso es lo importante.

**Si no fueras DJ, ¿a qué te dedicarías?**

Seguro que algo relacionado con los eventos y el marketing, que fue lo que estudié.

- ENTREVISTA -

# UNA VOZ con alma

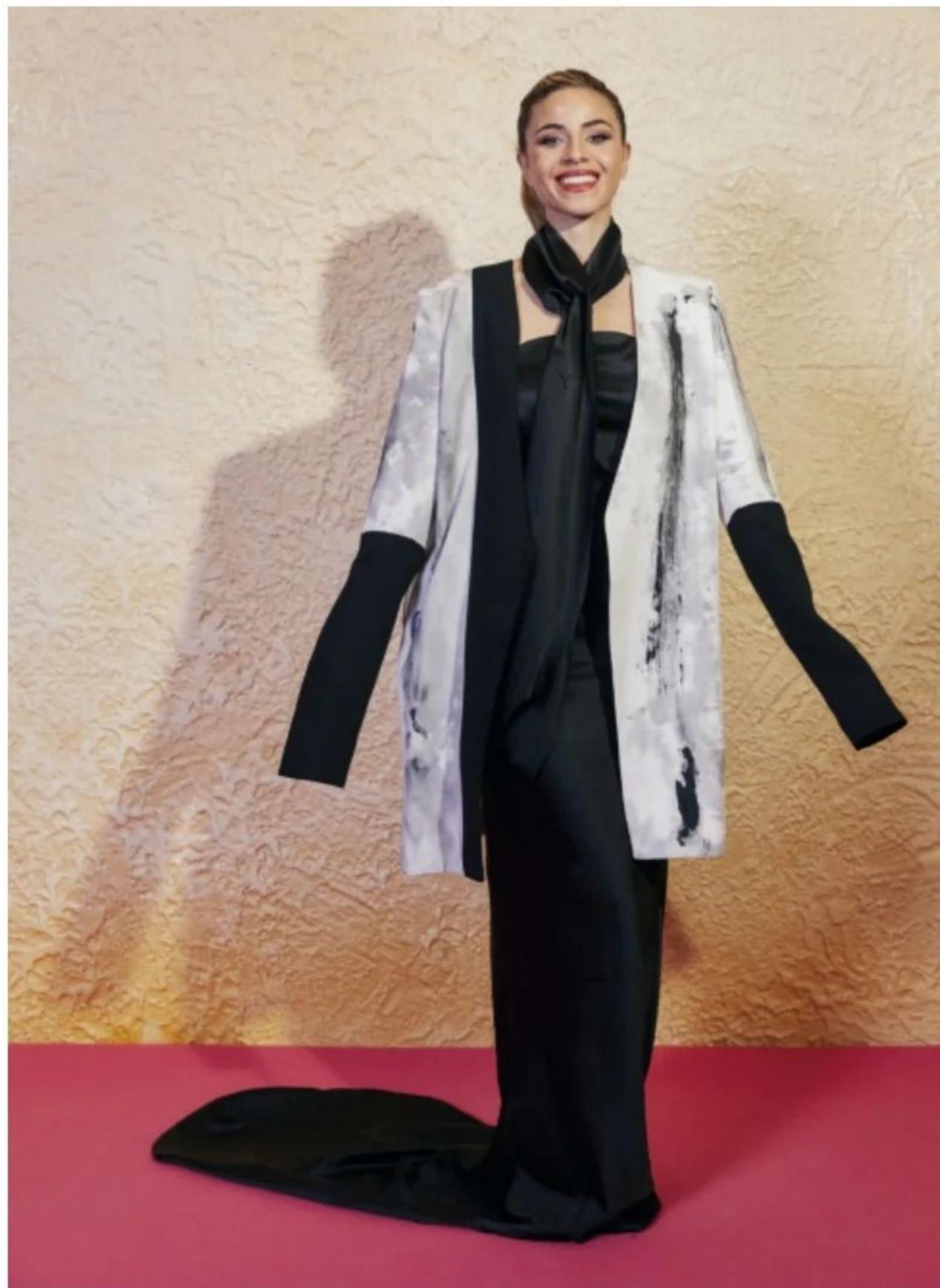
Talía del Val se ha convertido en un referente en el teatro musical. Tras encabezar títulos como *Los miserables* o *La Bella y la Bestia*, ahora protagoniza con gran éxito *El Fantasma de la Ópera*, su papel más complejo y exigente.

POR ISABEL LOSCERTALES  
FOTO ALEX RIVERA

*Es la reina* de los musicales, uno de los géneros escénicos más exigentes, pues te obliga a dominar a la vez el arte del canto, la interpretación y el baile. Después de protagonizar algunos de los títulos más sonados del *Broadway madrileño*, Talía del Val (Madrid, 1988) triunfa con el clásico *El Fantasma de la Ópera*, que acaba de prorrogar su segunda temporada en el UMusic Teatro Albéniz hasta el 28 de febrero. En esta aplaudida versión de Andrew Lloyd Webber, Talía da vida a la icónica soprano Christine Daaé, de quien se enamora un personaje enigmático y atormentado que se esconde en la Ópera de París y que interpreta un magnético Gerónimo Rauch. Completa el triángulo el apuesto vizconde Raoul de Chagny (Guido Balzaretti). Hablamos con la protagonista de uno de los títulos más longevos, premiados y espectaculares de la historia de los musicales.

**Comenzaste tu carrera en el teatro musical con *High School Musical*, en 2007, con 19 años, aunque antes ya habías trabajado en cine, publicidad y televisión. ¿Especializarte en teatro musical fue por casualidad o ha sido algo buscado?**

Fue por casualidad. Yo estaba formada desde pequeña en las tres disciplinas: canto, baile y actuación. Pasé por el conservatorio y estuve



siete años estudiando. Cuando surgió la audición de *High School Musical* en realidad yo estaba estudiando primero de Filología Inglesa. Fueron mis amigos los que me animaron a que me presentara, pero yo nunca me había visto haciendo teatro musical.

**¡Y, sin embargo, eres todo un referente!**

Sí, es bastante curioso. Todas las personas de mi alrededor –familia, amigos y profesores–, me han llevado por ese lado del arte y, al final, he sentido que este era mi lugar

**¿Qué es lo que más te atrae de este género?**

El teatro musical te cambia. Cuando ves una obra, la mezcla de música e interpretación, alude a las emociones de una manera muchísimo

## EMOCIÓN A FLOR DE PIEL

Talía del Val fue la protagonista de la actuación de la gala de los VIII Premios Woman, junto a sus compañeros Gerónimo Rauch y Guido Balzaretti.

## «Christine Daaé es el personaje más complejo que he interpretado. Es como tener encendidos todos los fuegos a la vez».

más bestia que cualquier otro género. Hay musicales más íntimos, pero a menudo la orquestación y la escenografía son enormes y consiguen una inmersión que logra removerte.

**Has trabajado en *High School Musical*, *Mamma Mía*, *Los Miserables*, *La Bella y la Bestia*, *El Médico. El Musical*, *Lady Be Good*, *West Side Story* y, ahora, *El Fantasma de la Ópera* ¿Cuál ha sido el mayor desafío de toda esta carrera tan prolífica?**

Cada papel ha sido un desafío porque, además, han sido todos tan diferentes... Uno pop, otro lírico, de los años 90, de fantasía, realista... todos han sido un reto, la verdad. Sin duda, uno me ha llevado al otro, cada uno ha sido un escalón para llegar al siguiente. Pero sí tengo que decirte que *Los Miserables* me abrió el mundo lírico, del que me enamoré. A partir de ahí, la mayoría de mis trabajos están más enfocados a mi parte soprano.

**¿Qué supuso para ti conseguir un personaje icónico como es Christine Daaé de *El Fantasma de la Ópera*?**

Fue extraño porque era un papel que siempre quise hacer pero nunca pensé que lo viviría. Ni siquiera sabía que la obra iba a venir a Madrid, pero es que además me pillaba en un momento de mi vida en el que yo ya estaba en otro carril, pues estaba estudiando Dirección Escénica. Aun siendo inesperado, era algo que no podía no hacer, lo tenía que vivir.

**¿Qué es lo que más te fascina de interpretar a Christine?**

Es el papel más complejo que he tenido que interpretar en toda mi vida. Ya no solo por la complejidad del personaje en sí; a nivel profesional es como tener encendidos todos los fuegos a la vez y tener que estar manejándolos todos. Creo que hay pocos personajes que te enseñen y que te demanden tanto. En otro momento de mi vida no hubiese podido hacerlo, llevo dos años interpretando un papel que es como tener un ataque de pánico durante dos horas y media [risas]. Esta chica está en tensión desde el primer segundo y no hay momento de relajación. Va in crescendo y no salgo de escena más que para cambiarme rápidamente. Es mucha demanda a nivel emocional, de energía y del control del aparato fonador, así que tienes que estar sumamente preparada. Es una de las tops pero, sin duda, es una gran responsabilidad.

**Acaba de prorrogarse por segunda vez hasta el 28 de febrero, ¿por qué crees que gusta tantísimo?**

Es una obra de arte. Estás en una fantasía, hay crueldad pero también romanticismo... Es un musical que lo tiene todo y, luego, esta propuesta es diferente. Yo la había visto muchas veces en Londres, pero la nuestra visualmente gana. Atrapa.

**¿Qué se siente arriba en el escenario?**

Después de tantísimos años no puedo evitar sentirme en

la posición del público: ellos han ido allí a ver lo mejor. Me siento la anfitriona: tengo que dar lo mejor de mí para que la gente salga diciendo, ¡guau, qué bien lo he pasado!

**¿Cuál es el tema que cantas y que sigue emocionándote como el primer día?**

Sin duda, la canción del cementerio. La llamamos así pero se titula *Wishing You Were Somehow Here Again*. Hay días que tengo que controlar porque se me pone un nudo en la garganta.

**Estás estudiando Dirección Escénica. Cuéntanos.**

Siempre quise ser directora. Cuando era niña, de cine, luego el teatro me enamoró. El 2 y 3 de abril nuestro en la RESAD mi proyecto *Midsummer Fest*, una actualización de la obra *Sueño de una noche de verano*. Mi idea es continuar por este nuevo camino, la parte creativa me hace feliz.



### EN EQUIPO

**Talía del Val** (Christine Daaé), **Gerónimo Rauch** (el fantasma), a la izda., y **Guido Balzaretto** (Raoul de Chagny) protagonizan *El fantasma de la Ópera*, hasta el 28 de febrero en el UMusic Teatro Albéniz. Talía asegura que sus compañeros le dan estabilidad: «Nos conocemos hace tantos años y nos hemos visto en tantas situaciones que son una red de seguridad para mí».



## La película

Daniel Craig deslumbra en lo nuevo de Luca Guadagnino: *Queer*. Esta adaptación de la novela de William S. Burroughs, clave en la generación beat y la literatura gay, nos traslada al México de los años 50 para encandilarnos con el affaire entre dos expatriados estadounidenses: William Lee (Craig) y Eugene Allerton (Crew Starkey). Una nueva *Call me by your name* con reverso oscuro.



## El disco

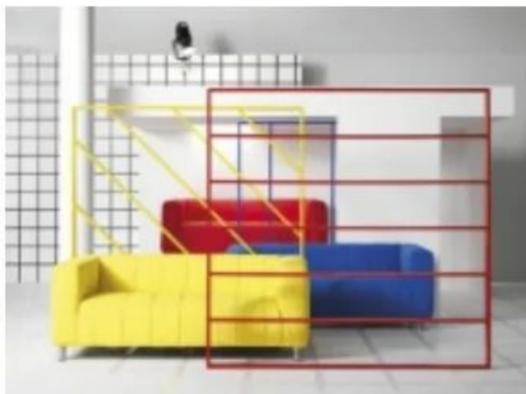
La banda escocesa Franz Ferdinand lanza nuevo trabajo el 10 de enero: "The Human Fear". ¿Lo mejor? En febrero vendrán a presentarlo en directo a España (A Coruña, Madrid y Barcelona), en pequeño formato.

# NUESTRAS APUESTAS

## EDITOR'S CHOICE

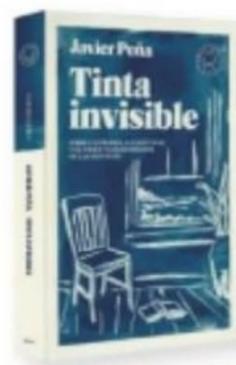
Abro agenda y la lleno de citas, propuestas y deseos para este 2025. Expos, cine, lectura... y cena con espectáculo.

Laura Potrony, Edición y Cierre



## "IKEA y el arte del hogar"

Correré a visitar, en el Thyssen-Bornemisza (Madrid, hasta el 6 de enero), esta muestra que recoge la evolución de nuestras casas desde el siglo XV hasta hoy.



## "Tinta invisible"

Javier Peña firma esta historia de amor y pérdida entre padre e hijo y los libros que les unen (Blackie Books). Literatura en estado puro.



## El Molino brilla

Vuelve el mítico café-teatro del Paral·lel (BCN) con stand-up comedy, jazz, rock... y la oferta gastro de JOK. ¡Reservaré mesa!



## Cortometraje

Con humor y amor Mabel Lozano cuenta en este corto (Movistar+), candidato al Goya, su experiencia con el cáncer de mama. Imprescindible.



## 35 años de la Galería Mayoral (BCN)

Y lo celebra con la expo "Radicalmente singulares, radicalmente diferentes", que reúne obras de Picasso, Antonio Saura, Marria Pratts (foto)...

*stilo*<sup>★</sup>.es

LA MODA QUE QUIERES



 stilo.es

|  fb.com/stilo

|  @stilo\_es

|  @stilo\_es

# *Tecnología e innovación al servicio de la* **IGUALDAD de GÉNERO**



Además de avances en productividad y automatización, la revolución digital trae consigo la promesa de una mayor perspectiva de género en el entorno laboral. El Consorci de la Zona Franca de Barcelona y revista Woman han organizado un evento de debate para analizar este potencial junto a cuatro destacadas referentes del sector industrial.

POR JUDITH NAVARRO

*La Industria 4.0* no solo consiste en promover el uso de soluciones avanzadas para la automatización de los procesos de producción, también tiene el potencial de ser un catalizador para inclusión, una oportunidad para que las mujeres tomen espacios de liderazgo y participación activa en la construcción del futuro.

El pasado cinco de noviembre, tuvo lugar en DFactory Barcelona un encuentro de debate sobre Innovación e Industria 4.0 con perspectiva de género. Un evento organizado por el Consorci Zona Franca Barcelona y la revista Woman, que refleja el compromiso de ambas entidades con el fomento de la igualdad en el ámbito empresarial y tecnológico. Moderada por la periodista Myriam Serrano, redactora jefa de la revista

Woman Madame Figaro, la mesa redonda contó con la participación de cuatro destacadas referentes del sector industrial: Paulina Juárez, Senior Vice President KION Industrial Trucks & Services EMEA Iberia; Blanca Sorigué, directora general del Consorci Zona Franca Barcelona; Anna Casals Terré, directora de Innovación de CELSA Group en España y Francia; y Mireia Bonilla, gerente del área de Estrategia y Producción de SEAT.

La conversación giró en torno a los desafíos y oportunidades que presenta para las mujeres el mundo actual, en el que la digitalización y la transformación industrial están cambiando las reglas del juego. Y, hablando de retos de futuro, surge pronto el tema de la Inteligencia Artificial. Paulina Juárez admite

que está revolucionando la productividad: “La IA permite optimizar los procesos de gestión de cadenas de suministro, inventarios y necesidades de mantenimiento, lo que reduce los tiempos de inactividad y aumenta la eficiencia. Además al automatizar tareas repetitivas las personas pueden centrarse en tareas de mayor valor añadido. También mejora la toma de decisiones al permitir el análisis rápido y preciso de grandes volúmenes de datos”. Sin embargo, la IA “difiere enormemente con el talento humano”, añade Blanca Sorigué, que asegura que los perfiles de trabajo van a cambiar: “Se necesita una formación continua que nos mantenga a la orden del día en estos campos tan fluctuantes. No hay que tenerle miedo, pero sí aprender a reciclarlos”.

En eso consiste la innovación, pilar clave para el desarrollo de la Industria 4.0. “Está de moda, todo el mundo habla de ella, pero debe responder a unas necesidades concretas, resolver retos y necesidades de forma eficiente, si no, de poco sirve”, afirma Anna Casals. En CELSA, productora de acero, la digitalización permite manipular la materia prima a distancia. De este modo, el personal de la fundidora no se expone al riesgo de trabajar en primera línea. También en KION Group, especializada en carretillas elevadoras y soluciones para la cadena de suministro, se ha implementado la automatización como medida de seguridad. “Hemos implementado vehículos de guiado autónomo que, además de aumentar la productividad, mejoran la seguridad en almacenes y centros de producción. La automatización de tareas minimiza el riesgo de accidentes causados por el cansancio o la falta de formación y los sensores permiten detectar obstáculos y evitar colisiones”, explica Paulina Juárez.

DFactory Barcelona es el ecosistema de industria 4.0 de referencia internacional impulsado por el CZFB. Cuenta con más de 35 empresas de sectores variados (salud, movilidad, alimentación, economía circular...) reunidas en 17.000 metros cuadrados. Conviviendo en el mismo hub, colaboran entre ellas y se prestan asesoramiento, forjando relaciones que llevan, a menudo, a innovaciones de carácter mundial.

## IMPULSANDO LA IGUALDAD STEM

Aunque es evidente que las mujeres están igual de capacitadas que los hombres para ejercer en el sector tecnológico e industrial, Mireia Bonilla asegura que, entre las candidaturas pre-

sentadas a este tipo de empleos, el número de perfiles masculinos y femeninos no es equitativo: “Se van a crear muchísimos puestos de trabajo en estas disciplinas y no podemos permitir que las mujeres pierdan la oportunidad de acceder a ellos”, reivindica. Existe un evidente déficit de mujeres en las carreras STEM, aquellas relacionadas con la Ciencia, la Tecnología, la Ingeniería y las Matemáticas. “Según la encuesta anual de la consultora Deloitte, solo 30% del alumnado de estos grados son mujeres”, apunta Myriam Serrano. ¿Como revertir esta situación? Las participantes en el evento coinciden, debe motivarse a las niñas desde edades tempranas, entre los 9 y 12 años.

El Consorci de la Zona Franca de Barcelona impulsa, desde hace años, el programa ‘Feel the Zona Franca Power’, que abre las puertas del hub a colegios públicos para que las más pequeñas puedan visitar las instalaciones y conocer de primera mano el trabajo que se lleva a cabo allí. “Para llegar a ellas, debemos hablar su mismo idioma. En esta era en la que todo es experiencial y visual, necesitan referentes que puedan ver y tocar. Interactuar con las mujeres que trabajan en estas empresas y entender que ellas también podrán hacerlo”, cuenta Blanca Sorigué.

Las participantes coinciden en que la digitalización ofrece una mayor objetividad y transparencia en el trabajo, reduciendo los juicios subjetivos, permitiendo que las evaluaciones se realicen en base a datos de rendimiento y facilitando a las mujeres el acceso a todo tipo de roles. Esto minimiza la influencia de estereotipos y posiciona a la tecnología como una herramienta poderosa para afrontar el sesgo de género en el entorno profesional. En esta nueva era, la perspectiva de género se presenta, además, como un motor de cambio positivo, capaz de enriquecer la transformación tecnológica y convertirla en un verdadero reflejo de la diversidad humana.



Encuentro de debate sobre Innovación e Industria 4.0 con perspectiva de género, celebrado en DFactory Barcelona. / Maite Cruz Muñoz



PREMIOS  
*#woman*  
*madame*  
FIGARO

*Gracias*

A todos nuestros patrocinadores

 PRENSA  
IBÉRICA



CASTILLA-  
LA MANCHA



granini®

instax  
FUJIFILM

## TAN GLITTER

Bolso mediano  
Crystal Kensington,  
confeccionado en  
tejido iridiscente con  
tachuelas de cristal  
multicolor y como  
broche, la icónica  
cabeza de águila de  
la marca, realzada  
con cristales  
brillantes, KURT  
GEIGER LONDON  
(245 €).  
kurtgeiger.com



POR ESTER AGUADO  
FOTO UGE RUBIO

**Todos brillamos** de una u otra forma, pero más en moda, sobre todo estas fiestas, donde no habrá paz para los que persigan la sobriedad. LA ESTÉTICA FESTIVA OCHENTERA llega para celebrarlo todo a base de transparencias, brillos metalizados y pedrería, sobre todo en los complementos. Que no te deslumbren... o sí.



Ya no es la pequeña de la clase. Reconoce que el paso del tiempo a veces le da vértigo, pero lo lleva con mucha naturalidad y convertida en una de las profesionales más reclamadas y reconocidas por el cine, la televisión y la publicidad. Una carrera por la que recibió el Premio Actriz en la última edición de los Premios Woman. La embajadora de Guerlain brilló en la gala.

POR MARTA BONILLA FOTO RICHARD RAMOS REALIZACIÓN MARTA LASIERRA

## ARMONÍA NUDE

Blanca lleva vestido largo de punto con maximangas INMA LINARES (2.300 €). En el rostro, lleva la Base Terracotta Le Teint, con efecto piel desnuda, polvos Terracotta en Plein Soleil; en los ojos, la sombra Ombre G 888 y en los labios, Rouge G, tono 207. Todo de GUERLAIN.





## RODEADA DE FOCOS

Con maxiblazer BERSKHA SERIES (49,99 €), medias YSABEL MORA (7,95 €) y zapatos de charol FERRAGAMO. Blanca está maquillada con la base Terracotta Le Teint y los polvos Météorites sous Les Étoiles (70 €) y con el rojo de labios intenso Rouge G Embrasse-Moi N° 980 (40 €). Todo de GUERLAIN.



**LA CÁMARA  
LA QUIERE**

Viste torera, top transparente con pedrería y cuello de satén y bermudas, todo de DOLCE&GABBANA. La boca es la protagonista de este look, con el rojo intenso y mate del nuevo tono Le Rouge Fabuloux Rouge G de GUERLAIN.





#### **COLOR BLOCK**

Mono (3.700 €), cinturón con bolsillos laterales (1.550 €) y botines con flecos (2.800 €), todo de LOUIS VUITTON. El pómulo se esculpe con los polvos bronceadores Terracotta en Plein Soleil, GUERLAIN.

## ROJO Y NEGRO

Suéter de punto, pantalón con volante lateral de tafetán y salones con puntera bicolor, todo de CAROLINA HERRERA NEW YORK.

El contraste de color se traslada al make up con labio rojo mate de Rouge G N°980 y los ojos destacados con la máscara G Noir, en un negro profundo. Todo de GUERLAIN.



*La hemos visto crecer*, profesional y personalmente. En 2007, con la serie *El Internado* casi recién estrenada, Blanca (Madrid, 1988) hizo con WOMAN MADAME FIGARO una de las primeras sesiones fotográficas de su vida. Desde entonces, la has podido ver en numerosas ocasiones en las páginas y las portadas de nuestra revista, acompañándola en los estrenos de sus películas con Almodóvar, Álex de la Iglesia... y de innumerables series –*El Barco*, *Las chicas del cable*, *Lo que escondían sus ojos*...– hasta *Respira* (Netflix), su éxito más reciente, que «la gente está devorando», nos cuenta Blanca, inmersa en el rodaje de la segunda temporada. También como embajadora de firmas como Guerlain, a la que lleva siete años unida—por algo será—. Así que estamos encantadas de haberle entregado el Premio Actriz en la gala de los Premios Woman: «Estar aquí hoy rodeada de todo el equipo que me ha acompañado desde hace muchos años significa agradecer a los que estuvieron ahí desde el principio», dijo al recoger su galardón. Hoy, a diferencia de la timidez de aquella primera vez, nos encontramos a la actriz española con más soltura delante del objetivo del fotógrafo.

**2024 ha sido un año de mucho trabajo para ti, se han estrenado *Locomía* y *Respira*, has rodado *La Huella del Mal* y *Parecido a un Asesinato*. No paras...**

Siempre he tenido claro que para intentar encaminar tu carrera hacia donde quieres que esté hay que trabajar. Yo ahora tengo la suerte de poder seleccionar los proyectos en los que participo pero también he pasado meses, por suerte no años, sin ofertas ni guiones que leer. Y entre proyecto y proyecto vives parones, incertidumbres y al final, tienes que aceptar que esta es una profesión directamente relacionada con la inseguridad. Yo cuando escucho a mis amigos, que tienen trabajos *normales* hablar de bajas, gestión de vacaciones... o cuando me preguntan y tú cuando te pones mala qué haces... pues salvo que esté ingresada o fatal, yo me voy a trabajar. Y claro, ellos ahora ya no, pero se sorprendían de que no tuviese un sueldo fijo o de que hay días que salgo a trabajar un rato y gano una pasta... Yo vivo cómodamente, no tengo problemas para pagar mi casa y mis cosas, pero no hay que olvidar que hay mucho paro en esta profesión.

**¿Y cómo te llevas con la exposición, con la fama?**

Eres consciente de que trabajas para un público y tienes muchos pares de ojos que te miran. Pero eso a veces tiene efectos colaterales y hay que sentarse y pensar si quieres participar de ello y convertirte en una persona pública más allá de lo que tu profesión te expone. Yo creo que con la edad y con la experiencia he aprendido a poner límites. Con muuuucha educación, si hay cosas de las que no quiero hablar, lo digo y ya está. No soy de contar intimidades. De todas formas, considero que mi vida es bastante normal: descansar, trabajar y en los ratos libres, ver a la gente que quiero.

**Muchos actores reconocen que les beneficia el apoyo psicológico,**

«Tener muchos ojos que te miran tiene efectos colaterales. Con la edad y la experiencia he aprendido a poner límites».

**¿tú lo has necesitado en alguna ocasión?**

Sí, sí, he ido a terapia... A veces, es suficiente con que la gente que te rodea te escuche y te aconseje. Por eso, es súper importante rodearte de personas con cabeza y valores y considero que mi entorno es bastante cabal. Pero de vez en cuando necesitas que un profesional te dé herramientas objetivas. O simplemente, que te digan que lo que te pasa es normal.

**¿Tu entorno está formado por gente de cine?**

En general, no. Tengo amigas y amigos dentro de la profesión, pero mis planes de fin de semana o de vacaciones son con mi entorno de siempre, el del colegio, vamos.

**En tus 15 años de carrera irrumpieron movimientos como el #MeToo, que removió los cimientos del cine de Hollywood. ¿Has notado muchos cambios?**

Sí, he visto una evolución, incluso en el set de rodaje. Se han introducido distintos mecanismos para que, no solo las mujeres, sino todo el equipo, esté protegido y se sienta con espacio para hablar y sentirse respetado.

**Por cierto, ¿Hollywood está en tu radar?**

Sí, claro, pero sin forzarlo. Antes, trabajar en esa industria era como irte a otro planeta, como si tuvieras que despedirte de tu vida aquí; pero con la llegada de las plataformas, un proyecto puede recorrer el mundo el día de su estreno.

**¿La televisión ha tenido una importancia clave en tu carrera?**

Mucho, porque todo el mundo habla de que he trabajado con Almodóvar, Álex de la Iglesia... pero una buena carrera no solo depende de trabajar con esos directores. Sino de trabajar. Y para mí, las series de televisión han sido muy importantes. He vivido el nacimiento de las plataformas, la consolidación de Netflix, cómo ha cambiado la forma de crear ficción en el mundo. Las series tienen ahora mucho peso en la carrera de una actriz y

yo he tenido la suerte de estar en algunas muy importantes.

**Y de interpretar papeles muy diversos...**

Sí, por suerte, sí; pero eso no siempre depende de ti, sino del momento, de cómo te vean... la gente cree que podemos diseñar nuestra carrera, pero no siempre es así. Y también depende de la edad. Yo ya noto que no me ofrecen determinados papeles porque hay una generación de actrices jóvenes y súper talentosas que ya está ahí, y pueden optar a los mismos personajes o hacer la publicidad que yo. Y siendo honesta, a veces da un poco de vértigo, porque te confronta con el paso del tiempo y con que ya no soy la pequeña de la clase.

**Ahora vuelves a cambiar de registro, tus próximos estrenos son dos thrillers...**

Sí, en *La Huella del Mal* interpreto a una policía que se enfrenta a resolver una serie de asesinatos y *Parecido a un Asesinato* es un thriller psicológico.

**¿Nos recomiendas una serie?**

Pues, *Yo, adicto*, con Oriol Pla y Nora Navas. Es durísima, pero da gusto ver algo tan bien hecho.



Sillón bouclé Nixon SKLUM (250 €).



Smartwatch HUAWEI Watch D2 (399 €).



Blusa Bow-tie ZIMMERMANN (725 €).



Bolso Halfmoon Osaka LONBALI (110 €).



Caja Pago de Torrosillo 2019 FIGUERO (80 €).



Collar de plata BELÉN BAJO (252 €).



Minibolso PATRIZIA PEPE (193 €), en Zalando.es.



Cafetera Vertuo Creatista NESPRESSO (680 €).



Jersey de punto plateado IKKS (155 €).



Sneakers Samba ADIDAS (120 €), en Courir.

1. Bailarinas Yvette PRETTY BALLERINAS (299 €).  
 2. Máscara esquí ADIDAS (107 €). 3. Anillo para vela Navidad EL CORTE INGLÉS HOME (19,95 €). 4. Perfume hombre Blue Label ORIGINAL PENGUIN (60 €). 5. Smartwatch Galaxy Watch 7 SAMSUNG (349 €). 6. Pulsera de plata 1837 TIFFANY&Co (1.100 €).

# REGALA



Pantalones de esquí PERFECT MOMENT (740 €).



Bolso Neverfull reversible LOUIS VUITTON (1.800 €).



Champán Brut VEUVE CLICQUOT (69,50 €).



Capucha THE NORTH FACE (48 €).



Botas de pelo BIMBA Y LOLA (390 €).



Juego de construcción Art Love LEGO (80 €).



Gafas FURLA (145 €).



Chaqueta plumas Zermatt BESO SHOP (290 €).



Lámpara Bela roja FARO BARCELONA (82,50 €).



Bolso hombro Origami PURIFICACIÓN GARCÍA (218 €).



Jersey de punto Polo RALPH LAUREN (200 €).



Exprimidor Black Edition CITRING (329 €).



Botas Boxy IT SHOES (249 €).



Clutch MARINA RINALDI (245 €).



Smartphone Find X8 Pro OPPO (1.249 €).



Cubertería Sittello 30 piezas WMF (450 €).



Zapatillas HIDN-ANDER (295 €).



Reloj Mod In GUESS WATCHES (219 €).



Pulsera Amandine oro CLEOPATRA'S BLING (487 €).



Licor francés ST. GERMAIN (30 €).

# LOS

Te traemos ideas de último minuto para esta Navidad. Y es que a algunos les cuesta mucho echar la carta a Papá Noel y a los Reyes Magos. Apunta y pide.

POR ESTER AGUADO



Novela Soy parte de ti ESPASA (18,90 €).



Escultura de porcelana Soul Rider by Dulk LLADRÓ (1.500 €).



Smartphone GT7 Pro REALME (899,90 €), en El Corte Inglés.



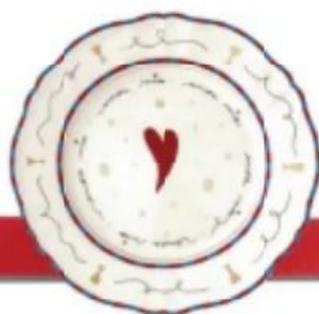
Gorra LA VESTE (55 €).



Abrigo LION OF PORCHES (280 €).



Chaqueta ZUHAIR MURAD (5.035 €).



Plato llano INCASA STUDIO (60 €).



Vaso térmico STANLEY X STARBUCKS (59,90 €).



Zapatos destalonados STEVE MADDEN (99 €).



Body Belén Hostalet x WOMAN'S SECRET (40 €).



Consola NINTENDO Switch Lite (219 €), en amazon.es.



Chaleco Navidad PRIMARK (14 €).



Zapatillas Jasper KEEN (92 €).



Chubasquero Venuel ECOALF (220 €).



Reloj Irony SWATCH (205 €).



Reloj Defy Skyline ZENITH (9.400 €).



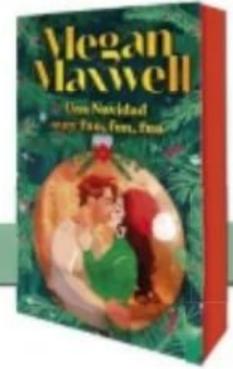
Bombones CACAO SAMPKA (45 €).



Chaqueta Safari Green IMILOA (247 €).



Caja jamón ibérico SEÑORÍO DE MONTANERA X RITA VON (645 €).



Novela de Megan Maxwell Ed. ESENCIA (19,85 €).



Juego de bolos LORO PIANA (3.500 €).



Bolso Oxford MONA MOON (195 €).



Capa de borrego Newmanto MAX MARA (1.399 €).



Botas de plataforma TIMBERLAND (180 €).



Abrigo bufanda P.A.R.O.S.H. (877 €).



Chaqueta reversible ITURRI ENEA (160 €).



Lámpara de mesa Big Battery KARTELL (360 €).



Pack ibérico SÁNCHEZ ROMERO CARVAJAL y NURIA BLANCO (135 €).



Conjunto Amourette TRIUMPH (53,50 y 25 €).



Juego Star Wars Outlaws Disney UBISOFT (69,99 €).



Pulsera Three Wishes en oro y diamantes negros RABAT (2.480 €).



Falda de cuadros NESINES (94 €).



Perfecto de piel Elora ALL SAINTS (440 €).



Vino Rioja 2019 MAKTUB BY PACO ARANGO (50 €).



Reloj Conquest Chrono Ski Edition LONGINES (4.750 €).



Bolso Baguette Mini FENDI (2.800 €).

Chaqueta Loisia GEOX (299 €).

Cojín rectangular Cabinet DIOR (990 €).

Bolso shopper LONGCHAMP (320 €).

Auriculares AirPods Max APPLE (559 €).



Sneakers Jumpy HERMÈS (1.290 €).

Sudadera Heritage HACKETT (139 €).

Broche Camelia Tweed CHANEL (890 €).

Gafas de sol Myfair TIWI (72 €).

Bolso de piel Repurse OWNEVER (490 €).



Clutch Bunny Flamenco x Suna Fujita LOEWE (2.185 €).

Pendientes de oro y brillantes GOLD&ROSES (7.190 €).

Reloj Les Cabinotiers VACHERON CONSTANTIN.

Mules con perforaciones TORY BURCH (454 €).

Altavoz portátil FENDI x DEVIALET (3.250 €).



Figura Cascanueces SWAROVSKI (280 €).

Botella Insulated Royal Delft DOPPER (50 €).

Funda iPhone de piel MARNI (575 €).

Bolso Vela de lana ETRO (2.250 €).

Bicicleta eléctrica e01 D9 Active Plus PEUGEOT (3.099 €).



Novela de Natalia Torvisco CROSS BOOKS (21 €).

Bolso Amelie VIRGINIA HENKART (265 €).

Smartphone Pixel 9 Pro GOOGLE (1.200 €).

Collar BIJOU BRIGITTE (20 €).

Muñeca Monster High Miércoles Adams MATTEL (80 €).

- ANÁLISIS -

# EXCELENCIA a CUALQUIER PRECIO

Desde que, hace ahora dos décadas, H&M revolucionara el mercado con aquella colaboración pionera con Karl Lagerfeld, la moda de gran consumo no ha parado de jugar al lujo. Las llamadas colecciones premium son su reclamo, líneas de producto asociadas a la calidad y exclusividad pero a precios asequibles. Una estrategia comercial que ya no perdona ninguna marca del sector.

POR SARA SÁEZ FOTO STEVEN MEISEL

*En noviembre de 2004*, las fronteras entre el mercado de gran consumo y el exclusivo prêt-à-porter de lujo saltaron por los aires. Encargado de dinamitarlas, Karl Lagerfeld proclamaba: «Esto es moda para todo el mundo». Resulta que el otrora káiser de Chanel y Fendi (firmas en las que ejerció de director creativo durante décadas, hasta su muerte, en 2019) había accedido a lo entonces inconcebible: que un creador de su calibre y posición diseñara una colección para una etiqueta de las llamadas de usar y tirar. Una jugada maestra de H&M. «Fue un momento muy importante en la historia de la marca, ya que puso en marcha todo el proyecto. De hecho, fue un modelo de negocio que sentó cátedra no solo en el sector, sino que también ha influido en toda la industria de la moda», concede a WOMAN MADAME FIGARO la diseñadora Ann-Sofie Johansson, actual consejera creativa sénior del gigante sueco. «Es difícil explicar ahora lo revolucionarias que fueron en su momento aquellas colaboraciones, al acercar la moda de diseñador premium a un público más amplio y unir los extremos de la industria. Así de exitosas fueron: ya ni siquiera podemos imaginar un mundo sin ellas. En 2004, mi compañera Margareta van den Bosch se encargaba de los proyectos externos y yo asumí el control del programa en 2015. Nunca pensamos que continuaría durante otra década. ¡Veinte años!», continúa la directiva, cuyos primeros fichajes para la causa incluyeron a Balmain, Kenzo y Erdem.

La estrategia resultó tan sensacional que, aquel año, el grupo escandinavo se embolsó casi 400 millones de euros en beneficios, con un incremento de ventas del 14% solo en el último trimestre merced al tirón del etiquetado H&M x Karl Lagerfeld. Luego llegarían Stella McCartney, Moschino, Isabel Marant, Viktor & Rolf, la Lanvin del recordado Alber Elbaz o la mismísima Maison Martin Margiela (en 2012, antes de la irrupción de John Galliano, cuando todavía conservaba la impronta de su fundador). Si alguien pensó que un paso así podría significar el suicidio comercial e incluso social –en términos de imagen– >

**STEFANO  
PILATI X ZARA**

El antiguo director creativo de YVES SAINT LAURENT lanzó junto a la firma española el pasado octubre una colección cápsula, con Gisele Bündchen y él mismo de protagonistas y Steven Meisel tras la cámara. Trío ganador.



de los involucrados, se equivocó. «Hemos tenido mucha suerte de que los diseñadores siempre hayan estado encantados de recibir nuestra invitación. Obviamente, supone un gran honor que digan que sí, que por otro lado y siendo honesta es casi siempre. Creo que eso es señal de lo legendarias que han llegado a ser las colaboraciones, porque se nota la emoción en sus respuestas. Muchos de los creadores con los que hemos trabajado recientemente hablan de cómo les influyeron anteriores colaboraciones cuando comenzaban sus carreras o estaban estudiando. Simone Rocha me contó que compró piezas de las colaboraciones de Comme des Garçons y Margiela, y Casey Cadwallader (director creativo de Mugler) tiene varias de la colección de Versace», cuenta Johansson.

Aquel hito daría lugar a un fenómeno social que hoy, en los días de la inclusión y la igualdad, el sector lleva por bandera: la democratización de la moda. Esto es, que lo que antes era privilegio de unos pocos, de repente empezó a ser accesible a personas de niveles socioeconómicos más diversos. «Ese es el principio central de H&M: gran diseño, gran moda para todos. Creemos que todo el mundo debería poder participar y disfrutar de ella y explorar la expresión individual a través de vestirse con las prendas que ama y atesora», apunta Johansson, que informa de un nuevo paso en el proyecto para celebrar su vigésimo aniversario, llamado Pre-Loved: recuperar prendas de colaboraciones disponibles (la última, el año pasado, fue con Rabanne) encontradas en canales de compra-venta online para darles una segunda oportunidad. La guinda sostenible que le faltaba.

## TODOS GANAN

Para el caso, el ejemplo ha cundido con pingües beneficios. Para todo, porque el flujo de estas colaboraciones corre en ambas direcciones, también de arriba abajo. Recuérdese el fenomenal binomio Louis Vuitton x Supreme, la marca de culto streetwear, en 2017. Aunque han sido las marcas de bajo precio, claro, las que han capitalizado un movimiento que les ha servido para desarrollar líneas de producto más elevadas, bien asociándose con creadores de relumbrón, bien poniendo el nombre de modelos, celebridades de todo rango o influencers, bien apelando simplemente a la calidad y la escasez (léase exclusividad). Son las conocidas como colecciones premium que, aun infladas de precio, resultan asumibles para el bolsillo medio, proporcionando la sensación al cliente de que por fin puede participar del espectáculo de la moda.

El pasado marzo, Zara, el buque insignia del gigante grupo Inditex, lanzaba a bombo y platillo su Studio Collection, una línea que da continuidad a aquella Zara Atelier con un producto tan diferencial, por lo que respecta a su oferta en constante renovación, como aspiracional, por lo que se refiere a su intencionalidad. Se trata de dos únicas series al año, lo que las emparenta con la estacionalidad convencional del lujo, con un rango de precio superior, en edición limitada y centradas en la creatividad del propio estudio de diseño de la marca, que vuelve a contar aquí con la dirección artística de Fabian Baron y el fotógrafo superstar Steven Klein (la magia visual de ambos hace tiempo que está al servicio de la compañía, también es verdad).

H&M fue la pionera de una exitosa tendencia que luego siguieron otras marcas de fast fashion como Zara, Uniqlo, Mango o Desigual.



## MODA DEMOCRÁTICA

Arriba, chaqueta de la colaboración de SUPREME con LOUIS VUITTON; de ALPHONSE MAITREPIERRE con DESIGUAL; de VICTORIA BECKHAM con MANGO.





#### SUMA Y SIGUE

La nueva propuesta Pre-Loved de H&M, con prendas de segunda mano de colaboraciones anteriores y, abajo, UNIQLO por JW ANDERSON.



La pregunta es inevitable: ¿pueden estas entregas excepcionales significar un riesgo para el resto de las colecciones de una firma?

Al tiempo, la etiqueta gallega sigue explorando la vía de las colaboraciones de relumbrón: del experimento virtual en el metaverso con la firma surcoreana Ader\_Error a la rendición al chic minimalista de Narciso Rodriguez (íntimo de Marta Ortega), pasando por la fluidez de Harry Lambert (el genial estilista de Harry Styles) o el más reciente encuentro en la cumbre con Stefano Pilati. La cosa parece no tener freno ya, porque en noviembre llegó una colección externa con Kate Moss y otra con la enseña húngara Nanushka, amén de la entente con el diseñador afrobritánico Samuel Ross, que surtirá la línea masculina.

Por su parte, la japonesa Uniqlo, otra pionera desde los días de su alianza con la aristomodelo Inès de la Fressange hace ahora una década (lo que ha durado, que el acuerdo de colaboración finalizó en abril), mantiene el tipo con las líneas especiales creadas por Jonathan Anderson (director creativo de Loewe y artífice de su propia firma, JW Anderson) o el exitoso tándem que forman Christophe Lemaire y Sara-Linh Tran, mientras Desigual explota un filón que abrió con Christian Lacroix ahora con jóvenes talentos como el francés Alphonse Maitrepierre, uno de los diseñadores que salió a la pasarela en la inauguración de los Juegos Olímpicos de París 2024.

Mango también se subió al carro de las colaboraciones con colecciones cápsula de influencers como Leandra Medine, Chuffy, Pernille o Camille Charrière. En cuanto a diseñadores, la californiana Simon Miller y la gran Victoria Beckham han sido sus últimas y acertadas apuestas.

Una de las más recientes incorporaciones al mundo de las colaboraciones ha sido la de Palomo Spain y Bimba y Lola con Zalando, la de Tommy Hilfiger y el británico Richard Quinn con Pendleton, la de Pull&Bear con la influencer Dixie D'Amelio (la hermana de Charlie) y la de Parfois con la española Gala González. Uno de los puntos fuertes de la sueca & Other Stories han sido sus colaboraciones con diseñadores, artistas y celebrities: Lena Dunham dirigió un corto para la marca, la actriz francesa Lou Doillon colaboró en una línea de maquillaje y la cantante Kim Gordon creó una colección de camisetas decoradas con sus grafías. Sin embargo, si han tenido una colaboración sonada, esa fue la que llevaron a cabo con las hermanas Mulleavy, fundadoras de Rodarte, aunque de eso hace ya diez años, en 2015.

Ante tamaña diversificación, la pregunta que se plantea resulta inevitable: ¿pueden estas entregas excepcionales significar un riesgo para el resto de las colecciones de una firma? Los expertos en marketing ya definen este nuevo horizonte como canibalización, neoparadigma comercial que también pone en un brete a los consumidores, tentados por un producto que entienden superior, de mayor calidad y expresión creativa. El problema surge cuando esas flamantes colecciones premium ofrecen un valor percibido similar a las convencionales, pero a un precio ligeramente superior. Fast fashion disfrazada de lujo, he ahí el quid de la cuestión.



VALOR CRECIENTE

¿Microshorts o bragas altas? No importa, porque la tendencia culotte, bien amortizada después de un año, continúa con fuerza. Seguiremos llevándola este verano como una prenda por derecho propio bajo un largo abrigo de Fendi, con rayas marineras como Prada o en un bonito marrón chocolate como Max Mara. Aquí, en la foto, es Tom Ford quien la propone en piqué, bien acompañada de pequeños pero elegantes toques de pitón.

H O T 2 0 2 5



Jugando a los códigos masculinos, celebrando toda la delicadeza de la feminidad, renovando el espíritu sportwear... La temporada brilla con un encantador eclecticismo. Nosotras nos quedamos con los valores seguros reinterpretados y los volúmenes XXL. ¡Ah! Y ese mix de romanticismo y sensualidad.

POR ESTER AGUADO

Subimos el volumen

Aires masculinos y hombros potentes en Saint Laurent para reforzar el poder de la feminidad; bombers hinchadas en Balenciaga para impresionar... Esta temporada, los volúmenes suben el tono. Nicolas Ghesquière, en Louis Vuitton, juega con chaquetas cocoons XXL, fluidas y arquitectónicas al tiempo, que expresan dulzura y poder con magnificencia. Lo de Loewe y sus románticos vestidos globo es la puntilla.



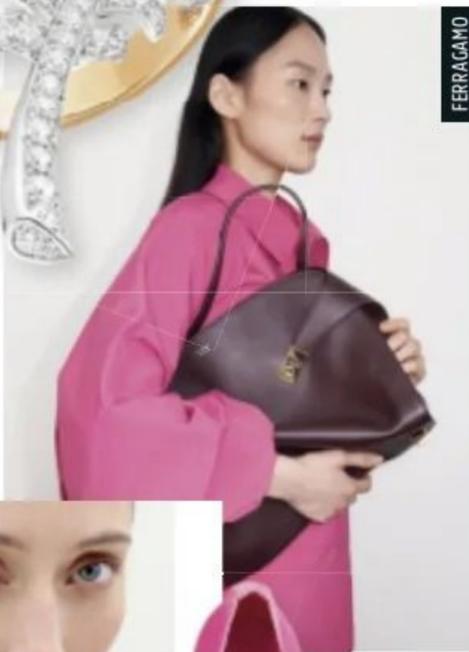
Anillo Plume Libre, en oro, diamantes y zafiro rosa, CHANEL ALTA JOYERÍA.



CAROLINA HERRERA



FERRAGAMO



SILVIA TCHERASSI



Bolso Belle Vivier ROGER VIVIER (2.400 €).



Bailarinas Lolina pink ADEBA (215 €).



MIU MIU

ISABEL MARANT

### Piel reinventada

Conceptualizada en forma de ligera capa, abierta sobre el cuerpo o con mangas farol, la chupa de cuero de los malotes se esconde tras los códigos de la feminidad. Aunque el material adorado será el ante, amparado en la tendencia bohemia: está presente en faldas, shorts, camisas, bolsos... Muy 70's.

## LE ROSE C'EST CHIC

Pocos colores hay que levanten más un estilismo que el **rosa Barbie**. El nuevo romanticismo, con sus vestidos drapeados ultramodernos y ligeros, lo adoptó ya la pasada temporada (Alaïa, JW Anderson, Jil Sander, Prada), pero ahora se despliega sin rubor: **Miu Miu**, **Coperni**, Zimmermann, Isabel Marant, Balmain, Roberto Cavalli y Emporio Armani lo defienden, sobre todo en vestidos, cortos y largos.



STELLA MCCARTNEY

### Seguimos insinuando

Justo cuando el remake de "Emmanuelle" vuelve al cine en una versión feminista, los creadores de moda se rinden a mostrar la ropa interior –o el interior sin ropa, gracias a elegantes juegos de transparencias– con mucho arte. Mujeres libres con lencería a la vista: tops, bodys, corsés, ligueros en Balenciaga, Mugler...

## Marinero

Noche y día. Nos ha encantado la propuesta de Sacai, donde la tradicional **camiseta marinera** se viste de lentejuelas y se acompaña de pantalones blancos drapeados con mules fluffy de pelo y se disfraza de romántico vestido con tules. Mientras, Olivier Rousteing reinventa para **Balmain** una versión de microvestido escultural atravesado de poderosas cadenas doradas. Fan de los dos.



SACAI

## TRES CLAVES

Tendencias a seguir en PV-2025...



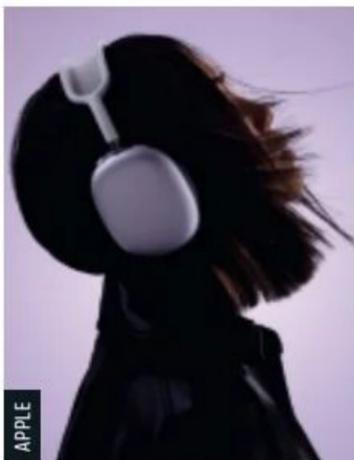
### Amarillo en la pole

*La temporada se ilumina: si ya se había hecho popular gracias a Sabrina Carpenter y sus minivestidos mantequilla, ahora las pasarelas elevan el tono al limón. Lacoste y Gianbattista Valli dixit.*



### ¡Parka a la vista!

*Es una de las prendas de la temporada, vista en Nueva York, Londres y Milán, pero sobre todo en París. Levantó miradas en Rabanne en una versión muy cool, con ese espíritu camisa masculina reinterpretada.*



### Auriculares: son tendencia

*Los vimos en Vivienne Westwood, pero no hay adolescente que no invierta en ellos y los pasee a diario. ¿Los más cotizados? Los AirPods Max de Apple (579 €) y los OnTrac de Dyson (499 €).*



**Romántico.** Fruncidos, volantes, plumas, blancos virginales y ondulantes cintas negras... la delicadeza, la gracia y la feminidad están invitadas esta Primavera-Verano 2025. Un movimiento que antepone el sentimiento a la razón, la imaginación a la realidad. Un estado de ánimo poético y algo nostálgico, como si la moda nos empujara a escapar del mundo conflictivo en el que vivimos.

## Mirada retro

*Motivos seventies en Versace, espíritu "Viviendo a tope" ("Happy Days") en N°21 y homenaje a los chic 60's en Gucci, cuando la marca de lujo vestía a Jackie Kennedy y Marella Agnelli en Capri. Esto da como resultado piezas y accesorios llenos de glamour, en los que la energía pop aporta algo de color y de optimismo al mundo de hoy. Ni tan mal.*



Sandalias de plataforma POLLINI (550 €).

## VUELVE EL ATHLEISURE

Pensábamos que la tendencia había terminado después de la pandemia, tras meses de vestir **chándal y sudadera**. Pero muchas marcas se volcaron con los Juegos Olímpicos de París y la **ropa deportiva** ha vuelto con fuerza... y estilo. Nos gusta la estética streetwear algo oscura de Balenciaga y las amazonas con monos negros asimétricos, faldas o leggings sacados del mundo del motor de Dior pero, además, esta vez la danza hace su aparición (Simone Rocha, Ferragamo) y aporta notas atléticas y elegantes.



DIOR



ROBERTO CAVALLI

## CORTITO POR DELANTE...

Creadores como Chemena Kamali (Chloé), Nicolas Ghesquière (Louis Vuitton), Fausto Puglisi (Roberto Cavalli) y Stella McCartney han apostado por este juego de largos que no hace sino enfatizar el **efecto volumen** de la temporada. Chloé y Stella McCartney adornan el lado corto con un dobladillo infantil abullonado tan ochentero, que vuelve con fuerza desde hace un año.



SAINT LAURENT

## Como un "garçon"

*Ya ha llovido mucho... vestirse como un hombre ya no alimenta el debate. Pero no se trata de eso. En Londres, Erdem regresa al pasado, con elegantes chaquetas de oficial y trajes a rayas con monóculos a la vista. En Milán, Emporio Armani conecta de nuevo con su legendaria androginia, tan chic, y en Boss las working girls visten chalecos y pantalones masculinos anchos y confortables. Divertido.*

# KATE es LIBRE

La actriz y embajadora de Longines nos invita a Cornwallles, su lugar favorito de Inglaterra: allí descubrimos una costa agreste pero única, impredecible pero auténtica. Como ella.

POR ESTER AGUADO FOTO GREG WILLIAMS

*Cuando el pasado* julio recibimos la llamada de Longines para visitar a Kate Winslet en su casa de la costa sureste de Inglaterra, no dábamos crédito: ella seleccionó a algunos periodistas para invitarlos a Cornwallles, les regaló una gabardina Burberry y se ocupó personalmente del lugar y del menú de la cena –un soufflé de queso en un bistró francés del puerto pesquero de Mousehole–. Quería que se sintieran como en casa antes de presentarles la nueva campaña de Longines. Pero con Kate todo es así: real, cercano, agreste como un cuadro de William Turner, con toques de humor británico, sin imposturas. A sus 50 años, se conoce –lleva un traje de chaqueta negro impecable que, admite, nunca pierde tiempo eligiendo ella misma–, se acepta –incluso con fiereza– y ya lo ha demostrado todo: un Oscar y cinco Globos de Oro avalan esa trayectoria de más de 30 años que siguen conquistando y celebrando el lugar de las mujeres en la sociedad.

**Te veo en tu elemento rodeada de la naturaleza salvaje de Cornwallles. ¿Qué te fascina de ella?**

La naturaleza se muestra indomable en esta costa. Me encantan estas sensaciones violentas: la bruma, la luz blanca, los amaneceres fríos y las olas que se pierden en las nubes. Yo solía venir a menudo en verano aquí con mis padres y lo he continuado haciendo con mis hijos. Es un lugar sano, un latigazo que me lleva a las cosas importantes y esenciales de la vida. En los momentos difíciles, como la locura que viví después del estreno de *Titanic*, cuando no podía salir de casa sin ser acosada por los paparazzi, este lugar me calmó. Aquí todo volvía a tener sentido y me sentía protegida.

**A través del corto de Longines se extrae la idea de saborear justo el ahora. ¿Dar un mensaje de autenticidad es importante para ti en este trabajo?**

Sí, es mi primer objetivo como mujer, madre y actriz. Esta campaña se supone que destaca la belleza, el *savoir-faire* y la elegancia atemporal. Podría haber interpretado a una embajadora intocable, caminando al filo de imágenes brillantes y sin alma, pero la producción me dio la oportunidad de mostrarme tal como soy en la vida: con mis arrugas, mi

maquillaje ligero, mi pelo, mi ropa y mi perro, junto al mar... e improvisando en el rodaje, como en las mejores películas en las que he participado. Nos dejamos llevar. Y me encanta la casa Longines porque no tiene miedo a arriesgar: una larga historia corre por las agujas y los sofisticados mecanismos de sus relojes, como el Mini DolceVita.

**Acabas de estrenar la miniserie *El régimen* (HBO Max). ¿Por qué protagonizar esta parodia escandalosamente irónica, oscura y retorcida?**

Nunca había leído un guion como este, nunca me había encontrado con un personaje como la canciller Elena Vernham. Quería hacer esta historia mordaz sobre una dictadora mujer para provocar y dar que pensar. Es una déspota paranoica e imprevisible y adoro abordar personajes tan complejos.

**La mayoría de los papeles que encarnas son mujeres fuertes que van a contracorriente, como la reportera de guerra Lee Miller (*Lee*). ¿Qué te fascinó de ella?**

Si hay una sola cosa que el cine sabe hacer de maravilla es destapar las trayectorias de grandes personajes que la Historia no ha sabido valorar. Y Lee Miller es uno de ellos: esta neoyorquina, que se fue a vivir a Europa, fue retratada como una musa del surrealismo (fue modelo e inspiración para Man Ray), pero era mucho más. En una época en la que las reporteras de guerra no recorrían las calles, ella fue a documentar en 1938 las atrocidades de la Segunda Guerra Mundial vestida como soldado. Era valiente, progresista, así que la directora Ellen Kuras, que conocí en el rodaje de *¡Olvidate de mí!* (2004), la ha sabido reconstruir de maravilla.

**¿Cómo afrontas el paso del tiempo?**

Acabo de cumplir 50 años y decidí que no quería regalos, sino que iba a hacer 50 cosas increíbles que nunca he hecho. Si algo he aprendido en la vida es que la belleza es envejecer con alegría y naturalidad. Ahora, las mujeres nos sentimos más fuertes y poderosas si nos cuidamos entre nosotras.

**¿Cómo eres como madre?**

No soy nada autoritaria, pero sí firme en cosas como las redes sociales. He rodado con mi hija Mia, fantástica actriz, la película *I'm Ruth* sobre esto.

**TODO QUEDA  
EN CASA**

La actriz británica en su lugar de vacaciones, Cornwall, donde nos recibió como embajadora de LONGINES. En su muñeca, el modelo Mini DolceVita de doble vuelta (2.100 €).





- ENTREVISTA -

# PELAGIA MUERDE

La nueva directora creativa de Lacoste, una simpática norteamericana de origen griego, llega para inaugurar una nueva era en la marca del cocodrilo, que cumple 90 años. Su brillante e ingeniosa trayectoria junto a Kanye West (Yeezy) y a Pharrell Williams (Ivy Park) la avalan.

POR ESTER AGUADO



*Lleva más de 25 años* trabajando en firmas tan prestigiosas como Theory o Calvin Klein, desde que saliera de las clases de la prestigiosa Parsons neoyorquina, pero fue en 2014 cuando Kolotouros dio un paso de gigante: se unió a Yeezy, la marca de Kanye West y jugó un papel esencial en la colaboración con Adidas en 2017. Sus estrategias creativas transformaron la moda urbana, redefiniendo el sportwear y elevándolo a la categoría de icono cultural al trabajar con figuras como Beyoncé y Pharrell Williams para la línea Ivy Park Adidas. Ahora, bajo su liderazgo, Lacoste priorizará la creatividad, la inclusión y la diversidad. Hablamos con la artífice de la conexión moda-deporte.

**¿Cuál es el primer recuerdo que tienes de la firma?**

Bueno, yo crecí en Queens, junto a una escuela que estaba en mi manzana y recuerdo que la gente iba a sus canchas a jugar al baloncesto y allí había también una pequeña y maltratada pista de tenis, donde vi por primera vez un polo con un cocodrilo entre la gente que jugaba. Era muy pequeña y esas cosas se quedan grabadas... Eso, los veranos en Nueva York y el olor de las pelotas de tenis reutilizadas una y otra vez. Después, ya mayor, vi mucho Lacoste cuando salía con amigos a bailar por clubs de noche. Nueva York es una urbe muy diversa y, aunque Lacoste es una firma refinada y europea, la ciudad siempre ha estado llena de marcas icónicas. Quiero que Lacoste sea más diversa y que llegue a una audiencia mucho más grande.

**PRIMER DESFILE**

El pasado marzo 2024, Pelagia Kolotouros presentó su primera colección para LACOSTE en la Fashion Week de París. La marca llevaba 14 años sin desfilarse.

**¿Cómo fue esa llamada en la que te proponen ser la nueva directora creativa de una casa con noventa años de historia?**

¡No me lo podía creer! Me quedé de piedra... de una forma muy agradable, claro. Y me sentí... ¿cómo se dice? Cuando alguien te aplaude te sientes muy honrada y emocionada y asustada al mismo tiempo, fue una explosión de emociones. Ser elegida para tomar una marca con noventa años de historia y escribir un nuevo capítulo es emocionante y a la vez aterrador.

**Asumo que, con tu experiencia en la moda urbana, has venido... ¿para revitalizar la marca sin perder su esencia?**

Sí, es muy importante para mí respetar y honrar la herencia de esta casa francesa, al tiempo que imaginamos cómo puede avanzar para conquistar a un tipo diferente de consumidor. Poseer un ADN tan preciso tiene su parte negativa –sientes que no puedes tocar nada– y su parte positiva: su legado te aporta tanta riqueza que hay muchísimos hilos de los que tirar, códigos de marca que pueden convertirse en algo muy moderno.

**¿No sientes nada de presión?**

No mucha, porque Lacoste tiene una historia muy rica. No es como llegar a una nueva firma que está construyendo su identidad y tienes que empezar desde cero. Ya he estado en ese tipo de situaciones antes. En Lacoste es como hacer un poco de arqueología y bucear en sus archivos y mirar sus piezas con una nueva perspectiva, con ojos nuevos del siglo >

Para celebrar los 90 años de Lacoste, en la New York Venus Williams, Adesuwa y la modelo Irina Shayk, una buena



### DEPORTE CON OTRA MIRADA

Con esta colección, LACOSTE no solo celebra su historia, sino que también mira hacia adelante, fusionando lo mejor de sus raíces deportivas con el lujo moderno.

XXI y pensar qué está funcionando en la industria y tratar de juntar esas dos cosas. Tenemos un espacio, a una hora de las oficinas centrales, donde se guardan los 90 años de historia. ¿Recuerdas el Keymaker de *Matrix*? Pues es como el Oráculo y el Keymaker. Si me siento nerviosa o confusa sobre qué debería ser la próxima colección o sobre qué visión debería tener sobre la marca, voy allí. Y encuentro lo mismo que cuando trabajaba en The North Face. Hay tanta riqueza en esas marcas que han vivido tanto que solo se trata de cambiar la mirada y proyectarla, como un circuito o un canal.

**Cuando busco Pelagia Kolotouros en Internet siempre encuentro estas dos palabras: binomio y colaborativo, ¿por qué?**

Me gusta colaborar, dos mentes siempre piensan mejor que una. Por eso les doy a mis diseñadores, mi gente de marketing, de relaciones públicas y de otros ámbitos el espacio necesario para jugar con ideas y ponerlas luego en común. Es mi forma de trabajar, me sale de forma natural.

**¿Cuál es tu objetivo en Lacoste: que las calles se llenen de divertidos cocodrilos hip-hoperos o de afilados raperos caimanes?**

Espero que un poco de ambos. Tenemos un consumidor fuerte que identifica Lacoste con una estética muy urbana y otro que lo ve como algo más elegante y refinado... así que para mí, la parte más divertida es mezclar ambos: dos estéticas que se unen de forma orgánica.

**¿Podrías describirme un cocodrilo en tres palabras?**

Eterno, que es algo importante para mí. Transgeneracional, feroz y divertido. Me encanta la paradoja entre feroz y divertido, porque siempre me han obsesionado los contrarios y el reto de unirlos. Eso es algo que aprendí de Kanye West: [sí, también trabajó con Pharrell Williams e Ivy Park] tomar algo completamente opuesto, mezclarlo y encontrarle algún sentido. Él me enseñó a pensar diferente y a acercarme a la moda desde ángulos diferentes. Y con Yvy aprendí a celebrar todo tipo de tallas, de formas y de cuerpos. También me gusta que Lacoste sea una marca que trasciende las generaciones: un chaval de 20 años puede llevar la misma prenda que su abuelo de 70 y se ven totalmente diferentes.

**Creo que quieres incorporar más arte a la marca...**

Fashion Week, acudieron celebrities como la tenista  
representación de hacia dónde quiere ir la marca francesa.



### REFERENCIAS AL TENIS

La segunda colección de Pelagia, la de Primavera-Verano 2025, está llena de referencias al tenis clásico y de sastrería impecable pero ligera. Piezas 100% atemporales.

René Lacoste era pintor, comenzó cuando era muy joven y continuó pintando hasta los 80 años, así que fue un tema muy natural y honesto del que tirar. Fue él quien se acercó al artista Robert George en 1927 para diseñar el primer cocodrilo, así que el arte siempre ha estado presente en Lacoste, aunque no fuera algo muy obvio. Y ahora es el momento correcto de potenciarlo.

**¿Hasta qué punto te influyen las redes sociales para crear?**

Yo me inspiro en el ADN de la marca, en los archivos, en el tenis y en la vida de René Lacoste, así que las redes no tienen un papel importante.

**Como embajadores, tienes a gente como Venus Williams o Adesuwa, ¿es hacia ahí donde quieres ir?**

Sí, porque es gente que está loca por la marca y aporta: Adesuwa con su interés por el reciclaje. En nuestro evento en Nueva York apareció con esas sandalias de plataformas de césped que creó hace cinco años con césped artificial reciclado. Y Venus es una especie de gran musa para Lacoste, porque encarna a la perfección los valores de la marca. Es sen-

sual, fashion, libre y la persona más amable que conozco. Siempre es la primera en preguntarte: «¿Qué tal llevas el día?, ¿cómo va tu francés?»

**Trabajaste en Theory, Calvin Klein, Ivy Park, The North Face y Yeezy: ¿de qué parte te sientes más orgullosa?**

Es difícil de decir... cada trabajo que he tenido me ha llevado hasta este momento, han sido una acumulación de pequeños éxitos durante los 20 años que llevo en la industria. Cada experiencia con cada compañía me ha hecho mejor diseñadora, mejor gestora y una persona más abierta y colaborativa, así que me resulta complicado destacar únicamente una etapa en particular. Me quedo con los mejores momentos, los mezclo y así obtengo mi propia visión.

**¿Cómo desconectas de la moda?**

¡Me gusta jugar al tenis! Y también caminar por la naturaleza, que siempre es una fuente de paz y de reflexión.

**Ya te has mudado a París y estás aprendiendo francés...**

Sí, así es. Y ahora que estoy a solo tres horas de Grecia, podré visitar más a mi familia, aunque yo nací en Queens.

# TIEMPO *para* CELEBRAR

Hace 100 años, Citizen lanzaba al mercado su primer reloj. La marca nipona, pionera en tecnologías de precisión (Radio-control), ligereza (Super Titanio) y pila alimentada por luz (Eco-Drive), continúa persiguiendo la innovación. Lo mejor empieza ahora.

POR ESTER AGUADO

*Nuestra cita* es en París. Allí, la marca japonesa de relojes Citizen presenta una interesante exposición retrospectiva e itinerante –tras Tokio y Nueva York– de 100 piezas especiales seleccionadas de entre más de 6.000 modelos históricos de sus archivos. Entre ellos destacan, por ejemplo, la primera pieza en braille (para invidentes) o el primer reloj de titanio del mundo, presentado en 1970, un año después de que el hombre pisara la Luna. «En 1924, el primer reloj que llevó el nombre Citizen (ciudadano) fue uno de bolsillo creado por el Instituto de Investigación de Relojes Shokosha. El nombre fue sugerido por el entonces alcalde de Tokio, Shinpei Goto, a uno de los fundadores del Instituto, Kamekichi Yamazaki, con la esperanza de que algún día se pudieran producir relojes para todos los ciudadanos de Japón (en aquel momento, todavía un lujo caro que pocos podían permitirse), y luego para el resto del mundo», nos cuenta Alberto Magliola, director general y comercial de Citizen Watch Ibérica desde hace once años.

Otro de los modelos destacados en la muestra es el Eco-Drive, una tecno-

logía que Citizen también patentó en los años 70, anticipándose a las iniciativas sostenibles, ya que captura la energía de la luz y la transforma en energía cinética, impulsando así el movimiento del reloj. Es decir, fueron los primeros relojes mecánicos que no necesitaban cambio de pila: con la luz –solar o artificial– basta para que funcione. Así que no contaminan, porque no gastan pilas –de ahí el éxito que están tendiendo entre los más jóvenes–. «Citizen es una manufactura: compra la materia prima, fabrica su propia maquinaria para hacer las piezas, las monta y te entrega un producto acabado. De hecho, es uno de los mayores fabricantes de relojes del mundo –trabajan para muchas marcas de moda de lujo–: hoy en día, Citizen fabrica la gama más amplia de relojes de pulsera de cualquier empresa del mundo en términos de diseño, ingeniería y avances técnicos. El alcance de la producción de la compañía refleja en muchos sentidos la evolución de la relojería en los siglos XX y XXI porque el i+D está en su ADN», explica Magliola.

## EL SÚPER TITANIO

Citizen, una de las primeras empresas de relojes en utilizar titanio –y ahora, el Super Titanio, cinco veces más ligero y más resistente–, disfruta de una historia de avances técnicos: desde ser pionera en relojes delgados en la década de 1960 y desarrollar la línea Promaster de relojes profesionales para buceadores y pilotos en la década de 1970, hasta la tecnología de luz Eco-Drive y la Calibre 0100, con una precisión de un segundo por año. «Para mí, el reto de la compañía no es vender más –ya arrasan en Estados Unidos, Japón y en Europa–, sino darse a conocer. Cuando el mundo descubra nuestra tecnología con los precios que tenemos, se enamorarán, porque además nuestros diseños son eternos», asegura Magliola.

Destacando un siglo de hitos, el libro *Citizen: The Essence of Time* de Jack Forster (Assouline, 195 €) narra la búsqueda continua de la compañía de una precisión, innovación y creatividad cada vez mayores para expresar la belleza de la experiencia humana del paso del tiempo, para todos los ciudadanos del mundo.

### TAN LADY

CITIZEN siempre ha cuidado su línea más femenina: a la derecha, el modelo Calendrier Ladies Eco-Drive (425 €). Debajo, reloj Citizen Lady (318 €).



### MADE IN TOKIO

En la sede de CITIZEN, creada en 1918 como el Shokosha Watch Research Institute, se fabrican todos los componentes que forman parte del reloj y se ensamblan a mano por *meister* (maestros).



### EL EXITOSO TSUYOSA

Este modelo mecánico unisex se ha convertido en un bestseller, gracias a su diseño elegante, sofisticado y versátil y a sus esferas de 17 colores (296 €).



### PIEZA DE ANIVERSARIO

El primer reloj CITIZEN era de bolsillo y de cuerda manual. La marca reinterpreta el modelo, que incorpora alta precisión y caja de aleación de titanio (8.500 €), en solo 100 unidades.

# OCHO años de BRITISH style

Jonathan Anderson, director creativo de Loewe, vuelve a colaborar con UNIQLO con una nueva cápsula de su marca propia: JW Anderson.

Clásicos reimaginados al detalle que sientan como un guante.

POR ESTER AGUADO





*En septiembre* se cumplieron ocho años desde que el diseñador norirlandés comenzara a colaborar con Uniqlo. El actual director artístico de Loewe, que lanzó su propia y homónima marca en 2007, se animó a comenzar estas colaboraciones porque era cliente del gigante japonés: «Quería retomar las ideas del clasicismo británico, su vestuario, las prendas de punto, las camisas Oxford... tan icónicas para Gran Bretaña. También quería algo que fuera una especie de versión de un clásico. Yo compro en Uniqlo, así que para mí era importante que tuviera este tipo de realidad personal; ese fue el gran factor decisivo. Es un proyecto personal; eso es lo que lo define», cuenta Jonathan. Anderson ha logrado,

«Este es un proyecto personal que retoma el clasicismo británico y lo versiona».

Jonathan Anderson

con esta nueva cápsula –a la venta este enero 2025–, dotar de un estilo preppy muy actual a sus propuestas femeninas, que defienden una silueta corta y cuadrada: con camisas Oxford en blanco, azul y de rayas, polos de rugby en llamativos colores, como el rosa o el amarillo, pantalones chinos cortos livianos y relajados, cómodos de usar e icónicas blazers Miracle Air –confeccionadas con materiales tecnológicos para que sean ligeras, elásticas y de secado rápido–. Otro punto importante son los accesorios: bolsos, calcetines y corbatas presentados en tonos muy divertidos. Además, los jeans –rectos y con el logo JWA– están realizados en un material tan suave que no querrás quitártelos de encima.



Camisa Oxford  
JW ANDERSON para  
UNIQLO.



Vestido denim  
JW ANDERSON para  
UNIQLO.



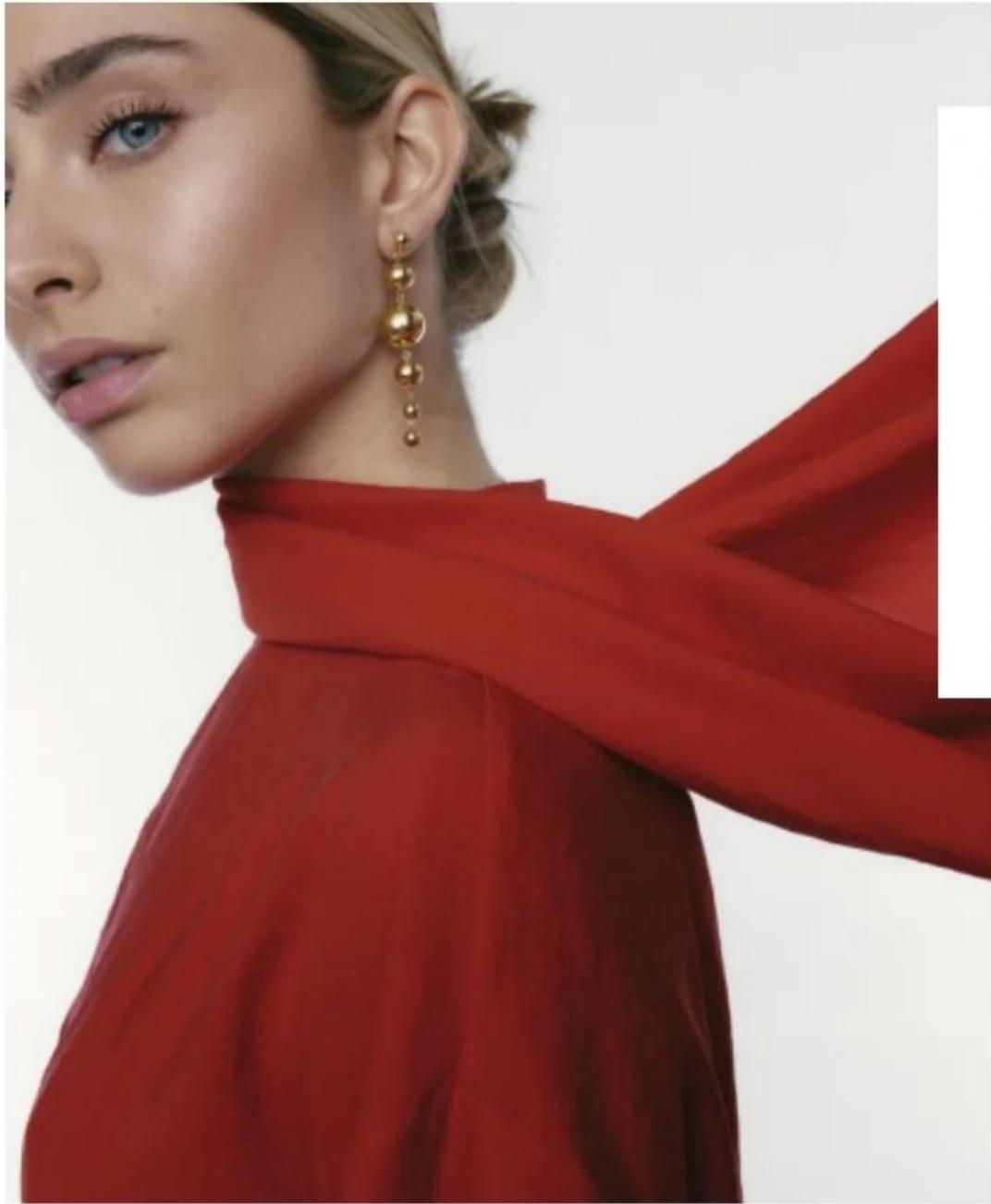
Petate de nailon  
JW ANDERSON para  
UNIQLO.



Jeans rectos  
JW ANDERSON para  
UNIQLO.



Polo de rugby  
JW ANDERSON para  
UNIQLO.



## DIME JEWELRY

Cuando **Eva Verdeal** lanzó su marca de joyas artesanales, exclusivas y personalizables made in Spain en 2012, inspiradas en la naturaleza, el arte, lo vintage, nada hacía presagiar su tremendo éxito. Hoy en día cuenta con **cinco tiendas propias**: 4 en Madrid (Fuencarral, 64, es su flagship) y una en San Sebastián y sigue manteniendo esa originalidad en sus piezas que eleva tu belleza a diario. [dimequemequieres.net](http://dimequemequieres.net)

# últimas NOTICIAS



## 2X1

*La francesa Sézane lanza colaboración con María de la Orden sustentada en la pasión compartida de dos fundadoras, unidas por el gusto por la exquisitez de los materiales, los cortes impecables y los estampados llamativos. Chaqueta Estrella (180 €).*

## VUELVE SYBILLA

La genial diseñadora celebra su colección Anárquika –desde prendas de sportswear hasta vestidos de noche– con la apertura de un nuevo **espacio efímero** en Madrid (Noviciado, 9), hasta el 28 de febrero 2025.



## - ORIGAMI CUMPLE -

El icónico bolso de Purificación García –realizado en napa de alta calidad que, por su finura y flexibilidad, puede ser tratada como el papel, permitiendo dobleces que se mantienen en el tiempo– cumple 10 años y cuatro artistas lo celebran: Alba Galocha, Clara Cebrián, Sophie Agullo (abajo) y Sara Uriarte.



**BIENVENIDO, TOM**  
En Galería Canalejas (Alcalá, 10, Madrid) acaba de abrir la primera boutique propia Tom Ford, ahora que la firma cumple 20 años de elegancia e impecable confección.

## EDITOR'S CHOICE

Te traigo mucho de lo que me ha llamado la atención este último mes... Igual te sirve para escribir la carta. Felices fiestas.

*Ester Aguado, Jefa de Moda*



### Nueva marca

*Atelier María Secretos es una exquisita marca de complementos made in Colombia y realizada por artesanas indígenas en riesgo de exclusión social. Una maravilla. Bolsos (379 €). ateliermariasecretos.es*



### Nueva "colab"

*Sophie & Lucie se alía con Flabelus para presentar una colección de bailarinas hechas a mano en España: terciopelo con lunares. Fan.*



### Nueva tendencia

*Las referencias a Estados Unidos se filtran en las novedades de la temporada: Ralph Lauren y Coach lo firman. Sudadera Moonday (65 €).*

### Nuevo complemento

*Me encanta añadir una capucha a prendas que no la llevan. Esta tan calentita es de Uniqlo (12,90 €). uniqlo.com*



### Nueva idea

*Flores Solidarias es una floristería online de Valencia que, a través suscripciones, persigue dar una nueva vida a personas sin hogar.*



- LA IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN SOLAR -

# WOMAN

madame  
FIGARO

Lo mejor que puedes hacer por tu piel es protegerla de los rayos UV, algo que saben muy bien en Hello Sunday con su cosmética que te protege del sol, la contaminación y la luz azul. Suscríbete a WOMAN MADAME FIGARO y descubre sus productos.

*Hello Sunday* quiere que te olvides de los protectores solares tradicionales. Su objetivo es proteger tu piel a la vez que te proporcionan todos los ingredientes esenciales que esperas en tu línea de cuidado facial.

1. **The one for your hands:** crema de manos con SPF 30 que refuerza la elasticidad de la piel la hidrata y la protege.
2. **The one that's a serum:** suero hidratante de acabado glowy que protege de los rayos UV, contaminación y luz azul.
3. **The illuminating one:** primer con SPF 50 formulado con pigmentos iluminadores y activos que dejan la piel sana, hidratada y glowy.
4. **The one that makes you glow:** suero antiedad con SPF 40 que elimina y previene manchas oscuras, ilumina la tez y unifica el tono.
5. **The one for your lips:** bálsamo labial enriquecido con manteca de karité y ácido hialurónico que deja tus labios suaves e hidratados, a la vez que los protege todo el año.

Lote valorado  
en 100 €



12 NÚMEROS DE WOMAN MADAME FIGARO PREMIUM 47 € o POCKET 24 €  
LLAMA AL 915 862 220\* O ENVÍA UN CORREO A: ATTSUSCRIPTOR@WOMAN.ES  
O ENTRA EN: [HTTPS://WOMAN.ELPERIODICO.COM/SUSCIPCION/](https://woman.elperiodico.com/suscripcion/)

Horario telefónico de 9 a 14 h, de lunes a viernes. Promoción válida para España y hasta agotar existencias. Puedes suscribirte a la revista Woman Madame Figaro sin regalo con un 25 % dto. Formato Premium, 36 € y Pocket, 17,10 €. Bases legales suscripciones en [woman.es/suscribete](https://woman.es/suscribete)

## OXÍGENO PARA LA PIEL

La respiración celular disminuye un 40% entre los 25 y los 80 años. Ello provoca una falta de energía en las células que a su vez ralentiza la regeneración de la piel. Un descubrimiento llevado a cabo por el panel de expertos antiaging de DIOR, que ha sido el punto de partida de la nueva línea Capture OX-C Treatment, Sérum (195 €) y Crema (145 €). Formulados con un complejo de oxígeno (OX) y colágeno (C), que estimula el transporte del primero y aumenta la producción de fibroblastos, mejora la firmeza y tiene un efecto relleno en la piel.



POR MARTA BONILLA  
FOTO JC DE MARCOS

**Empezamos el año** con el mejor de los propósitos: CUIDARNOS PARA SENTIRNOS BIEN POR DENTRO Y POR FUERA. La estética reivindica la naturalidad, el maquillaje pone el foco en la mirada, la cosmética se inspira en los resultados de la medicina... Descubre además la historia de tres grandes mujeres de la belleza.

# FOCO *en la* MIRADA

Los ojos son los protagonistas de la nueva colección de maquillaje de primavera de Chanel. Con un espíritu mix & match se combinan tonos verdes y lilas, se juega con sombras y lápices para crear looks audaces y se renuevan códigos de estilos tan establecidos como el ahumado o los ojos de gata. Estrenamos el año con muchas ganas de novedades y de anticipar tendencias. ¡Vamos a divertirnos!

## AHUMADO INVERTIDO

Diseñado con los diferentes tonos de la paleta Jeux de Lumières, que se han aplicado también sobre el hueso de la nariz para crear un efecto antifaz. En los labios lleva Rouge Coco Baume Raspberry Kiss, un rosa intenso azulado. Todo de CHANEL. La modelo viste jersey negro calado y brazalete plateado, todo de CHANEL.





**COLORBLOCK**

Se ha combinado la sombra iluminadora más clara de la paleta estrella de la colección Jeux de Lumières con el lápiz Stylo Yeux Waterproof, nº 88, de CHANEL.  
Jersey con capucha CHANEL.



## OJOS DE GATA

Se declina en la combinación de la Ombre Essentielle, tono lila nacarado y el lápiz Stylo Yeux Waterproof en el tono marrón rojizo de brun pourpré, diseñando un ojo de gata arty y moderno. En los labios lleva Rouge Coco Baume, tender Peach. Todo de CHANEL. Jersey de cuello redondo CHANEL.



### **MIX & MATCH**

Cualquier combinación de color está permitida. En este look, el ojo se define utilizando la sombra mono Ombre Essentielle, tono Menthe à L'Eau, y el lápiz Style Yeux Waterproof Mauve Intense, en violeta profundo. En los labios, Rouge Coco Baume, blushing Pink. Todo de CHANEL.  
Jersey de cuello cisne y collar con charms. Todo de CHANEL.



Máscara Noir Allure (46 €).



Les 4 Ombres, jeux de Lumières (80 €).



Sombras mono Ombre Essentielle en verde menta, lila, beis y rosa cobrizo satinado (40 €/u).



## AHUMADO INVERTIDO

Con efecto antifaz

En ello consiste gran parte de la innovación en el maquillaje. Aquí proponemos el que Raquel Álvarez, maquilladora de Chanel en España, ha bautizado como un *ahumado invertido*. «Utilizamos la nueva paleta Les 4 Ombres, Jeux Lumières: en el párpado móvil aplicamos el tono más claro mientras que en el fijo, jugamos con el resto de las sombras de la paleta, potenciando los contrastes, para crear profundidad. Además, he creado un efecto antifaz sutil, extendiendo las sombras por el hueso de la nariz».

## COLORBLOCK

De trazo gráfico

«Hemos optado por la sombra iluminadora más clara de la paleta en el párpado móvil y con el lápiz de ojos dibujamos un trazo gráfico y grueso, que recorre la cuenca del lagrimal al ángulo externo, y lo difuminamos para que quede más suave. El labio se engama con bálsamo beis».

## OJOS DE GATA ARTY

Creado con sombra y lápiz de ojos

«En este look hemos maquillado el párpado móvil de color lila satinado, hasta más arriba de la cuenca del ojo. Después, con el lápiz marrón rojizo he creado un ojo de gata, con un trazo grueso y horizontal para alargar visualmente el ojo. La clave es dejar el centro del párpado y la línea inferior de las pestañas sin producto, para que se cree un efecto de mirada mucho más rasgada».

## MIX & MATCH

Sin miedo al color

Los tonos vivos se combinan alegremente en este look en el que la maquilladora ha aplicado «la sombra verde en el lagrimal, dibujando una forma de lágrima; y en el ángulo externo del ojo, con la forma de la cuenca. Después he hecho un trazo que rodea todo el ojo y se une con la sombra, con el lápiz color violeta de la colección». El bálsamo rosa en los labios mantiene el equilibrio.



Rouge Coco Baume, tono Honey Bliss (42 €).

Rouge Coco Baume, tono My Rose (42 €).



Fondo de maquillaje revitalizante N°1 (72 €).



Joues Contraste Intense, Rose Ardent (54 €). Todo de CHANEL.



Stylo Yeux Waterproof, tono Vert Lagon y tono Brun Pourpre (30 €/u).

MODELO TAYLOR D (NEXT MANAGEMENT). MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA RAQUEL ÁLVAREZ (THE CREW ART AGENCY) PARA CHANEL. ASISTENTE MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA ÁLEX GANCEDO. ASISTENTE FOTO MARIO VAL. ASISTENTE ESTILISMO Y BOOKER BEGOÑA GARCÍA. PRODUCCIÓN ELENA GIL.

# en BUENAS MANOS

ENLACE AL CANAL  
x.com/byneontelegiam  
O scanea el código QR



Hablamos con tres mujeres de belleza, fundadoras de centros que nacieron en circunstancias difíciles, como un cambio de vida, y acaban de celebrar sus aniversarios. Diana Montoya, Natalia de la Vega de Tacha e Inma Blanquer de Assari nos cuentan su historia.

POR MARTA BONILLA

**- DIANA MONTOYA -**

## El triunfo de la superación

*De vivir en la calle* a tener el centro de belleza en el que Carolina Herrera ha contado en sus redes que se cuida la piel o recibir el Premio Colombiana del Año junto al cantante Juanes. La de Diana Montoya (Marinilla, Colombia, 1979) es una historia de superación: con un padre maltratador que los abandonó cuando eran pequeños, ella comenzó muy joven a trabajar como contable para hacerse cargo de su familia. Mientras tanto, hacía cursos de belleza, algo muy habitual en su país. Con 19 años, coge un vuelo rumbo a España, «como nos venimos los inmigrantes, por necesidad económica, fue muy duro, pero tenía que saldar una deuda y quería recuperar la casa familiar», nos cuenta en el coqueto centro que inauguró hace diez años en el barrio de Chamartín. Aquí no tenía más contacto que una tía, que la recogió en el aeropuerto y la llevó directamente a trabajar a una casa. La historia no acabó bien y a los 3 meses terminó viviendo en la calle, en la zona de Plaza de Castilla: «Estaba sola, no conocía a nadie, no tenía papeles, te da miedo moverte, no sabes si ir a la parroquia... pero conocí a una chica que me echó una mano». Gracias a ella, empezó a cuidar niños y a dormir bajo techo «en un piso con 25 personas. Lo primero que

### COSMÉTICA PROPIA

Diana empezó creando un sérum para ella, luego se lo daba a sus clientas... y de ahí nació una completa línea cosmética de hidratación, luminosidad, firmeza y antiarrugas.



alquilé fue un sofá». La tercera familia para la que trabajó ya le hizo contrato: «Cuando tuve mi residencia y pude regularizar mi situación en España, ya pude acceder a otros trabajos».

Ahí empieza su historia con la belleza en nuestro país: «Primero estuve en la recepción de una peluquería, después ya hacía manicuras y pedicuras, empecé a hacer cursos y me di cuenta de que lo que yo había aprendido en Colombia era mucho más novedoso que lo que se hacía aquí en ese momento. Las mujeres allí se cuidaban mucho más.

Después de trabajar en dos centros, me puse por mi cuenta. Primero, realizaba tratamientos a domicilio y después, ya monté un estudio chiquitito. Empecé con muy pocas clientas y lo que hacía era que a cada una que venía le regalaba tres faciales para que pudiera invitar a tres amigas suyas. Así, con el boca a boca, fui creciendo. Yo era muy buena con las manos –lo sigue siendo– y además, a mí esto me encanta, no paro de formarme, de hacer cursos, mi mesita de noche está llena de apuntes, de libros de belleza sobre el cuidado de la piel, cómo mover las manos, entrenar el rostro...» Todo ello, unido a la experiencia diaria, la ha convertido en una de las mejores facialistas de España. Porque Diana sigue metiéndose en cabina, a hacer tratamientos, cada día.

Con sus manos hace *magia*, aunque es partidaria de combinarlas con aparatología para lograr mejores resultados: «El calor que me proporciona un Indiba me permite subir las plaquetas, activar la formación de colágeno, de elastina, hacer una regeneración celular y luego yo siempre hago un masaje manual, con el que trabajo no solo el tejido sino también el músculo, la fascia, para reposicionar el rostro. Todo esto me permite recolocar un óvalo facial o conseguir que la piel esté más firme», nos cuenta, consciente de que combatir la flacidez facial es la asignatura pendiente de la belleza. «Las arrugas son más fáciles de tratar y si no, está el bótox, pero el descolgamiento es complicado, porque además, su causa puede no estar tan siquiera en el rostro. En el cuerpo humano todo está interrelacionado. Y de repente, una contractura cervical puede hacer que tiremos de los trapecios, que a su vez hace que se *acorte* el cuello, tira de los músculos de la cara y parece que hay una flacidez. Entonces, lo que hay que hacer es un trabajo casi de fisioterapeuta y enseguida mejora la flacidez. Y a la vez estoy mejorando las arrugas», nos explica Diana, cuyo centro es uno de los más recomendados por las periodistas de belleza a sus amigas, porque además es de los que mejor relación calidad-precio tiene de Madrid. «Hay gente que me dice que los tengo que subir, que tengo que valorarme más, pero mi filosofía siempre ha sido no excederme con los precios», nos dice.

Pero volviendo a su historia. Cuando todo le iba bien, tuvo un problema de salud: «Fue una enfermedad autoinmune que me dejó casi inmóvil, con unos dolores horribles. Una persona tenía que venir a casa a ayudarme a levantar, a duchar y salía a trabajar muy medicada... Estuve a punto de tirar la toalla y traspasar el negocio, porque físicamente no podía, pero al final mejoré y a mí esto me encanta». El destino le guardaba otra sorpresa: «Un día recibo una llamada de la embajada de Colombia para decirme que me iban a entregar un premio como colombiana destacada del año (2018), junto al cantante Juanes y la diseñadora Silvia Tcherassi. Cuando nos lo dieron, él, encantador, me decía: "Pero tú qué haces con las manos" [risas] y terminamos contándonos nuestras historias. A él se le quiere mucho en Colombia, en Medellín, ayuda

mucho... Yo cuando me llamaron pensaba que era una broma, me decía: "Esta gente se ha confundido, pero qué hago yo recogiendo un premio junto a Juanes". Pero no, me lo dieron porque según ellos yo ayudaba también mucho con mi ejemplo a los jóvenes, de cómo de una situación vulnerable se puede salir. Con disciplina, dedicación, responsabilidad y... pasión».

Y esos son los principios que ella inculca a sus tres hijos adolescentes: «Además, siempre les digo que tienen que pensar en los demás y que cuidado con la droga. Que una vez que la pruebas, te atrapa. Yo vengo de Colombia, he visto caer a mucha gente, a mi propio hermano... y siempre he tenido mucho miedo a ese mundo. Y también les inculco amor por mi país. Me gusta volver allí, ver a mi familia... y estoy muy orgullosa de haberles podido ayudar».

«Cuando me dieron el Premio Colombiana del Año, con Juanes, pensaba que era broma, pero me dijeron que mi ejemplo puede servir de ayuda a los jóvenes».



Diana Montoya tiene un coqueto centro en la zona de Chamartín (Francisco Suárez, 20) en el que disfrutar de sus maravillosos faciales.

de tirar la toalla y traspasar el negocio, porque físicamente no podía, pero al final mejoré y a mí esto me encanta». El destino le guardaba otra sorpresa: «Un día recibo una llamada de la embajada de Colombia para decirme que me iban a entregar un premio como colombiana destacada del año (2018), junto al cantante Juanes y la diseñadora Silvia Tcherassi. Cuando nos lo dieron, él, encantador, me decía: "Pero tú qué haces con las manos" [risas] y terminamos contándonos nuestras historias. A él se le quiere mucho en Colombia, en Medellín, ayuda

2



3



1



1. Con Martine de Richeville, creadora de la terapia corporal Remodelage, que Tacha tiene en exclusiva.

2. Junto a Vicky Martín Berrocal y Nuria Roca, fieles al centro desde hace años.

3. Con la actriz Maribel Verdú, la primera famosa que entró en su centro y a la que Natalia llama su hada madrina.

- NATALIA DE LA VEGA -

## Cuidarse para envejecer mejor

«Venimos de unos años de muchos pinchazos y ahora la tendencia es ofrecer tu mejor versión y sentirte bien, combinar belleza y salud».

«*De una desgracia horrible*, como el fallecimiento de mi hijo Gonzalo, que murió de muerte súbita a los 9 meses y medio, nació Tacha», cuenta Natalia de la Vega. Trabajaba en una compañía de seguros pero un shock tan grande la llevó a tomar dos decisiones que cambiarían completamente su vida: «La primera fue que el mismo día que enterré a mi niño fui al ginecólogo, le conté lo que me había pasado y le dije "quítame el DIU", porque si dejaba pasar el tiempo no me volvería a quedar embarazada en la vida; y la segunda, dejar mi trabajo y crear una empresa de belleza. Mi marido pensaba que estaba volviéndome loca pero, dadas las circunstancias, a ver quién me decía algo. Hoy comprendo que lo que hice fue mantenerme ocupada para sobrevivir». Natalia se quedó embarazada rápido y dedicó ese tiempo a hacer cursos de estética y preparar un bussines plan: «Mi hija Natalia, a la que desde el primer día llamé Tacha, nació 9 meses y 5 días después de la muerte de Gon, y dos años después, inauguraba el centro». De eso se han cumplido ahora 30 años y «¡cómo ha cambiado la belleza! Hoy, indiscutiblemente, necesitas tiempo y dinero, pero si te cuidas vas a envejecer mucho mejor. No se trata de aparentar diez años menos, sino de ofrecer la mejor versión de ti misma», explica Natalia, que jamás oculta su edad, «cumplí 61 años en noviembre y tengo que ser el mejor anuncio de Tacha».

Para ella, hay dos cosas que han revolucionado la belleza en estas tres décadas: las redes sociales y la tecnología estética. Las primeras,

la han *acercado*: «La primera vez que yo me hice un facial en mi vida fue poco antes de dedicarme a esto. Hoy, la gente joven acude enseñada. El efecto foto y selfie, el verte todo el rato, es tremendo e incita a cuidarte pronto». Por su parte, la aparatología ha elevado los cuidados a otra dimensión: «En Tacha todos los protocolos se completan con masaje manual, pero los aparatos nos permiten alcanzar capas más profundas, ser más eficaces y espaciar los tratamientos, porque hoy todo el mundo tiene falta de tiempo». Con una excepción, el famoso Remodelage de la francesa Martine Richeville, uno de los primeros protocolos que Natalia trajo a su centro, aconsejada por Rossy de Palma: «Rossy vino de París y me dijo: "Nata, tienes que conocer a Martine". Me contó cómo la había descubierto ella: Alaïa le había hecho un vestido y cuando se lo probó le estaba a punto de estallar. Fue él quien la mandó al centro. Vio las estrellas, pero cuando se lo volvió a poner le estaba hasta grande. Ella misma me pidió la cita». Y se fue a probarlo. De incógnito, como ha hecho siempre con todos los tratamientos y doctores internacionales que desde entonces ha traído y pasan consulta en Tacha: Nigma Talib, experta en naturopatía afincada en Hollywood con clientas como Sienna Miller, Sofía Vergara o Penélope Cruz; la doctora Bárbara Sturm, una reputada médica estética alemana; la doctora Maryam Zamani MZSkin, conocida como *la doctora de la mirada*; o más recientemente, el doctor Levy, un reputado dermatólogo suizo, que ha creado una línea

cosmética con tecnología patentada que estimula las células madre.

«Desde el principio, tuve claro que quería traer a España los mejores protocolos internacionales. Cuando empecé, elegía un país, Estados Unidos por ejemplo, y me recorría las mejores ciudades. Llegaba a Los Ángeles, me informaba de dónde iba y qué se hacía la gente potente cuando se quería cuidar, y allí me iba yo como una clienta más, pagando religiosamente, a probar los tratamientos. Ahora, con internet y las redes sociales, llego más informada, pero sigo yendo y probando». Porque Natalia tiene fama de ser una trabajadora infatigable, además de una excelente amiga de sus amigos, entre las que se cuentan algunas de las mujeres y hombres más conocidos de España. Por algo, Tacha es conocido como el *centro de los famosos* al que acuden Paula Echevarría, Nuria Roca, Hiba Abouk, David Bisbal, Vicky Martín Berrocal, Natalia Verbeke o Maribel Verdú, a la que Natalia llama su hada madrina: «Un sábado apareció por el centro de El Plantío, hace 20 años, a hacerse una cosa en el pelo y hasta hoy. Detrás de ella, fueron llegando muchas más, sin yo buscarlo».

Lo que sí buscó desde el principio es que en sus centros te sientas como en casa. Tanto en el primero, ubicado en un chalet de El Plantío, como en el buque insignia actual, situado en el Paseo de la Castellana. En los dos hay excelentes peluquerías, te puedes hacer una manipedi, un buen masaje o la última aparatología: «La falta de tiempo es uno de los males de nuestros días, así que desde el principio tuve claro que integraría todo tipo de cuidados en el mismo lugar», cuenta Natalia, que ve la belleza cada vez más enfocada a la búsqueda de bienestar. «Venimos de unos años de muchos pinchazos, veías a la gente y no la reconocías. Si te preguntan, qué te has hecho, vamos por mal camino. Yo he luchado contra eso: mi filosofía siempre ha sido tener la mejor versión de los 40, 50 o 60, la edad que tengas. Y también hay una tendencia wellness en la belleza, la gente busca verse bien pero también sentirse bien por dentro». En eso se enmarca el último dispositivo médico que Natalia ha traído en exclusiva a España: «Emerald, el láser más avanzado del mundo para reducir grasa corporal, con autorización FDA. Sin dolor, ni efectos secundarios, ni tiempo de recuperación; pero que además tiene un efecto importante sobre la salud. Estimula una serie de procesos biológicos a nivel celular, como la activación de mitocondrias, el aumento de la circulación sanguínea, la reducción de la inflamación.. que hace que te sientas mejor, duermas mejor, tengas más energía... La belleza va por ahí».

## TROTAMUNDOS

Natalia se ha recorrido el mundo buscando los mejores tratamientos internacionales para traer a España. El láser Emerald –el más potente para reducir grasa corporal, con efecto antiinflamatorio y que ayuda a sentirte mejor– es su última incorporación.



- INMA BLANQUER -

## Pionera del wellness

*La enfermedad de su hijo* y su propio cáncer han marcado la historia de Inma Blanquer y Assari, el primer centro de shiatsu en Madrid, fundado hace 25 años, «cuando casi nadie había oído hablar de esta terapia japonesa», nos dice Inma, su creadora. Hoy se ha desarrollado como un centro de bienestar integral, en el que la personalidad y el carácter cercano y generoso están muy presentes. Licenciada en derecho por ICADE, Inma trabajaba en el sector de los efectos especiales de cine cuando nació su segundo hijo «con un problema en el cráneo. Le tuvieron que hacer una reconstrucción delicada para evitar problemas cognitivos en el futuro –afortunadamente, hoy está perfecto– y tenía que estar muy pendiente de él. Mi trabajo me exigía viajar mucho, viajes largos, sobre todo a Estados Unidos y me planteé un cambio de vida». Un viaje a Bali para descansar después del shock le mostró el camino: «Recibí un masaje maravilloso y pensé ¿y si monto algo así en Madrid? Aquí había centros de belleza, de limpiezas faciales, de cuidar la piel, pero no un espacio de masajes enfocado al bienestar, a sentirse bien. Entonces ya me di cuenta de que había muchas cosas que los occidentales podíamos aprender del mundo oriental, algo que todavía mantengo», recuerda ahora. Pidió un crédito y abrió su primer espacio en la calle Velázquez, «enfocado en el shiatsu, que era totalmente desconocido aquí. Lo nipón no estaba todavía de moda, en Madrid había solo un restaurante japonés. Tuve mucha ayuda de los medios de comunicación, porque como era algo nuevo, lo recibieron muy bien».

Hoy sigue siendo un lugar de referencia en shiatsu, «que me gusta porque no solo es un masaje que trabaja a nivel muscular, contracturas, etcétera, sino que también ofrece un beneficio para el sistema nervioso. Es sanador», nos explica



### BIENESTAR INTEGRAL

Hace 25 años, Assari fue el primer centro de shiatsu de Madrid, hoy incorpora todo tipo de disciplinas encaminadas al bienestar.

Inma, que ha ido incorporando otras disciplinas de belleza, wellness, ejercicio físico y salud, además de crear el primer club de corredores de Madrid cuando trasladó su centro de Velázquez a la calle Serrano, 6, muy cerca de la Puerta de Alcalá para «aprovechar la cercanía de El Retiro». Recién inaugurado, le llegó un segundo shock de su vida, el inesperado diagnóstico de cáncer de mama, «llevaba cuatro meses aquí, con todas las deudas, los créditos, tenía que tirar para adelante. A mí me quitaron el pecho, luego quimio, radio, la hormonoterapia, que casi fue lo peor, pero no paré, no podía y lo llevé >



Ahora puedes comprar los champús sin sulfatos ni siliconas para todo tipo de cabello con un 10% de descuento en el primer pedido con el cupón BIENVENIDA-10.

- CHAMPÚS SIN SULFATOS NI SILICONAS -

# LAS CLAVES del pelo sano y bien cuidado

Aunque eficaces para eliminar suciedad y grasa, su uso excesivo puede propiciar sequedad, irritación o sensibilidad en el cuero cabelludo. Elegir las gamas sin estos agentes es la mejor manera de mantener piel y pelo limpios y sanos.

*Usar productos sin sulfatos ni siliconas* fomenta tener un cuero cabelludo más equilibrado y lograr un pelo limpio y sano. Valquer Laboratorios, marca líder en cuidados capilares, opta por su gama 0%, que es una gama de champús con una filosofía muy clara: prioridad máxima por ingredientes naturales y fórmulas libres de sulfatos, siliconas, colorantes y sal.

## LAS TRES CLAVES

Elegir champús y acondicionadores libres de sulfatos y siliconas mantendrá la barrera natural de la piel sana y evitará irritaciones y sequedad, manteniendo la hidratación natural.

### 1. Sin sulfatos y sales

La sal y los sulfatos son agentes limpiadores/espumantes que ayudan a mantener el cabello brillante. Su empleo frecuente puede llegar a provocar irritaciones y dañar el cabello.

### 2. Sin siliconas

Las siliconas cubren el cabello para que éste luzca más brillante y pulido. Tienen efecto acumulativo que se fijan en la parte externa de la fibra capilar y que evitan la introducción de otros ingredientes nutrientes al interior.

### 3. Con ingredientes naturales

Para sustituir este tipo de activos, en Valquer Laboratorios se emplean ingredientes de origen natural como oligosacáridos de origen vegetal y Phytokeratin (proteínas de origen natural). Ambos acondicionan y suavizan el cabello de forma ligera consiguiendo un cabello hidratado, nutrido, suelto y manejable. Además, una cuidada selección de caviar y proteínas de seda, integradas en la fórmula, hacen de ella una delicada y exclusiva opción para desarrollar el mejor champú sin sulfatos para la salud del cabello. [www.valquer.com](http://www.valquer.com)

lesiones y dolores. Se hace con un aparato con poleas y tiene algo de ballet, por la parte armoniosa de los movimientos, y hay quien lo compara con pilates, pero es diferente. Yo hago las dos cosas porque lo más beneficioso es practicar disciplinas diferentes y por eso, implanté un sistema de bonos, abierto, para que cada día puedas hacer una cosa, en función de lo que te apetezca o necesites». En la actualidad, Assari ofrece clases de pilates, yoga y gyrotonic, entrenamientos personales, sesiones

de meditación, fisioterapia, asesoramiento nutricional y de descanso, masajes terapéuticos y terapias como el shiatsu –en el que continúan siendo el lugar de referencia en Madrid–, tratamientos de belleza manuales o con aparatología... «Ponemos el foco en todo lo que está relacionado con el bienestar», nos dice Inma, que conserva en su centro algunos de los terapeutas que empezaron en el centro hace 25 años, lo cual dice mucho de ella. Desde entonces, su filosofía es «dedicarme a algo que haga sentir bien a la gente, porque eso da muchísimo sentido a mi trabajo».

bastante bien. Tuve la suerte de que tenía muchas herramientas, porque te dicen que la actitud es importante para la recuperación, pero no solo es eso. Yo podía darme un masaje, me planificaban la nutrición, hacía ejercicio controlado... y a raíz de ello, formé al equipo en el método Leduc, que es un drenaje linfático manual que viene muy bien para aliviar los edemas después de las cirugías oncológicas...» A partir de ahí, el boca a boca lo ha convertido en un centro de referencia para cuidarse durante los procesos oncológicos, en el que la cercanía de Inma ayuda mucho. «Yo, que he pasado por lo mismo, acompaño, escucho, me voy de caminata con ellas y aquí hay terapias y tratamientos adaptados a sus necesidades. Tengo la sensación de que ayudo y a mí eso me da mucha satisfacción».

En estos 25 años, Inma ha notado un cambio radical en el concepto de belleza y cuidados: «Ahora se habla de sentirnos bien y se ha tomado conciencia de ello. La gente antes, como mucho, iba al gimnasio y ahora, por supuesto que el ejercicio físico es la base, pero además se hace yoga, pilates, acudes a un fisio no por un dolor sino porque es prevención para el futuro, hay una gran cultura de la nutrición y lo último que estamos viendo es la preocupación por tener un buen descanso. La falta de sueño es un problema que tenemos casi todos, hombres y mujeres, y ya somos conscientes de que dormir bien es fundamental para el bienestar pero que además influye en otros muchos aspectos de nuestra vida, como la salud, la obesidad, la productividad...» Más de doce millones de españoles se despiertan con la sensación de no haber tenido un sueño reparador. Por eso, ha puesto en marcha un taller del sueño, que imparte la experta Jana Fernández y es el más solicitado últimamente en el programa Assari para empresas, que promueve la salud y el ejercicio físico entre los empleados.

Inma no para. Hace un año, introdujo gyrotonic, una disciplina creada por un bailarín rumano que «ha sido un auténtico descubrimiento. Trabajas la respiración, la corrección postural, el core, la flexibilidad, la fuerza, el equilibrio, ayuda a alinear la espalda, es un estiramiento no solo muscular sino también articular, que es muy bueno para evitar

«Antes, la gente como mucho iba al gimnasio, ahora se habla de sentirnos bien. El sueño y el descanso son la última gran preocupación».



El centro Assari (Serrano, 6) ofrece una amplia gama de servicios dentro del cuidado de la salud, el ejercicio físico y el bienestar personal.

¡Encuentra  
ideas de  
regalos!



- REGALAR TE CONECTA CON LOS DEMÁS -

## MUCHO más que regalos

Regalar es el arte de tomarse el tiempo para saber con qué sorprender a la persona que quieres y hacer que se sienta especial. Es una bonita y especial forma de fortalecer el vínculo. Clarel te propone las mejores ideas para cuidar y demostrar tu cariño a los demás.

*Imagínate que tienes el poder* de hacer que alguien se sienta especial. Regala un detalle único que refleje su personalidad, captura su esencia y sorpréndele porque un regalo va más allá, es un lazo de emociones y recuerdos compartidos, un homenaje a lo que os une.

### ¿QUÉ TIPO DE REGALO BUSCAS?

Descubre el famoso pack de la gama fortificante Hair Advance de bonté, vegana sin sulfatos ni siliconas que revitaliza y fortalece el cabello aportándole hidratación profunda para lucir pelazo.

Puedes comprar tus regalos Clarel en las cerca de 1.000 tiendas físicas de Clarel y en [clarel.es](https://www.clarel.es)

Para los apasionados del cuidado de la piel, Clarel te trae la gama Ultra Effects de NeSk de la que todo el mundo habla. Formulado para transformar tu rutina de noche y sacar el máximo potencial a tu piel El pack de ensueño de Pantene incluye su gama viral Bond Repair junto a un peine revitalizante.

Te vas a enamorar del pack Rouge Seduction de Women's Secret por su fragancia cautivadora de corazón floral con un aroma único e irresistible.

### REGALA Y... REGÁLATE

Tú regalaras cuidados y mimos, y en Clarel te regalan 25€ en tus reservas de hotel. La campaña El arte de regalar de Clarel, activa del 30 de noviembre al 7 de enero, convierte cada compra en una experiencia especial: por cada compra de 30€ o más, te regalan 25€ en noches de hotel, puedes elegir entre más de 500.000 destinos.

### PARTICIPA:

1. Realiza tu compra en tiendas físicas Clarel o en [clarel.es](https://www.clarel.es).
2. Sube tu ticket de compra a [clarel.es](https://www.clarel.es) antes del 31/01/2025.
3. Recibe un correo con tu código para canjear el regalo. Además, tus regalos se envuelven de forma gratuita con envoltorios sostenibles, añadiendo un toque de cuidado y mimo a cada detalle.

**ONDAS CON  
VOLUMEN**

Lucía lleva unas ondas abiertas y puntas con textura hechas con ROWENTA Reverso. Blazer ELISABETTA FRANCHI, camiseta ABANDERADO, pantalón MAKSU, zapatillas ADIDAS y anillo SIMORRA.



# LUCÍA POMBO: MELENA *de* ALTURA

Es mucho más que una influencer. Con su estilo desenfadado y cercano, se ha ganado un hueco en el corazón de miles de seguidores que la acompañan en su día a día. Entre viajes, anécdotas familiares y su pasión por la aviación, Lucía nos muestra su faceta más auténtica. Nos adentramos en su mundo para descubrir sus cuidados de belleza, cómo compagina su vida en redes con ser piloto y sus proyectos personales.

POR PATRICIA ÁLVAREZ-PALENCIA FOTO JESÚS CORDERO REALIZACIÓN MARTA LASIERRA



**MELENA  
EXTRALISA**

Un efecto liso tabla pero con volumen, realizado con el secador Maestria Ultimate Experience de ROWENTA. Traje INÉS MARTÍN ALCALDE, pendientes M DE PAULET y anillo SINGULARU.



**SEMIRRECOGIDO  
GLAM**

Un peinado con mucho volumen en las puntas hecho con la plancha Thermocare Ultimate Experience, de ROWENTA. Gabardina CASONÁ y pendientes MESSIKA.

*En un mundo* donde las redes sociales dictan tendencias y estilos de vida, Lucía Pombo destaca por su naturalidad y autenticidad. Amante de los viajes, apasionada de la aviación y con una conexión muy especial con su familia, Lucía ha sabido hacerse un hueco como influencer compartiendo momentos inolvidables, reflexiones y hasta sus aventuras como piloto con sus seguidores. Hoy nos cuenta cómo enfrenta sus retos, disfruta de sus pasiones y sigue siendo fiel a sí misma con una rutina capilar de altos vuelos.

**¿Cómo compaginas tu labor de piloto e influencer?**

Son dos profesiones tan bonitas y tan atractivas que se me hace fácil. Doy prioridad a la aviación, pero se pueden compaginar las dos perfectamente, la verdad.

**¿Qué te llevó a ser piloto?**

Soy la quinta generación en mi familia, y aunque las anteriores han sido hombres, lo he visto desde pequeña. Es una profesión que implica estar fuera de casa, mucho sacrificio, y que te interesen cosas como los sistemas o los motores, así que no siempre atrae tanto a las mujeres, pero cuando te gusta, te gusta muchísimo.

**También te has sacado el PER (Piloto de Embarcaciones de Recreo), ¿vas a empezar a patronear barcos?**

No tengo intención de llevar un barco, no me gusta el mar, me da pánico, pero me quería sacar el PER. Tengo un poco de titulitis, creo que es por ponerme a prueba y por saber dónde está mi límite. También me saqué el carnet de moto grande, mañana será el de buceo, el de camión, veremos...

**¿Qué importancia le das al cabello en tu imagen?**

Me gusta ser natural a la hora de trabajar, y procuro llevar recogidos para dar una imagen un poco más ordenada, pero he llevado el pelo largo toda mi vida, me encanta hacerme cosas y poder lucirlo, así que procuro cuidármelo bastante. Me parece algo muy característico de una persona.

**¿Cómo lo cuidas?**

Suelo intentar maltratarlo poco, no tocarme mucho el color, hidratármelo mucho y cuando utilizo herramientas de styling lo hago siempre con protector de cabello.

**¿Y cuáles son tus herramientas de styling favoritas?**

Bueno, yo tengo el pelo muy liso, entonces lo que más intento es darle volumen, con lo cual siempre voy a optar por un buen secador. Pero para mí, la mejor herramienta que tengo es el cepillo Hair Therapist, de Rowenta. Lo uso todos los días. Y he notado muchísimo cambio en mi pelo desde que lo utilizo.

**¿Un peinado con el que te sientas tú?**

Como más mona me veo es con el pelo suelto, con lo cual, para un evento siempre voy a llevarlo suelto, pero para trabajar y para mi día a día procuro llevar un moño o un recogido, me parece que queda más ordenado con el uniforme.

**Como viajas tanto, tendrás un neceser con tus básicos, ¿qué guardas en él?**

Sí, y es que es un neceser que no se toca, cuando se gasta un producto se vuelve a reponer, pero siempre es el mismo. Llevo un sérum para el pelo, mis productos de limpieza facial, sérum de pestañas y aceite para las cutículas.

**ALIADOS INFALIBLES**

Herramientas para expresar tu estilo y belleza únicos mientras cuidas tu cabello imitando las técnicas de los profesionales.



**Rutina de cuidado**

1. *Reverso* (99,99 €), combina secador y cepillo de aire para reducir la humedad, moldear y controlar el frizz.
2. *Plancha Thermocare Ultimate Experience* (119,99 €), comprueba la temperatura mil veces por minuto para evitar dañar el cabello.
3. *Hair Therapist* (249,99 €), repara hasta un 78% de los daños capilares en solo un mes.
4. *Ultimate Experience Maestria* (119,99 €), deja tu pelo más suave y radiante, gracias a la combinación de iones positivos y negativos. Todo de Rowenta.

**Tienes fama de ser la más responsable y perfeccionista de las hermanas Pombo... ¿es así?**

Soy demasiado organizada y estructurada. Creo que me toca la parte responsable porque soy la hermana mayor, pero es verdad que soy muy disciplinada.

**La cuarta temporada del reality Pombo (Prime Video) se estrena ahora en enero, ¿qué nos puedes adelantar?**

Vamos a ver una familia cada vez más natural, que le da menos importancia a la cámara, y se verá lo más real de todos nosotros. La realidad que vive una familia unida, pero que no es perfecta, con sus más y sus menos.

MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA REBECA T. FIGUEROA (ANOTHER AGENCY) PARA ROWENTA. ASISTENTE MAQ. Y PELLU. SANDRA MARCOS. ASISTENTE FOTO DIEGO MEDINA. ASISTENTE ESTILISMO BEGOÑA GARCÍA. PRODUCCIÓN ELENA GIL. AGRADECIMIENTOS: HOTEL ORFILA RELAIS & CHÂTEAUX.

**ALEGRE Y VITAL**

«Prefiero enfrentarme a la vida desde el optimismo. Intento ponerle buen humor y centrarme en las cosas que me aportan felicidad», nos explica la actriz Michelle Jenner. «Últimamente apuesto más por el color y por los perfumes para divertirme y cambiar el ánimo».



# LA VIDA *de* color ROSA

Todo sonrío a Michelle Jenner. La actriz es Keila en "Berlín" (Netflix), espera dos estrenos y es la embajadora del perfume Intimate Delight, de Women'Secret, dulce y chispeante como ella.

POR MYRIAM SERRANO FOTO SALVA MUSTÉ

**Su sonrisa** y su optimismo han sido determinantes para elegirla imagen de Intimate Delight, el nuevo perfume de Women'Secret, creado por el perfumista Jérôme di Marino y Tailored Perfumes. Con 38 años, la actriz española –inolvidable como Isabel la Católica (*Isabel*) o en las voces de Hermione y Ansiedad (*Harry Potter* y *Del revés 2*) vive un momento plácido. Su trabajo es su pasión, vive en el campo y ha aprendido a disfrutar de los pequeños-grandes placeres de la vida.

**No es fácil, ¿cómo logras mantenerte tan positiva?**

Intento centrarme en las cosas que me aportan felicidad. Tengo mucha suerte porque me dedico a algo que me apasiona, mi trabajo me encanta, me hace muy feliz estar en un set de rodaje con todo el equipo, interpretar a un personaje y sentir que cada proyecto me ilusiona tanto como el anterior y que voy a aprender, eso me aporta mucho. Y siempre he sido de rodearme de mi gente, estar con mi peque me hace muy feliz, además de centrarme en las cosas que aportan energía bonita.

**¿Es esta tu mejor época?**

Estoy fantástica, la verdad, van pasando los años y me siento mejor, estoy más segura de mí misma, siento que disfruto más de las cosas. A mí no me da miedo envejecer.

**¿Qué te está aportando el personaje de Keila en *Berlín*?**

Le he cogido mucho cariño, la fui descubriendo a medida que íbamos rodando, ha sido un proceso muy divertido. Además, con un equipo de ensueño, en el que todos nos hemos dejado la piel.

**Somos tantos los que te recordaremos siempre como a la reina en *Isabel*... ¿Fue un punto de inflexión?**

Sí, todos los papeles de mi carrera me han sumado, pero este fue muy especial porque fueron tres años de trabajo con un personaje muy intenso y complejo, que interpreté desde su juventud hasta su muerte. Lo recuerdo con mucho cariño porque aprendí muchísimo. A partir de ahí me interesé más por seguir descubriendo la historia, una asignatura que no se me daba demasiado bien de joven y que con una serie se puede conseguir humanizar.

**Tu bonita voz es muy reconocible, ¿cómo te ha ayudado tu trabajo como actriz de rodaje?**

Desde los seis años he estado en salas de doblaje viendo películas una y otra vez, fijándome en la

interpretación de los actores hasta el más mínimo detalle, eso me ha formado y me ha dado herramientas para interpretar yo después. Me gusta tanto un trabajo como el otro, creo que hay algo mágico en meterse en una sala oscura e interpretar con tu voz, es algo muy especial.

**¿Estás impaciente por los estrenos de la película *El secreto del orfebre*, junto a Mario Casas, y la miniserie *Dime tu nombre*?**

En febrero llega *El secreto del orfebre* y pronto también *Dime tu nombre*, dos proyectos muy diferentes, que es lo que más me gusta, porque cambiar de uno a otro siempre es un reto nuevo. Tengo muchas ganas de poder compartirlos con los demás.

**¿También te gusta cambiar de look?**

¡Sí! Tengo un problema y es que me aburro muy rápido y me apetece cambiar, pero claro, en la piel de un mismo personaje muchos meses no puedo y en cuanto termino un rodaje corro a hacerme algo diferente, color, cortar... Tengo un amigo peluquero que siempre se ríe y me dice: «¿Qué te ha pasado en el flequillo?» Porque soy capaz de coger yo las tijeras y hacerme algún estropicio. En cuanto al

maquillaje, prefiero dejarme llevar por los profesionales, que son los que saben. Casi siempre confío en las mismas personas.

**¿Te perfumas siempre antes de salir de casa?**

De un tiempo a esta parte me empieza a interesar el mundo del perfume, me parece fascinante cómo un aroma te puede llevar a una emoción, a un recuerdo, a un momento concreto o a una persona. Es divertido elegir en función de lo que te apetece.

**¿Qué aromas recuerdas de niña? ¿Cuáles son tus favoritos ahora que vives rodeada de naturaleza?**

Tanto mi padre como mi madre siempre han usado el mismo perfume y para mí están completamente asociados a ellos. Me gusta el olor del campo cuando ha llovido, el de chimenea... vivir fuera me encanta. Mira que me gusta estar rodeada de gente en un rodaje, siempre con el equipo para ver cómo trabajan los demás, pero aprecio mucho este aislamiento buscado en el que me siento como en mi refugio, en paz, sin caos para poder estar tranquila, descansar y hacer cosas sencillas que me dan mucho placer, como leer un libro o ver una buena película.

«Mis deleites íntimos son sencillos: ver una buena película o serie, leer y dedicarme espacios para mimarme».



**Casual e intensa**

«Me hace sentir femenina. Con notas de frutos rojos y un toque de vainilla, es dulce pero no demasiado, una combinación muy equilibrada», dice Michelle sobre Intimate Delight, de Women'Secret (20 €).

# PERFUMES *de ayer* *y de HOY*

La multinacional Coty, que integra firmas como Chloé, Gucci, Calvin Klein o Burberry –además de otras tantas de cosmética y maquillaje– celebra su 120 aniversario, fiel al carácter visionario de su fundador.

POR MARTA BONILLA

*Es uno de los grandes* personajes de la historia del perfume: François Coty (Córcega, 1874) revolucionó la industria a comienzos del siglo XX. Huérfano desde los siete años, se crió con su abuela paterna y aunque era un buen alumno, tuvo que abandonar los estudios muy joven para ayudar a su familia. Empezó como periodista, pero fue en París, cuando comenzó a trabajar en la trastienda de una farmacia, donde descubriría su pasión por la perfumería. Allí se elaboraban las fórmulas de las colonias de la época. Viajó a formarse a Grasse y se enamoró del aroma de la rosa de mayo que se cultiva en sus campos. De vuelta a la capital francesa, empezó a crear sus primeras esencias que comercializaba en una pequeña tienda, y la rosa sería la protagonista de su primer gran lanzamiento. «El quería una rosa con más volumen de lo que las mujeres utilizaban en ese momento y para ello utilizó materiales sintéticos que la hicieron más poderosa», cuenta Carole Farelo, education leader Iberia de Coty en el serial de grandes perfumistas de la Academia del Perfume. Así nació Rose Jacqueminot (1904) que, según cuenta la leyenda, el director de las galerías del Louvre renunció a comercializar, pero «no se sabe si François Coty lo tiró o se le cayó al suelo, pero el caso es que el perfume se derramó, inundó de olor los almacenes y las mujeres se volvieron locas», explica Farelo. Ese mismo año, fundó Coty, convertida hoy en una de las mayores multinacionales de belleza del mundo, con una división de perfumes que integra Calvin Klein, Gucci, Burberry, Chloé... y en la que la rosa sigue siendo protagonista. En 2008, Chloé Eau de Parfum modernizó su aroma y dio una nueva vida

a esta flor. Lo mismo hizo el propio Coty con el chipre, una nota existente desde la Edad Media a la que dio una nueva dimensión al añadirle una salida cítrica que, en contraste con las maderas, sedujo a tantos perfumistas como para acabar dando nombre a una nueva familia olfativa, que ha llegado a nuestros días. A su espíritu visionario le debemos también la frase «el perfume debe ser tanto esencia como objeto de deseo» y reivindicó la importancia de los frascos –algunos creados por Baccarat y René Lalique– con el objetivo de que fueran bonitos y... asequibles. Porque desde el principio, uno de sus sueños fue acercar las fragancias al gran público, en una época en la que estaban reservadas a la alta sociedad.

## LA HISTORIA CONTINÚA

En el ADN de Coty sobrevive hoy el carácter pionero de su fundador, que se manifiesta en estudios sobre el impacto emocional de los perfumes y la creación de tecnologías que alarguen la duración de un aroma o la sostenibilidad de las distintas fórmulas.

El olor es nuestro sentido más emocional: «Cuando hueles, no filtras, y por eso los olores nos llevan al pasado e impactan en nuestro estado de ánimo. De ahí la moda de las fragancias well-being. Cada fragancia está ligada a una emoción distinta que la neurociencia puede descifrar y medir: sensualidad, placer, autoestima... y tenemos un método que documenta científicamente las emociones positivas que induce cada una», nos explica la española Eva Viñas, ingeniera y vicepresidenta senior global de I+D de Coty, que conoce bien qué interviene en la decisión de compra de un perfume. «Cuando lo elegimos queremos duración y proyección, el consumidor espera que la fragancia dure y le pregunten qué lleva, pero eso es complicado, porque la volatilidad es lo que hace que los demás huelan nuestro perfume, pero puede reducir la duración», reconoce la experta. Para hacerlo compatible han creado «una nueva tecnología de aura molecular que preserva y amplifica los aromas», destaca Dominique Vernaz, director técnico de perfumería. También un alcohol 100% reciclado, «que constituye el 75% de un jugo», reconoce Viñas. Todo ello se ha incorporado a la nueva Infiniment Coty Paris, una colección de 14 fragancias ligadas a emociones distintas y con hasta 30 horas de duración, creada por Sue Nabi, CEO de Coty, junto a Nicolas Vu y que representa una nueva era en la perfumería. No es casualidad que se estrene justo cuando Coty celebra el 120 aniversario de su fundación.

**SIN GÉNERO**

El perfumista Alberto Morillas tradujo los códigos minimalistas de CALVIN KLEIN en CK One (1994), la primera fragancia moderna de la historia actual.



El chipre era una nota en decadencia. Añadirle notas cítricas y florales le dio una dimensión que le llevó a bautizar una familia olfativa.



«Un perfume hay que mirarlo tanto como olerlo», solía decir Coty, el primero que creó preciosos frascos con Baccarat y Lalique, que revolucionaron la industria.



**BUQUE INSIGNIA**

Coty abrió tienda en el 23 de la Place Vendôme. Después se expandió a Londres, Buenos Aires, Nueva York... En pocos años exportó sus fragancias a medio mundo y se convirtió en uno de los hombres más ricos de Francia.



**NUEVA ERA**

La nueva Infiniment Coty Paris es una colección de 14 fragancias ligadas a emociones distintas, con hasta 30 horas de duración y 100% sostenibles, creadas por Sue Nabi, CEO de la multinacional, y Nicolas Vu.



La rosa protagonizó el primer gran éxito de Coty. En 2008, el nuevo Eau de parfum de Chloé modernizó su aroma y dio una nueva vida a esta flor.



Hoy, la multinacional Coty conserva no solo el nombre sino el espíritu innovador de su fundador, potenciando tecnologías que conduzcan a la sostenibilidad, el wellbeing y la duración de los perfumes.

- MEDICINA ESTÉTICA -

# LOS NUEVOS CÁNONES de BELLEZA

## MÁS QUE UNA LIMPIEZA

•**Hydrafacial Syndeo.** La última versión de este sistema profesional de limpieza facial profunda que renueva la piel combina 6 pasos: exfoliación, peeling, extracción de impurezas, vial personalizado (previo diagnóstico personalizado), terapia de luces LED e hidratación profunda. Precio: 200 €. Dónde: The Beauty Concept. Tel. 914 669 187.

•**Geneo +.** Esta plataforma aúna 3 tecnologías: Oxigeneo, Tripollar RF y ultrasonidos que logran una potente sinergia de oxigenación y revitalización que consigue rejuvenecer el rostro, activando la microcirculación y devolviéndole una actividad óptima, propia de una piel sana y fuerte. Precio: 120 €. Dónde: Blauceldona. Tel. 934 615 759.

•**Préime Dermafacial.** Una limpieza no invasiva con efecto reafirmante. Incorpora microdermoabrasión con vibración y LED roja para mejorar el tono y textura de la piel; microcorrientes que tonifican la musculatura facial; radiofrecuencia para estimular el colágeno y la elastina, ultrasonidos térmicos y tecnología de vacío. Precio: 150 €. Dónde: Dra. Beatriz Beltrán. Tel. 934 877 466.

construyen los ligamentos que se han distendido con el paso de los años. Se trabaja por espacios anatómicos profundos, en donde no hay irrigación, ni vasos sanguíneos, para reposicionar los cimientos del rostro y así restaurar la firmeza de los músculos y la elasticidad de la piel. Dónde: Instituto De Benito. Tels. 932 530 282 y 916 006 940. Dr. Ahmad Saad. Tel. 933 821 111.

•**Mia Femtech.** Así se llama la nueva técnica para aumentar el pecho una o dos tallas, con unas prótesis minis, muy blanditas, que se insertan desde la axila. La intervención dura 45 minutos y se hace con anestesia local. Se realiza una pequeña incisión en la axila, por donde se administra la anestesia y el cirujano, con la ayuda de una herramienta quirúrgica, crea una especie de túnel estrecho hasta el centro del seno. «Por este túnel, con una cánula, se va introduciendo la prótesis, impulsada por aire, hasta situarla encima del músculo del seno», explica el doctor Martín del Yerro. El resultado es un aumento muy natural y discreto. Precio: 9.500 €. Dónde: DEMYA Martín del Yerro & Amselem. Tel. 915 352 402.

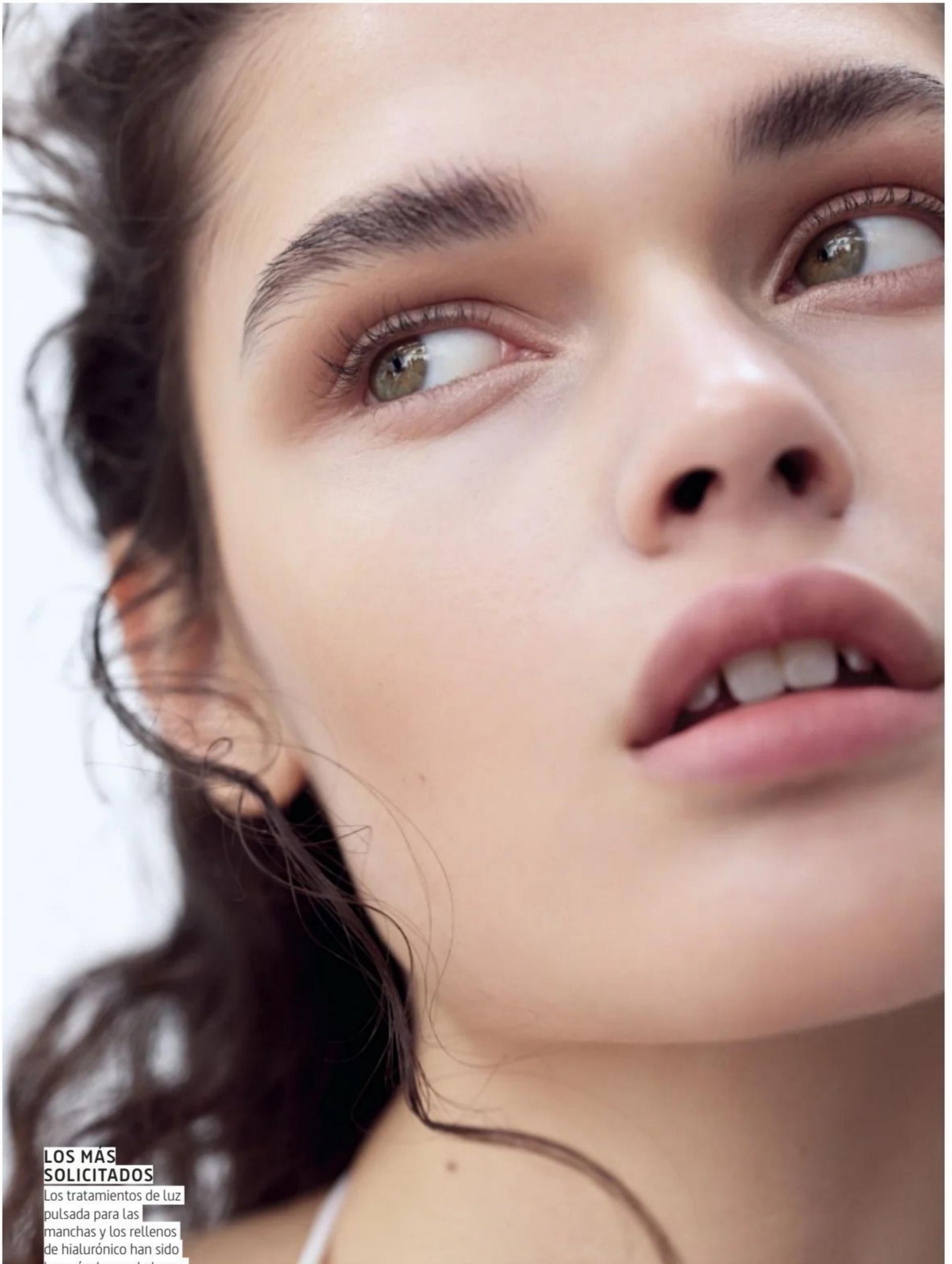
Ahora se impone la naturalidad con tratamientos que ponen a trabajar los mecanismos propios de reparación y regeneración de la piel en lugar de rellenos e ingredientes que provocan huella estética.

POR MAMEN RUIZ PUERTAS

*Los rellenos* que transforman los rostros con volúmenes desproporcionados pronto serán historia. Vamos por el buen camino. Llega la medicina estética regenerativa, un campo emergente en el que, a través de inyectables, persigue que nuestra piel se repare desde dentro, es decir, son tratamientos en los que el propio organismo se encarga de la regeneración y el rejuvenecimiento de la piel para devolverle firmeza, luminosidad... y, además, se reabsorben totalmente y no dejan huella estética. Esta filosofía de rejuvenecer, apostando por la naturalidad, también es el objetivo de la aparatología de última generación, que ya alcanza las capas más profundas, para tensar la piel e incluso de las nuevas cirugías plásticas que cada vez son menos invasivas y sus resultados, más armoniosos y naturales.

## CON BISTURÍ

•**Deep Plane Face and Neck Lifting.** Esta técnica de lifting profundo de cara y cuello, aborda los músculos faciales más profundos, hasta la capa SMAS. Levantan el tejido, sin necesidad de despegar apenas la piel, y re-



**LOS MÁS SOLICITADOS**

Los tratamientos de luz pulsada para las manchas y los rellenos de hialurónico han sido los más demandados en España, según los últimos datos de la SEME.

## Las nuevas sustancias inyectables promueven la bioestimulación natural de la grasa, el colágeno, la elastina y el ácido hialurónico.

### ALTERNATIVAS SIN CIRUGÍA

•**Ultraformer MPT.** Se trata de ultrasonidos focalizados de alta intensidad (HIFUs) de última generación, con tecnología micropulsada. Realiza disparos de forma lineal y también circular para adaptarse con mayor precisión a cada zona. Puede abordar desde las capas más superficiales a las más profundas, para conseguir un lifting sin cirugía, además de mejorar la calidad de la piel y, además, es indoloro. Precio: 1.500 €. Dónde: Clínica Oneskinmed, Dra. Lidia Maroñas. Tel. 622 390 633.

•**Endolift.** Este láser utiliza fibra óptica, que se introduce bajo la piel, para calentar de manera controlada el tejido subcutáneo, que tensa y reafirma y, a largo plazo, induce a la producción de colágeno nuevo. Mejora la flacidez y redefine el contorno facial. Precio: entre 1.200 € y 2.700 €. Dónde: Clínica Dr. Morales Raya. Tel. 613 028 899.

•**Morpheus8 Define.** Esta nueva versión perfecciona las tecnologías sinérgicas con las que trabaja, como la radiofrecuencia bipolar y el microneedling fraccionado, para revitalizar el tejido facial. Además incorpora el casco Define, que permite realizar tratamientos manos libres para trabajar el cuello y la línea de la mandíbula. Dónde: Inout Barcelona Beauty. Tel. 938 364 380.

•**Ultherapy Prime.** Se trata de la nueva generación de este dispositivo, conocido como el lifting no quirúrgico, que utiliza la energía de los ultrasonidos focalizados con visualización ecográfica. Esta versión es más rápida, potente y la ecografía es más nítida, lo que permite ver mejor la capa que se trata y ser más eficiente en los resultados. Precio: entre 500 € y 3.000 €, dependiendo de la zona. Dónde: Felicidad Carrera. Tel. 914 351 724.

## LOS NUEVOS HIALURÓNICOS

•**Profhilo Structura.** Se trata de un revolucionario hialurónico de IBSA que curiosamente ni hidrata ni rellena. Lo que hace es restaurar el volumen de aquellas zonas del rostro –como las mejillas o el área mandibular– que lo van perdiendo por el proceso natural de envejecimiento, para recuperar las facciones originales. «Permite que el propio paciente restaure el tejido graso subcutáneo por sí mismo y así recupere una de las estructuras subcutáneas más importantes que da volumen y firmeza a la piel», afirma la doctora Natalia Ribé. El secreto de Structura es la unión de dos hialurónicos ultrapuros, uno de alto y otro de bajo peso molecular que, fruto de la fusión térmica de una tecnología patentada, NAHYCO, consiguen reparar la grasa perdida. Se recomiendan dos sesiones. Precio: a partir de 550 €/sesión. Dónde: Dra. Natalia Ribé. Tel. 932 724 228.

•**Layering Step by Step.** Esta nueva técnica de rejuvenecimiento facial integral, desarrollada por el doctor Moisés Amselem, consiste en la aplicación en diferentes capas de la piel, tanto con aguja como con cánula, de tres densidades distintas de ácido hialurónico de Toskani. Se realiza en una única sesión y se consigue hidratación, revitalización y reposición de volúmenes en arrugas y surcos. Precio: 1.050 €. Dónde: DEMYA Martín del Yerro & Amselem. Tel. 915 352 402.

## ALIADOS COSMÉTICOS



### Tensa el cuello

V-Lift Neck, Valmont (290 €). Formulada con un cóctel de péptidos que forman un velo tensor invisible que alisa y reafirma cuello y escote.



### Retinol encapsulado

Retinol+Emulsion 0.3, Is Clinical (132 €). Esta concentración, más suave, es idónea para introducirse gradualmente en el uso del retinol.



### Mascarilla nocturna

UnicRetinol ++ Invisible Night Mask, Unicskin (95 €). Formulada con retinol puro al 0,29 % para reducir las arrugas y estimular la renovación celular.



### Regenerante

Bio-Performance Skin Hiforce Cream, Shiseido (237,60 €). Inspirada en los tratamientos con láser, potencia la regeneración innata de la piel, rellena y reafirma.



### Mejora la piel

Capture Totale Retishot, Dior (115 €). Concentrado de noche con retinol puro al 1 % que corrige los problemas de calidad de la piel asociados a la edad.

## Y PARA EL CUERPO

- Láser Emerald.** Elimina grasa en las zonas corporales más rebeldes, como el abdomen, sin dolor y sin tiempo de recuperación. Este dispositivo emite diez láseres verdes de 532 nanómetros, apunta a las células grasas, penetrando en sus paredes y emulsiona el contenido para dejar salir los lípidos grasos hacia el exterior de la célula y que se puedan eliminar de forma natural a través del sistema linfático. Precio: 2.500 €/bono 8 sesiones. Dónde: Tacha. Tel. 915 612 433.
- Hera.** Combina el poder de la radiofrecuencia resistiva monopolar y la vacumterapia en un mismo aplicador. Remodela, reduce contorno, reafirma, tonifica, drena... Precio: 115 €/sesión. Dónde: Carmen Navarro. Tel: 914 450 632.

## EL BOOM DE LA MEDICINA REGENERATIVA

•**Juläine.** Así se llama este nuevo ácido poli-L-láctico (PLLA) de Nordberg Medical, un bioestimulador del colágeno propio, que consigue tensar la piel y mejorar su textura. «Esta nueva molécula es la más pura y compatible con nuestro organismo, se distribuye homogéneamente y se degrada completamente, sin dejar huella estética», asegura la doctora Adriana Ribé. Este inyectable promueve una regeneración activa del tejido, mejora la firmeza, las arru-

gas, la elasticidad de la piel. El tratamiento es de 1 a 3 sesiones, cada mes y medio. Precio: 1.500 €/sesión, todo el rostro. Dónde: Ribé Clinic. Tel. 934 881 207.

•**PhilArt.** Son los polinucleótidos de Cromo. Estas moléculas son componentes del ADN, obtenidos de gónadas de la trucha asalmonada, que estimulan la reparación celular y promueven la síntesis de colágeno, elastina y ácido hialurónico, fundamentales para preservar la juventud de la piel. Además, «estos bioestimuladores tienen efecto hidratante, engrosan la dermis y redensifican la piel, evitando totalmente el efecto volumen. También equilibran los melanocitos, consiguiendo un tono más uniforme y renovado», afirma la doctora Gema Pérez Sevilla. El tratamiento se realiza mediante micropunciones, con anestesia tópica y se recomiendan tres sesiones, una al mes. Precio: entre 900 € y 1.200 €/3 sesiones. Dónde: Dra. Gema Pérez Sevilla. Tel. 635 254 219.

•**Exosomas.** Estas diminutas vesículas extracelulares que producen las células contienen proteínas, factores de crecimiento y ácidos nucleótidos. Su capacidad para promover la comunicación celular los convierte en una herramienta clave en la regeneración de los tejidos. Se aplican tras terapias con láser, radiofrecuencia o microneedling, cuando los canales están abiertos y se extienden los exosomas sobre las zonas tratadas y potencian sus resultados. «Revitalizan, mejoran la textura y luminosidad de la piel, activan la producción de colágeno y elastina, reducen manchas, cicatrices y arrugas superficiales», asegura la doctora Valia Benítez. El tratamiento completo son tres sesiones. Precio: 1.350 €/tratamiento. Dónde: Mercedes Clinic, Dra. Valia Benítez. Tel: 915 760 112.

## EN CABINA

- Tact & Lum.** Este tratamiento reafirmante facial, a través de unos sensores digitales, aúna tres potentes energías: radiofrecuencia, infrarrojos y electroestimulación, para tensar rostro, cuello y escote. A continuación, según cada piel, se aplica una mascarilla de diamante, platino o zafiro, para potenciar la luminosidad y la hidratación. Precio: 280 €/80 minutos. Dónde: Maribel Yébenes. Tel. 911 599 596.
- Vega de Reviderm.** Esta radiofrecuencia es la primera que llega a la unión hipodérmica, lo que le permite una estimulación más profunda de la síntesis de colágeno, además de mejorar la firmeza y luminosidad. Aconsejan 6 sesiones, una a la semana. Precio: 150 €/sesión. Dónde: Centro Arduan. Tel. 944 273 893.

FOTO CHRISTINE KREISELMAIER/TRUNK ARCHIVE.



### Efecto lifting

*Absolute Lift Serum Reafirmante, Marti-Derm (64,85 €). Actúa en profundidad para minimizar arrugas y líneas de expresión, hidrata y reafirma.*



### Ácido hialurónico

*Sensitive Skin Lab, Hyaluronic Filler Serum, Sensilis (43,50 €). Concentrado relleno de arrugas que hidrata y prolonga los efectos posrellenos dérmicos.*



### Reparadora

*Abeille Royale, Honey Treatment Cream Rica, Guerlain (143 €). Para pieles secas o muy secas, así como antes y después de tratamientos dermatológicos.*



### Revitalizante

*NCEF-Revitalize Serum, Filorga (98,90 €). Con 10 activos usados en las microinyecciones de revitalización, para alisar, unificar e iluminar la tez.*



### Suavizar arrugas

*Reductor de arrugas dinámicas Clinical Solutions, Mary Kay (58,90 €). Imita la acción de los inyectables y suaviza arrugas de expresión.*

# QUÉ hay DE NUEVO



## Efecto antiarrugas

**1.** AgePerfect Renewing Cellular Le Duo Serum, L'Oréal Paris (28,95 €), 2 serums en 1 con 21 activos antiedad para acelerar el metabolismo celular que se ralentiza con el paso del tiempo y revertir envejecimiento y arrugas. **2.** Serum en Crema Retinight, Germaine de Capuccini (80 €), con retinal, un derivado más potente y menos agresivo que el retinol, que minimiza arrugas y combate los signos de la edad. **3.** Time-Filler Night 5XP, Filorga (78,50 €), con un complejo rellenedor, revitalizante y alisador inspirado en la medicina estética.

## EDITOR'S CHOICE

A caballo entre la Navidad y el comienzo del año, aquí va nuestra lista de deseos y buenos propósitos.

Marta Bonilla, redactora jefa y responsable de Belleza



### Iluminar la Navidad

Color y artesanía se aúnan en la preciosa colección de velas y candelabros perfumados de Loewe, creada en colaboración con los ceramistas japoneses Suna Fujita.

### Cabello con color

El aceite Chroma Éclat de Kérastase, enriquecido con centella asiática, hidrata en profundidad y aporta brillo al cabello coloreado.



### Frescor con carácter

Nadia 46, el primer perfume creado por la mítica perfumería madrileña, no defrauda: sobredosis de neroli de calidad, bergamota... para un cítrico longlasting.



### Edición limitada

Con una carcasa joya, Le Rouge Intense Silk de Givenchy proporciona un tono marrón cálido, mate, y una textura ultrasuave.



### Alivio en la mirada

Una fina capa de Renewing Gel Mask Eye Contour Area de Nescens en los párpados superior e inferior borra el cansancio, tiene efecto flash y combate arrugas, ojeras y bolsas.



- FRENAZO EN SECO AL 'BAD HAIR DAY' -

## Melena fresca y con volumen ¡YA!

El champú en seco de Nelly es la opción ideal para recuperar el movimiento y el pelo limpio con un solo toque. Su capacidad para transformar un cabello con aspecto graso o apelmazado en una melena con volumen hace de él un básico

*No puedes lavar tu pelo* de forma tradicional, pero necesitas una solución inmediata para recuperar el aspecto revitalizado y con volumen de tu cabello. Los champús en seco son la opción perfecta para ello, y también tu aliado perfecto para viajes o escapadas en las que no vayas a disponer de mucho tiempo. Con un simple gesto recuperarás el brío de tu melena, con resultado garantizado. Los datos recientes lo confirman: la demanda de champús en seco ha experimentado un notable crecimiento, especialmente en Europa, donde este cosmético es uno de los más apreciados por sus múltiples ventajas. ¿Por qué? Sobre todo por su versatilidad: ya sea para quienes tienen una agenda apretada, viajan con frecuencia o simplemente quieren alargar el tiempo entre lavados, este producto es un verdadero salvavidas.

### CHAMPÚ SECO, TU ALIADO PERFECTO

El champú seco Nelly lleva almidón de arroz 100% natural y está libre de talco. Este ingrediente, además de absorber la grasa, deja menos residuos visibles y mantiene la hidratación del cuero

cabelludo. Su fórmula incluye también alcohol, para un secado rápido sin apelmazar, y acondicionador catiónico, que da suavidad y reduce el efecto estático y el frizz. Aunque no sustituye a los lavados, el champú en seco de Nelly absorbe la grasa y elimina la suciedad superficial. Resultado: un cabello con apariencia limpia y revitalizada al instante. Además, aporta volumen y textura, es vegano y prolonga la fijación de tus peinados. ¡Lo tiene todo!

### MANUAL DE USO

Guadalupe Roig, técnica de peluquería de Laboratorios Belloch, con 30 años de experiencia, nos indica cómo hacerlo paso a paso:

- Divide el cabello en secciones y aplica el producto a unos 15 cm de distancia. Deja actuar unos segundos para que absorba la grasa.
- Masajea el cuero cabelludo para distribuir el producto uniformemente.
- Cepilla el cabello para eliminar posibles residuos y obtén el estilo deseado.
- Se puede trabajar con secador para aportar mayor volumen.
- Otra opción es aplicar el champú seco antes de dormir para que absorba la grasa durante la noche y despertar con un cabello más fresco y voluminoso.

Está disponible en cuatro tonos (Black, Brown, Reddish y Blonde) para adaptarse a todo tipo de cabello, desde negro hasta rubio claro. Hasta 70 usos. 23,83 euros



- LA SOLUCIÓN INSTANTÁNEA PARA CUBRIR RAÍCES Y CANAS -

# ROOT COVER y adiós raíces y canas

Lendan lanza Root Cover, un revolucionario polvo mineral para una cobertura rápida, natural y efectiva de raíces y canas. Esta fórmula avanzada te ofrece una solución rápida y duradera entre coloraciones, al tiempo que cuida el cabello con ingredientes premium.

## INNOVACIÓN EN COLORACIÓN Y CUIDADO CAPILAR

Root Cover es mucho más que un producto de retoque: está formulado con minerales que absorben el exceso de sebo, proporcionando una cobertura impecable mientras mantiene un aspecto fresco y limpio. Tu melena estará brillante, con cuerpo, con fuerza. Su fórmula resistente a la humedad asegura que el color se mantenga intacto durante todo el día, sin que ocurra una decoloración o transferencia.

## UNA FÓRMULA ACTIVA CON BENEFICIOS ÚNICOS

Además de cubrir de manera instantánea las raíces y canas, su estudiada fórmula tiene beneficios añadidos para tu cabello. Cada aplicación de Root Cover ayuda a la reparación del cabello, aporta brillo, suavidad y un efecto antifriz, gracias al ácido hialurónico. El aceite de Monoï de Tahití potencia la hidratación y el brillo, mientras que los extractos botánicos ofrecen una pigmentación natural duradera hasta el siguiente lavado, que se mimetiza de forma perfecta al color de tu cabello.



## ASÍ SE APLICA

Root Cover se aplica muy fácilmente: basta con usar la esponja incluida para cubrir las raíces secas. Los resultados se mantienen hasta el siguiente lavado. Con hasta 70 aplicaciones por producto, Root Cover ofrece una solución económica y conveniente para quienes buscan un aspecto siempre impecable. [www.lendan.com](http://www.lendan.com)

# living



## TRADICIONAL CON TWIST

Bajo plato dorado (9,95 €), plato postre (5,95 €), plato pan (3,95 €), plato llano (6,95 €), copa champán (13,95 €), copa vino (13,95 €), set 2 servilletas (12,95 €) y cubertería (desde 6,95 €). Todo, EL CORTE INGLÉS HOME.

POR ESTER AGUADO

**Llegan los cascanueces...** Esos soldaditos de madera, que conceden protección a sus propietarios, nacieron en Alemania en el siglo XV y se popularizaron gracias a los hermanos Grimm, sobre todo en Estados Unidos. **VISTE TU MESA DE ROJO, MUCHO ORO Y ESCOCÉS:** lo tradicional vuelve a casa por Navidad.



Foto de los premiados en esta VIII edición. Desde la izquierda, Manuel Carrasco, Idoia Moll, consejera de Prensa Ibérica; Begoña Rodrigo, Desirée Vila, Judit Mascó, Blanca Suárez, Mayka Sánchez, directora de WOMAN MADAME FIGARO; Kelly Rutherford, Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica; Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO; Pina Sánchez Errázuriz, Sandra Choi, Ainhoa Moll, adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica; Isabel Sanchís y Paula Maiques; Usoa Arregui y Aitor Moll, consejero delegado de Prensa Ibérica.

# la FIESTA del TALENTO

POR REDACCIÓN FOTO ALEX RIVERA, LA PERSPECTIVA Y JORGE BRICHETTE

*Un año más*, el Real Casino de Madrid se vistió de gala para celebrar la VIII edición de los Premios Woman Madame Figaro, publicación de Prensa Ibérica, y rendir homenaje a personas extraordinarias por su talento, compromiso y dedicación en diferentes ámbitos del lujo, la moda, el arte, el deporte, la solidaridad y la cultura.

El goteo de artistas, empresarias y famosos llenó de luz la calle Alcalá de Madrid, en una de sus localizaciones más emblemáticas de la capital, dejando una alfombra roja (en realidad, rosa) llena de estilo y talento. El salón principal fue el escenario perfecto para destacar la labor de las nueve personalidades premiadas por WOMAN MADAME FIGARO.

La top Nieves Álvarez condujo magistralmente la gala en la que se premió a la modelo española Judit Mascó por sus cuarenta años de carrera. Isabel Sanchis recibió el Premio Diseñadora Española junto a su hija, Paula Maiques. La diseñadora

valenciana de alta costura destacó en su discurso de agradecimiento la importancia de la «perseverancia» y de «tener habilidades para aprender. No ha sido fácil llegar hasta aquí. Ha sido toda una vida luchando para crear algo más», explicó antes de destacar que de lo que estaba más orgullosa era de haber podido transmitir a su hija esa fuerza.

Un poco más tarde, la actriz Kelly Rutherford, la eterna madre elegante de *Gossip Girl*, se alzaba con el Premio Estilo. «Considerando todas las personas que hoy también han obtenido un premio me siento muy bien acompañada y muy halagada. Siempre me han gustado las revistas, la moda, las imágenes y lo que puedes crear con ellas», confesó. Además, compartió su buena opinión sobre España, su comida y su arquitectura aunque, sobre todo, su gente «tan vital y animada, con tanta energía y acogedora».

La directora creativa de Jimmy Choo, Sandra Choi, recibió

el Premio Diseñadora Internacional y la chef valenciana Begoña Rodrigo el Premio Gastronomía. Pina Sánchez Errázuriz, presidenta de Nuevo Futuro, recibió el Premio Compromiso por su labor en la ONG Nuevo Futuro y Blanca Suárez se emocionó al recibir el Premio Actriz. «Este premio supone echar la vista atrás», reflexionó. «Fue en 2011 cuando hicimos la primera portada para WOMAN. Estar aquí rodeada del equipo que me ha acompañado desde hace muchos, pero que muchos años, significa agradecer a los que estuvieron ahí desde el principio».

La joven gallega Desirée Vila, que compite en atletismo adaptado, recibió el Premio Deporte, y el compositor y músico con más de veinte años de carrera a sus espaldas, Manuel Carrasco, el Premio Música. «Es un reconocimiento a mi trabajo, he sido el afortunado», indicó el artista antes de anunciar que acaba de terminar su próximo disco, que lanzará muy pronto.

## UN RECUERDO A LOS AFECTADOS POR LA DANA

Tras una alfombra roja vibrante, con numerosos reencuentros y personalidades del mundo de la política, empresarial y cultural, dio lugar la entrega de Premios que estuvo amenizada por la actuación de *El Fantasma de la Ópera*.

El acto comenzó con la bienvenida de la presentadora Nieves Álvarez, premiada en anteriores ediciones. A continuación, Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO, dirigió un recuerdo a las víctimas de la DANA. «Se nos ha grabado a fuego y lágrima», lamentó antes de señalar que, ante la tragedia, hay que quedarse «con las lecciones aprendidas, con las historias humanas de los héroes anónimos». Entre las premiadas había tres valencianas: Begoña Rodrigo, Isabel Sanchís y su hija, Paula Maiques. «Son personas extraordinarias, como lo son todos los galardonados de esta noche», subrayó, antes de recordar el leitmotiv de la revista WOMAN y de los galardones, «celebrar el orgullo y la suerte de ser mujer».

Por su parte, Mayka Sánchez Pastor, directora de WOMAN MADAME FIGARO, destacó que «desde que empezamos a celebrar estos reconocimientos, en el año 2015, siempre tuvimos claro que debían reflejar el apoyo de WOMAN MADAME FIGARO a la industria del lujo y del estilo de vida».

El elenco de *El Fantasma de la Ópera* puso el broche de oro a la gala con tres de los emotivos temas del musical. Y la fiesta posterior estuvo amenizada por una sesión del DJ Barce.

El evento contó con el patrocinio de Iberdrola, Hyundai, Arkhé Cosmetic, Castilla La Mancha, Nordés, Iberia Express, Granini e Instax FujiFilm, y con la colaboración de Cinco Jotas, caviar ecológico Riofrío y la marca de vapors Lost Mary. Muchas gracias a todos.

WOMAN MADAME FIGARO, especializada en moda y tendencias para la mujer de hoy, es una publicación de referencia en el sector de

las revistas femeninas de alta gama en España y pertenece a Prensa Ibérica, con un total de 1.677.000 lectoras de sus medios print y online.

Según datos de OJD, WOMAN vende 60.000 ejemplares al mes, posicionándose como una de las revistas de alta gama con mayor difusión. El EGM, con 560.000 lectoras, la sitúa como la tercera revista más leída.

Prensa Ibérica, grupo de comunicación nacional con 26 periódicos impresos y digitales presentes en 11 comunidades autónomas y con una quincena de revistas, es el líder entre los grupos editoriales con una audiencia de lectores en papel que supera los 2MM de lectores, sumando la audiencia de prensa y revistas (EGM 2º año móvil 23) y superando los 200K ejemplares diarios en difusión. Además de ser el grupo líder a nivel nacional, cuenta con un fuerte liderazgo en comunidades como la Comunidad Valenciana, Galicia, Asturias, Baleares o Canarias.

En cuanto al consumo digital, Prensa Ibérica alcanzó los 27 millones (Comscore Octubre 2023) de usuarios únicos y 656 millones de páginas vistas, sumando la audiencia de las cabeceras de prensa y revistas, situándose como el grupo editorial líder en consumo digital en España. Además de este liderazgo global, Prensa Ibérica es la mejor opción por ámbitos liderando 5 de las 6 zonas Comscore (Cataluña, Este, Norte, Centro y Sur) y situándose como 2º opción en Madrid.



Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO, pronunció el discurso de apertura. A continuación, Mayka Sánchez también dijo unas palabras. Nieves Álvarez fue, un año más, la conductora de la gala.



De izda. a dcha., Idoia Moll, consejera de Prensa Ibérica; Ainhoa Moll, adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica; Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica; Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO; Lucía Martínez Moll, Usoa Arregui y Aitor Moll, consejero delegado de Prensa Ibérica.





Mayka Sánchez, directora de WOMAN MADAME FIGARO, Judith Mascó y Sergi Guillot, director general de Prensa Ibérica.



Andrea Arabia, directora de woman.es y subdirectora de WOMAN MADAME FIGARO, Kelly Rutherford y Ana Belén Cruz, directora comercial de Revistas de Prensa Ibérica.



Myriam Serrano, redactora jefa de WOMAN MF y Rocío Sacristán, directora de Khôl Comunicación.



Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica y Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MF.



Un invitado degusta el caviar ecológico Riofrío, colaborador de los premios.



Natalia Maso, Noelia Pinilla, de Gallery Room; Eva Verdeal, de DIME; Miryam Pintado, de Gallery Room, y Adolfo De La Llave, de Creare.



Judit Mascó llega a la gala en un coche Hyundai, patrocinador de la gala.



Ester Aguado, Raúl Celestino, Begoña García, Óscar Álvarez, Elena Gil, Raquel Benito y Marta Lasiera, parte del equipo de WOMAN MADAME FIGARO.



Sergi Guillot, director general de Prensa Ibérica; Ruth Blanch, de Alkemy, y Carmelo Calvo, director general de Relaciones Institucionales de Prensa Ibérica.



Cristina Hawkins y Elena Garrán, dir. MK y dir. com. respect. de Let's Go Company.



El exquisito jamón Cinco Jotas, colaborador de los VIII Premios Woman.



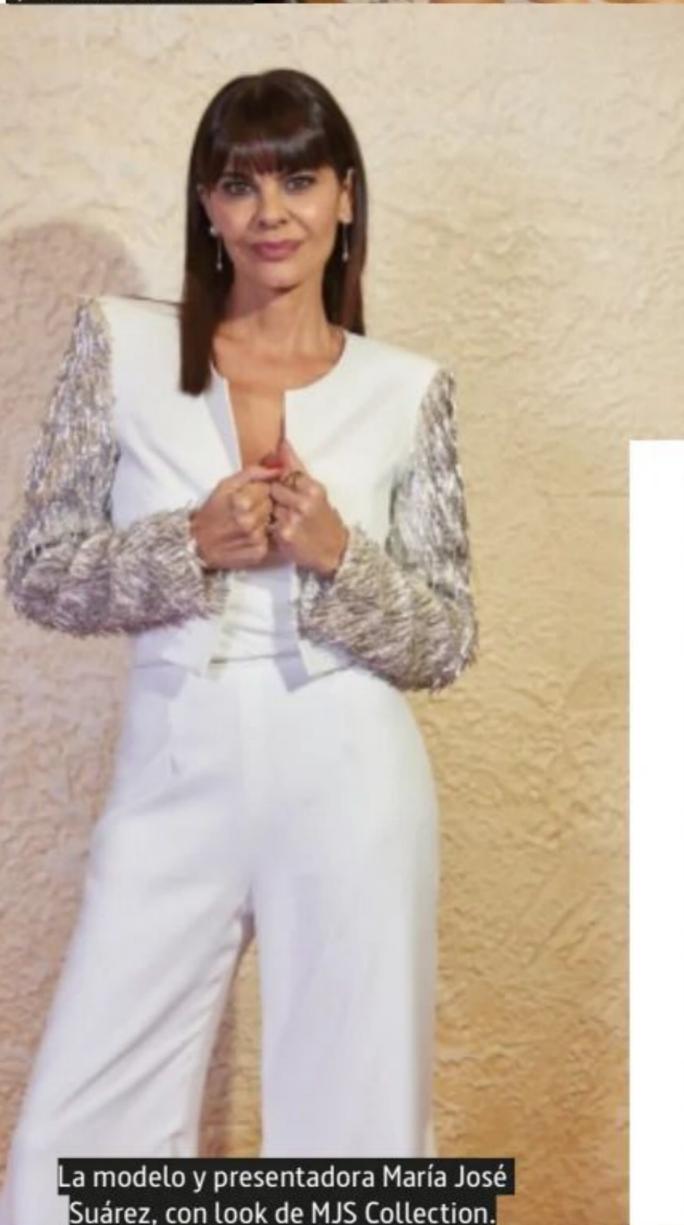
La modelo Mayka Merino.



Elsa Anka en el salón que Arkhé Cosmetic instaló en el Casino.



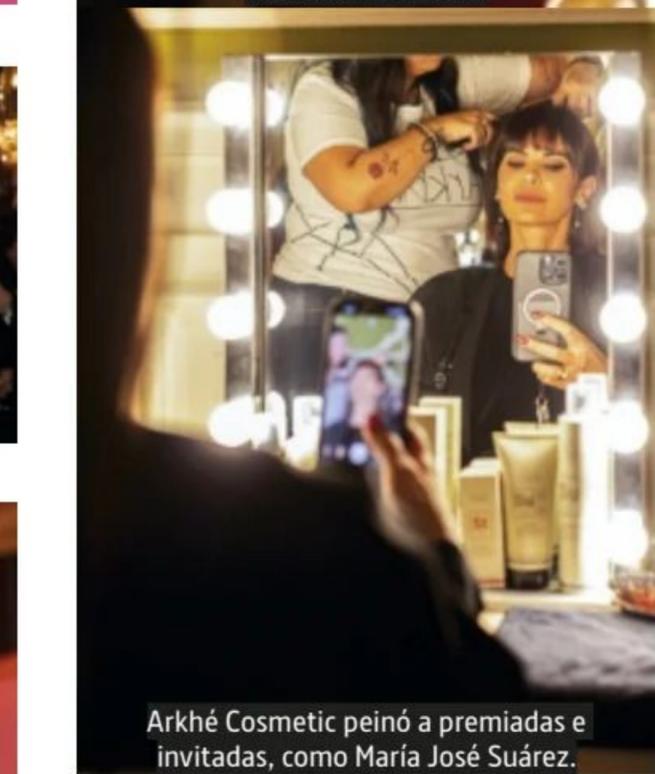
En el stand de Arkhé Cosmetic, patrocinador de la gala, se ofreció un taller con esencias que utiliza la firma.



La modelo y presentadora María José Suárez, con look de MJS Collection.



Marta Bonilla, redactora jefa de WOMAN MF, con Manuel de la Fuente, de Havas.



Arkhé Cosmetic peinó a premiadas e invitadas, como María José Suárez.



Los invitados recibieron una goodie bag con productos Arkhé Cosmetic, Nordés, DIME, Cerería Molla...



Guillermo Rivilla, Eiralabs; Tamara Vitón CEO Icono Comunicación y Claudia Popa, CEO de Eiralabs, con Ana Lloréns, de Publicidad Prensa Ibérica.



Idoia Moll, consejera de Prensa Ibérica; la chef Begoña Rodrigo y Rocío Osborne, directora de Comunicación y PR de Grupo Osborne.



Iñaki Arregui, Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MF; Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica; Mercedes Baptista, Santiago Ybarra, Nerea de la Fuente y Jon Gurutz Olaskoaga Sarasola.



María José Suárez a su llegada en Hyundai, el coche patrocinador de la gala.



Pino Montesdeoca y Judit Mascó en el photocall.



Ester Aguado, jefa de Moda de WOMAN MF; Nieves González, de Nota Bene; Ana Herrero, David Buendía y Tamara García-Noblejas, de Amazon; Bego Galarza, de Nota Bene y Marta Bonilla, redactora jefa de WOMAN MF.



Mónica Hoyos e Isabel Cámara, de Nota Bene, brindando con Nordés Gin.



Blanca Suárez, Carmen Arrufat, Paloma Rodríguez Juanes y Leyre Sánchez.



Cristina Fernández-Monasterio, marketing; Laura Tirado, directora de Comunicación; Elena Baillo, directora corporativa y Ane Pérez Castro, responsable de Comunicación, de Iberia Express, con Ana Belén Cruz.



Pina Sánchez Errázuriz, presidenta de Nuevo Futuro, entre Elena Baillo, directora corporativa de Iberia Express y Ainhoa Moll, adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica.



Eva Miquel, directora de AWP Services, con Mayka Sánchez, directora de WOMAN MF.



Las cámaras instantáneas de Instax fueron uno de los aciertos de la fiesta.



Giulia Viviano, Martina Destito, ambas de Pronovias, y Mamen Fernández, de Área.



La deportista Desirée Vila entre Juan Pedro Díaz Armendáriz, director general comercial de Prensa Ibérica y Susana Murias, responsable de Patrocinios Paralímpicos de Iberdrola.



Lucía Martínez Moll, Idoia Moll, consejera de Prensa Ibérica; Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica; Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MF; Ainhoa Moll, adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica; Usoa Arregui y Aitor Moll, consejero delegado de Prensa Ibérica.



Judit Mascó junto al equipo de Sport: Joan Vehils, Carme Barceló e Iulene Servent.



La marca de vapors Lost Mary colaboró en los VIII Premios Woman.

Isabel Sanchis y su hija Paula Maiques, Premio Diseñadora Española, junto a Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica y Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO.



Hyundai Ioniq 6, coche patrocinador de la gala.



Manuel Carrasco y su mujer, Almudena Navalón.



María García Díez, directora de Marketing, con Janira Benages, Andrea Jiménez y Nieves Amorós, del equipo de Marketing de Prensa Ibérica.



Mónica de Tomás, vestida de Isabel Sanchis.



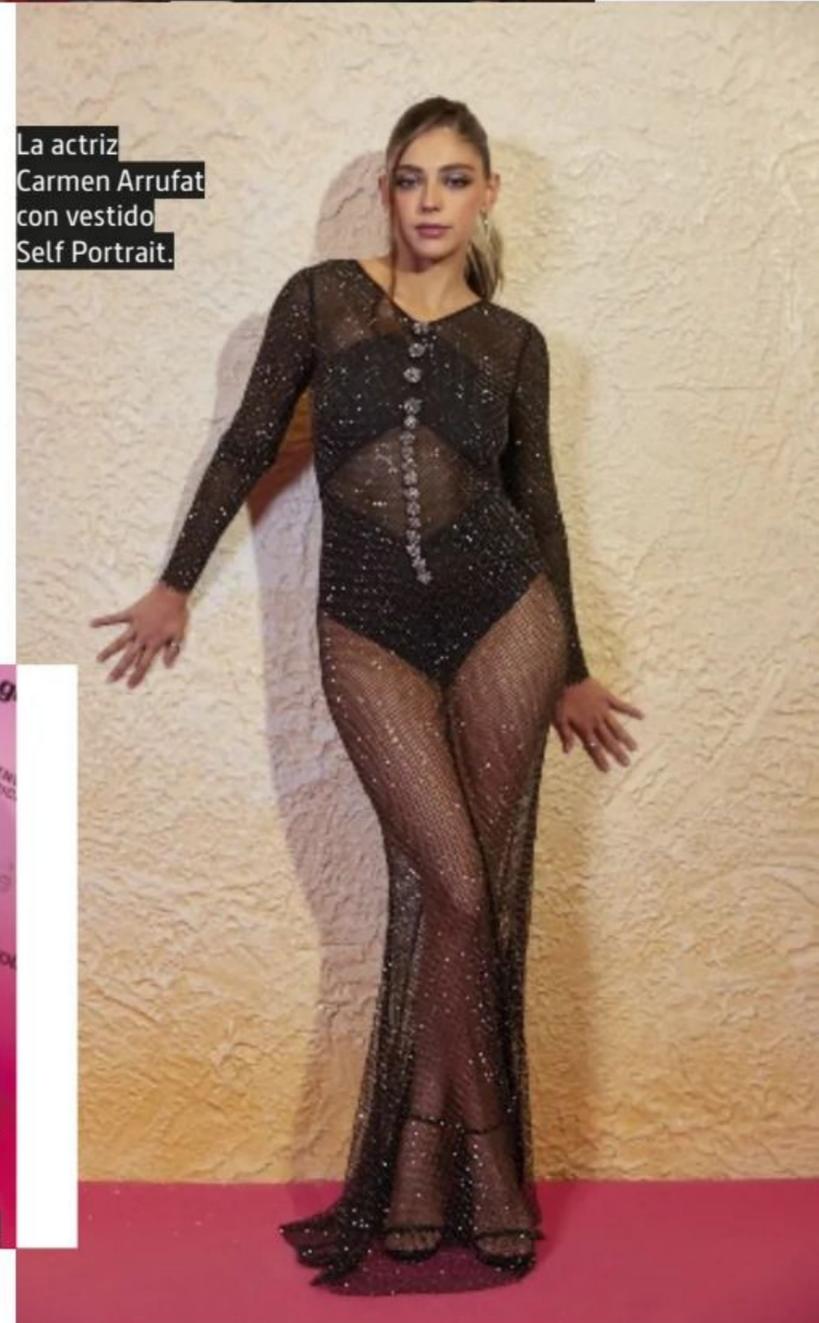
Macarena Ortega, Carolina González; y Vanessa Sanmartín y Patricia Quintas, de Saatchi.



Ainhara Viñarás, dir. División Prestige de Shiseido y Susana Arribas, dir. com. L'Oréal Productos Profesionales.



Ana Lloréns y Emilio Lastra, del equipo comercial de Prensa Ibérica.



La actriz Carmen Arrufat con vestido Self Portrait.



Mayka Sánchez, Adolfo De La Llave, director de Creare, Ester Aguado y Marta Bonilla de WOMAN.



Jorge Redondo, diseñador.



María Blaya, Begoña Ramírez, Alicia Gil, Carlota Azagra, Esperanza Parras, Elia Quevedo y Andrea Vázquez, del equipo de Eventos de Prensa Ibérica.



Nicolás Llanos, director de Grandes Cuentas de Prensa Ibérica; Leyre La Casta, Iberdrola; Juan Pedro Díaz Armendáriz, director general comercial de Prensa Ibérica; Susana Murias, responsable de Patrocinios Paralímpicos de Iberdrola; Cecilia Piera, de Iberdrola, y Sergi Guillot, director general de Prensa Ibérica.



Daniel Castán, controller de Ediciones Reunidas; Alfonso Ruiz, director general de Negocio Editorial de Boyacá, y Pedro Suárez, director de Operaciones de Revistas de Prensa Ibérica.



El caviar ecológico Riofrío, colaborador de la fiesta.

PREMIOS  
#WOMAN *madrid*  
Premio  
Actriz  
Blanca Suárez



Jessica Goicoechea con look de Zé García.



Mariana Rumayor, de Cabinet Bleu Agency; y Paula Pereira, de I.C.O.N.



Ana Isabel Fernández Samper, directora general de Turismo de Castilla La Mancha, Blanca Suárez y Aitor Moll, consejero delegado de Prensa Ibérica.



Los zumos Granini, patrocinadores de la gala, sirvieron cócteles con y sin alcohol.



Mercedes Fadrique, de La Trastienda; Agnes Bonet y Silvia Hernández, CEO de Pitillos.



La influencer Noelia Bonilla.



Isabel Sanchis y Paula Maiques recibieron el premio Diseñadora Española de manos de Elena Gris, directora de Marketing de Hyundai España y Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica.



El actor de *Culpa mía*, Gabriel Guevara.



La presentadora Bea Jarrín.



La presentadora Flora González con vestido de Bella Barnett.



Rocío Bustamante, de Ogilvy; Ana Belén Cruz, y Lourdes Bustamante, de Osborne.



Alicia Hernández, fundadora de Valty Place y de Valty Store.



Óscar Voltas, director general de Revistas de Prensa Ibérica; Manuel Carrasco y Ana Ribes, presidenta de VMV Cosmetic Group y de Fundación VMV.



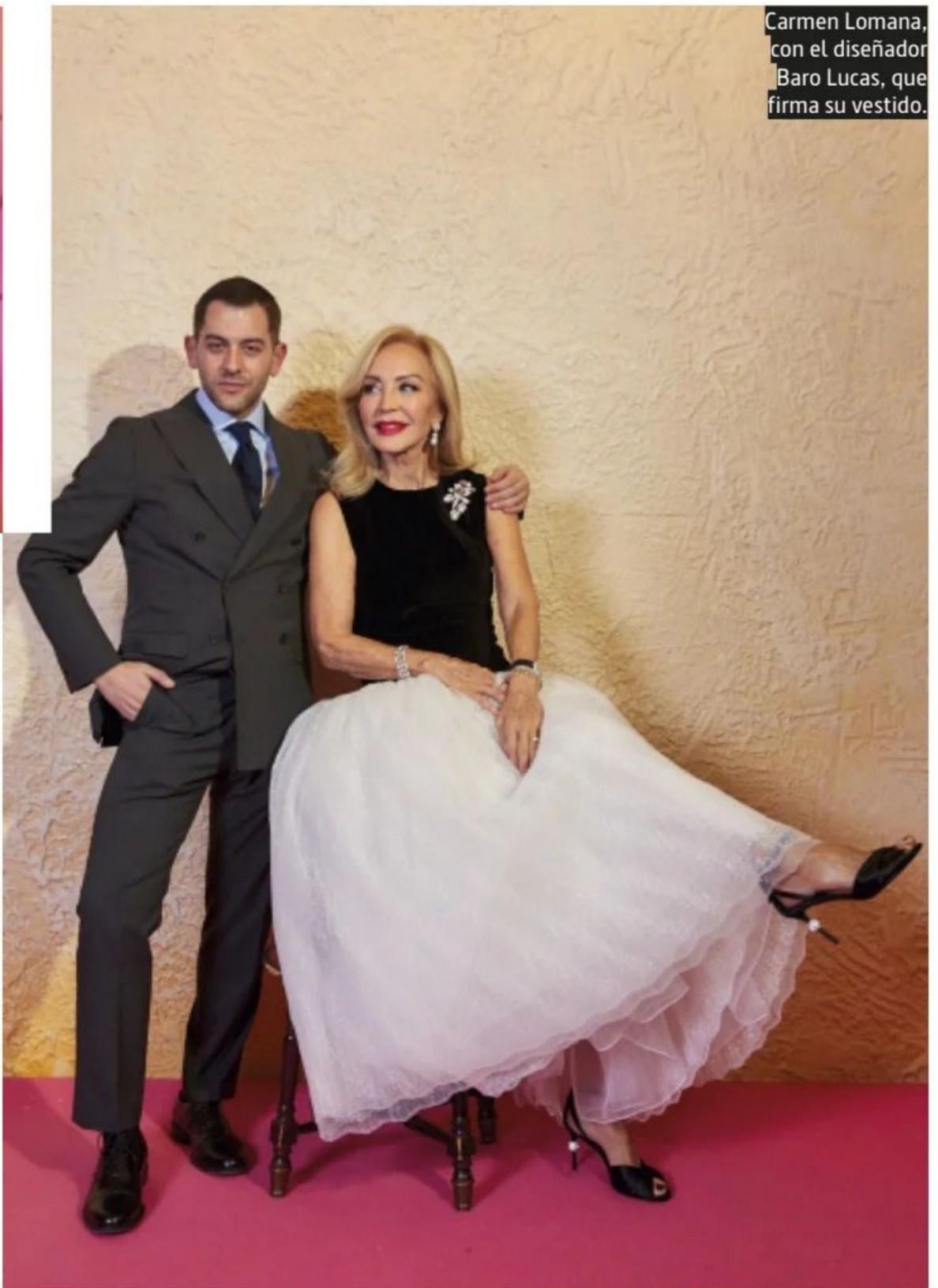
Paula Maiques e Isabel Sanchis a su llegada al Casino en el coche oficial, Hyundai.



Elena Fraguas, consejera adjunta a Presidencia de Grupo Mirto.



Nuria Ceriola, dir. Internacional y secretaria de Presidencia de Prensa Ibérica; Javier Moll, presidente de Prensa Ibérica y Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MF.



Carmen Lomana, con el diseñador Baro Lucas, que firma su vestido.



Idoia Moll, consejera de Prensa Ibérica; Lucía Martínez Moll y Ainhoa Moll, adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica.



Heraclio Santos, Morgan Taylor Spain; Julio García, Mediaworks; Álvaro Artiach, Sisley y Marta Bonilla.



Santiago de la Rocha, de Hyundai; Gemma Quintanilla, de Prensa Ibérica; Manuel de la Fuente y Ainhoa Ayarra, de Havas.



Mayka Sánchez con Belinda Riol, directora comercial de Grandes Almacenes de Shiseido; Frans Reina, presidente de Shiseido; y Rosalía Cogollo, Paola Rodríguez y Belén Monroy, de Omnicom.



Raquel Sánchez de PyD; María Borrás, de Guerlain, y Alejandra Da Cunha, de Givenchy y Kenzo.



Ana Lloréns y Lourdes Comas, de Brand Group, con Elena Arregui y Yolanda Coello, de Velux.



La directora creativa de Jimmy Choo, Sandra Choi, con Arantza Sarasola, vicepresidenta de Prensa Ibérica y editora de WOMAN MADAME FIGARO.



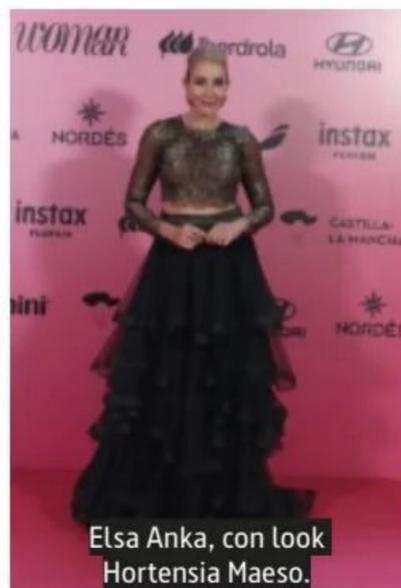
Nicolás Llanos, director de Grandes Cuentas de Prensa Ibérica; Santiago de la Rocha, Hyundai; Elena Gris, Hyundai; Felipe de Lucas, consejero delegado de PI360 y Marta Fouz, Hyundai.



Benedetta Bizzi, Daniela Gasparri, de Geox, y, entre ellas, Chiara Colaiani, de Vº73.



Aitor Moll, consejero delegado de Prensa Ibérica; Usoa Arregui e Iñaki Arregui.



Elsa Anka, con look Hortensia Maeso.



Montserrat Hervas y Carolina Ubis, de Engie, con Gema Quintanilla, de Prensa Ibérica.



Gorka Fuentes y Julio Miyares, de Osborne, con Irene Mateos, de Prensa Ibérica.

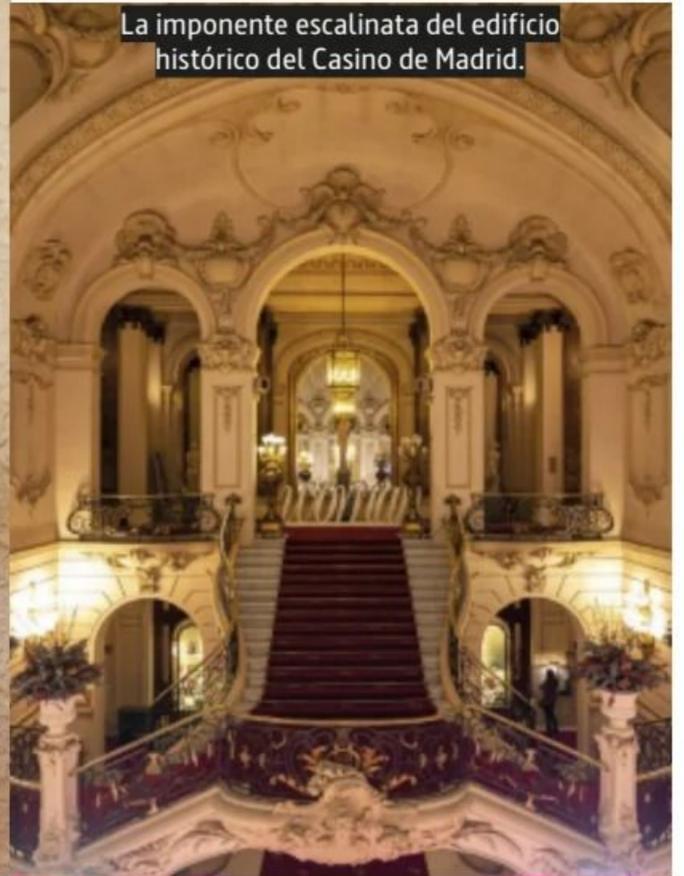


Eva Dimas y Victoria Mitjans, de Simorra; Josep María Bardají de Amanzi Comunicación y Myriam Serrano, de WOMAN MF.

La modelo Alba Pérez,  
de Kimona byJP World.



Nuria de Mesa, de Dentsu; Manon Díaz del Hierro,  
Irene Aguilera y Marta G. Bara, de PHD; Irene García  
y Patricia Cerrada, de Dentsu.



La imponente escalinata del edificio  
histórico del Casino de Madrid.



Mayka Sánchez a su llegada en un coche  
Hyundai, patrocinador de los premios.



Jorge Robledo, Chema Morais y María García,  
de Equipo Singular; Ana Belén Cruz e  
Irene Mateos de Prensa Ibérica.



Un fin de fiesta por todo lo alto con el DJ Barce.

Juan Pedro Díaz Armendáriz, director general comercial de Prensa Ibérica;  
Rocío Osborne, directora de Comunicación de Grupo Osborne; Javier Altí,  
Global Brand Manager Nordés; Ana Belén Cruz, directora comercial de  
Revistas Prensa Ibérica y Sergi Guillot, director general de Prensa Ibérica.



Los invitados se divertieron en el córner de Castilla La Mancha.



Maite Casademunt y Júlia  
Espona, de Lola Casademunt.

Patricia Arozamena, fundadora y  
CEO de Once28, y Alberto Torné  
González, dir. general de Deportes  
de la Comunidad de Madrid.

Antonia Dell'Atte,  
con total look Armani.



Gerónimo Rauch interpretó uno de los temas de *El Fantasma de la Ópera*.



Nordés, patrocinador de la gala, sirvió cócteles y gintonics, con y sin alcohol.



Carla Hinojosa y Susi Rejano, dos influencers referentes de estilo.



Los influencers RoRo (de Claro Couture) y Pablo.



María del Viso, de Overon; Tamara Gómez, directora de Comunicación de La Prairie, y Javier Moreno, de Be Fine & Be You.



La presentadora Adriana Abenia con vestido LmasL.



Nicolás Llanos, director comercial de Grandes Cuentas Prensa Ibérica; Gema Quintanilla, de Prensa Ibérica; Leyre la Casta, Iberdrola; Javier Torre, de Prensa Ibérica; Susana Murias, responsable de Patrocinios Paralímpicos de Iberdrola y Cecilia Piera, Iberdrola.



Nieves Álvarez, conductora de la gala, con vestido de Pronovias Atelier.

**CHICA NUEVA EN LA OFICINA**

El nuevo Hyundai Inster es urbano, eco y versátil, pero con detalles de lujo. Llega con dos motores eléctricos: 97 y 115 CV y podrás cargar tu portátil, teléfono, bici o patinete con él.



- MOTOR -

# INSTER se ESTRENA

Hyundai presenta su nuevo compacto eléctrico, versátil y ecológico, que sorprende por su equipamiento más que premium.

al conductor, como el sistema autónomo de frenado de emergencia, asistencia de mantenimiento de carril y monitoreo de puntos ciegos. Su nivel de versatilidad interior es poco común en los compactos: sus asientos se mueven y se pliegan cuando tienes que cargar maletas o hacer mudanzas. Este utilitario utiliza materiales ecológicos en todo su diseño: su pintura negra exterior está hecha de neumáticos reciclados y su habitáculo cuenta con botellas de PET recicladas y biopolipropileno derivado de la caña de azúcar. A punto de lanzamiento (desde 20.000 €).

*Acaba de llegar* y ya se ha convertido en uno de nuestros favoritos: el nuevo Hyundai Inster es una de las mejores propuestas para desplazarte por la ciudad. ¿Por qué? Porque es estiloso, eléctrico –hasta 355 km de autonomía–, además de eco –puedes acceder al centro y no pagas aparcamiento– y lleva tantas comodidades dentro como un coche premium. Está equipado con un paquete tecnológico integral que incluye infoentretenimiento y conectividad, como un cuadro de instrumentos digital y una pantalla táctil de 10.25 pulgadas. También con el Hyundai Smart Sense, una gama de sistemas avanzados de asistencia

POR ESTER AGUADO.

- ACOMPÁÑALO CON ESTILO -

El eléctrico más urbano de Hyundai se acompaña de piezas premium, como su interior. ¡Lúcelas!



**Rimowa**

La marca de maletas alemana –que garantiza sus productos de aluminio ranurado de por vida– acaba de abrir tienda en Madrid (Serrano, 78).



**Golden Concept**

La casa sueca de accesorios premium para productos Apple propone la carcasa RSTR Racing Sport Transparent para el Apple Watch Ultra (850 €).



**Air Tag**

El dispositivo de localización de Apple, ideal para controlar maletas y llaves (39 €), añade la opción de compartir su ubicación con un tercero, como una aerolínea.

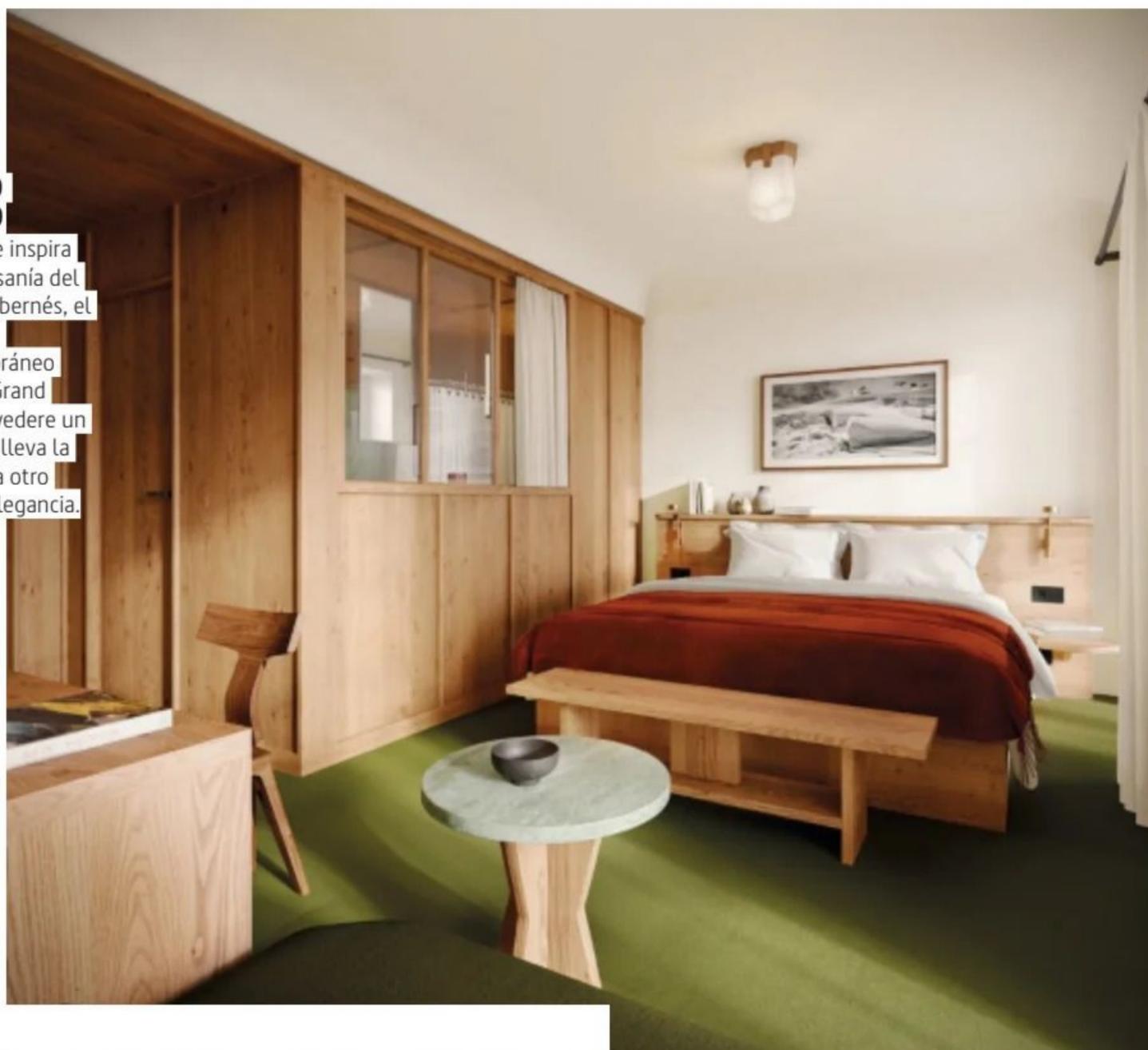
# Una gran EXPERIENCIA

Alojamientos que, más allá del confort y el diseño, prometen mejorar tu vivencia. ¿Cómo? Programando actividades atractivas, una oferta gastronómica o de bienestar diferente o una inmersión total en la cultura autóctona. Lo de menos es dormir.

POR ISABEL LOSCERTALES

## DISEÑO ALPINO

Aunque se inspira en la artesanía del Oberland bernés, el acabado contemporáneo hace del Grand Hotel Belvedere un lugar que lleva la tradición a otro nivel de elegancia.



## GRAND HOTEL BELVEDERE (SUIZA)

Recién inaugurado en **Wengen**, en los **Alpes berneses**, este hermoso cinco estrellas del sello **Beumier** es la puerta de entrada de **Jungfrauoch**, con más de 200 pendientes en invierno. Al esquí y demás actividades alpinas, se suma una interesante oferta gastronómica inspirada en la región de Oberland, un espacio wellness de estilo brutalista y clases de yoga, pilates, meditación y sesiones de entrenamiento personalizadas. [beumier.com](http://beumier.com)

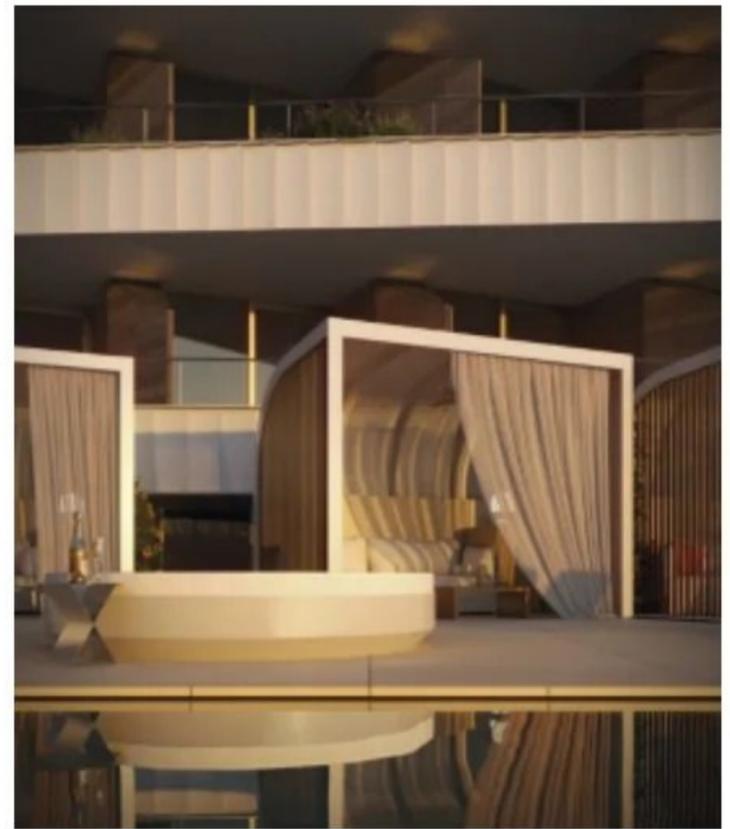


## TIVOLI PALAZZO GADDI FIRENZE (FLORENCIA)

Recién reformado en su totalidad, este hotel presume de ubicación en un suntuoso **palacio del siglo XVI**, en pleno centro de la ciudad. Alberga tesoros de gran valor histórico y artístico: habitaciones con frescos y obras de arte florentinas conviven armónicamente con piezas contemporáneas. ¿Sus joyas? La suite presidencial, con una terraza panorámica, el jardín de invierno **The Secret Garden** (parte de su restaurante gastronómico Terrae, a cargo de la chef estrella Michelin **Iside De Cesare**, y el **Aria Rooftop Bar**, con vistas inigualables al Duomo. [tivolihotels.com](http://tivolihotels.com)

## SLS BARCELONA

Bajo el lema "más es más", la compañía hotelera SLS ha ido expandiendo su **lujo ostentoso de Beverly Hills al mundo**. Este mes de diciembre acaba de abrir sus puertas su primer hotel en Europa, emplazado frente al mar en el **Port Fòrum**. Una fachada ondulante y un pasillo teatral dan la bienvenida a este fabuloso **resort urbano de 471 habitaciones y suites**, seis restaurantes y bares, tres piscinas, un spa y diferentes espacios para eventos entre los que destaca un salón de baile de 800 m<sup>2</sup>. Aquí se viene a ver y ser visto, a empaparse de glamour y del hedonismo menos discreto. No te pierdas su restaurante **Lora**, creado en colaboración con **Studio Paskin**. [slshotels.com/barcelona](http://slshotels.com/barcelona)



### - A LA BÚSQUEDA DE MOMENTOS MEMORABLES -

Una agencia de viajes, un país y una cadena hotelera donde quieren que vivas las mejores experiencias.



#### Anyway Travel

*La agencia de Mari Chelo de la Pinta es un referente para aquellos que quieren viajes singulares por el mundo, lejos de las rutas habituales. De expediciones a la Antártida a safaris especiales en África o tours privados por Irán.*



#### Andorra

*Nuestro minúsculo país vecino cuenta con joyas como el resort termal más grande del sur de Europa, Caldea (en la foto), o el dominio esquiable más amplio de los Pirineos, Grandvalira. Si quieres lujo, busca el sello Andorra Selected.*

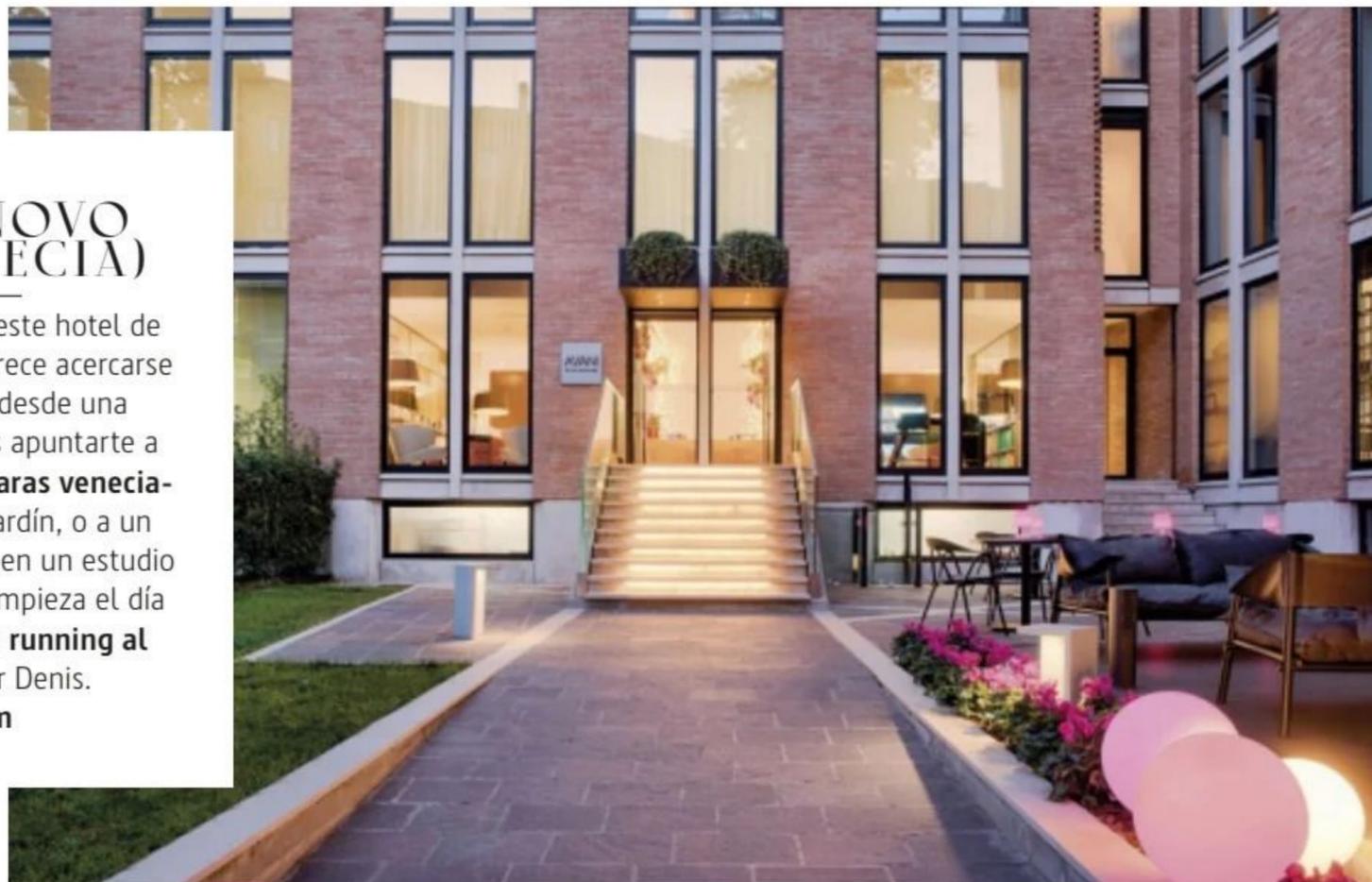


#### Barceló Experiences

*La cadena hotelera acaba de lanzar una nueva plataforma digital de experiencias con el objetivo de crear viajes transformadores. Propone más de 1.800 opciones genuinas de todo tipo, llevadas a cabo con proveedores locales. [barcelo.com](http://barcelo.com)*

## AVANI RIO NOVO VENICE (VENEZIA)

En el barrio de **Dorsoduro**, este hotel de estilo racionalista italiano ofrece acercarse a la emblemática ciudad desde una manera original. Así, podrás apuntarte a su **taller artesanal de máscaras venecianas**, oculto en un mágico jardín, o a un **taller de cristal de Murano**, en un estudio de arte. ¿Te va la marcha? Empieza el día con una de sus sesiones de **running al amanecer**, guiadas por Denis.  
[avanihotels.com](http://avanihotels.com)



## AVANI ALONSO MARTÍNEZ (MADRID)

A pocos pasos de la **plaza Alonso Martínez**, este hotel es tradicional por fuera y moderno por dentro. Ocupa un edificio de 1919 que es un verdadero tesoro y apuesta por un interiorismo contemporáneo y divertido. Entre las originales propuestas para sus huéspedes, hay un **tour por galerías de arte ocultas**, de la mano de un artista local y con una cena de despedida; un **tour en segway para descubrir el arte urbano de la ciudad**, que culmina con un picnic; una **sesión de running por el Madrid histórico** o el **taller de tapas Sabor a España**, impartido por un chef profesional. [avanihotels.com](http://avanihotels.com)



## LA DEHESA DE DON PEDRO (BADAJOZ)

Cerca del municipio de **Monesterio** y en plena dehesa extremeña, este hotel boutique cinco estrellas de 16 habitaciones ocupa una finca familiar de 550 hectáreas restaurada con mimo. **Albalá & Cordero Arquitectos** se han ocupado del cortijo del siglo XIX, mientras que del interiorismo se han encargado **Las 2 Mercedes**. El resultado: un alojamiento con mucha personalidad plenamente integrado en el entorno natural, de carácter sostenible y con detalles llenos de buen gusto. Tiene un restaurante: **Las Mesas**. [dehesadonpedro.com](http://dehesadonpedro.com)

## - TRES OPCIONES EN LA DEHESA -

Hay vida más allá del enoturismo: el sector del jamón y el aceite también reclaman su interés turístico.

### 1·BELLOTURISMO

*Enrique Tomás ha acuñado así el turismo experiencial centrado en el mundo del jamón. Abarca desde pasear por las dehesas a conocer el proceso de elaboración del manjar, su cata (obvio) y toda la cultura asociada a su producción. La primera propuesta de este País Jamón Tour la ha organizado en Hinojosa del Duque, en la comarca de Los Pedroches (150 €). [paisjamontour.com](http://paisjamontour.com)*

### 2·LA ALMAZARA DE PHILIPPE STARCK

*El célebre diseñador francés Philippe Starck ha sorprendido con la creación de esta almazara de LA Organic en Ronda (Málaga). LA Almazara se erige en un inmenso y austero cubo monolítico –con algún detalle surrealista– y es más que un molino de aceite: se trata de un museo que rinde homenaje a la cultura de la producción del aceite de oliva. Vale la pena su visita. [almazaralaorganic.com](http://almazaralaorganic.com)*

### 3·UN MAR DE OLIVOS

*Airbnb asegura que cerca de 260.000 personas se hospedaron en alojamientos situados en D.O.P de aceite de oliva español en 2023, un 40% más que en 2019. La compañía potencia el oleoturismo con alojamientos en campos de olivos como: Can Elisa, en Tárbenca (Alicante), el Patio, en Fuente Tójar (Córdoba) o Avocado, en Guájar-Fondón (Granada). [airbnb.es](http://airbnb.es)*

1



2



3



# *Una nueva forma de* MANTENER Y ACTUALIZAR LA ARTESANÍA

Legado Artesano es una marca creada por el Gobierno de Castilla-La Mancha que tiene como objetivo salvaguardar los oficios artesanos de la región, al mismo tiempo que les da un enfoque más ligado a la actualidad.

*La marca* cuenta con sus propios embajadores, conocidos como Guardianes del Legado Artesano: un grupo de artesanos, artesanas, empresas, entidades o investigadores, cuya finalidad es transmitir a las nuevas generaciones el amor por el oficio y el desarrollo de la artesanía, para no perder un legado tan bonito.

Una de esas Guardianas es Genoveva Hita, diseñadora de telas, que “emplea sedas naturales como un lienzo, para conseguir piezas únicas e irrepetibles, que contengan el alma de quien las crea”.

Legado Artesano cuenta con artesanos jóvenes que apuestan por unir tradición y modernidad, dando lugar a productos punteros dentro del sector. Esa combinación puede verse en los trabajos de Hita, que “se inspiran en la naturaleza, la riqueza de las culturas ancestrales, las tradiciones orientales y la herencia de Al-Ándalus”, y son realizados con un enfoque contemporáneo.

La modernidad desempeña un papel fundamental en la concepción y existencia de Legado Artesano, pero también es fundamental la colaboración de los artesanos con los diseñadores, en un trabajo codo con codo, que tiene como objetivo ofrecer piezas innovadoras que se encuentren adaptadas a las necesidades y demandas actuales del público.

Los artesanos también están adoptando nuevas mentalidades, abriendo sus creaciones a nuevos sectores, como la artesanía, el interiorismo, la moda, la arquitectura o el arte. Podrás encontrar aquello que estás buscando... Sobre todo, ahora que se acerca la Navidad y sus compras, que podrás realizar en el Market Place de la marca.

En interiorismo, por ejemplo, son numerosos los proyectos en colaboración con los Guardianes, dando lugar a obras únicas, que representan una tradición centenaria que trae hasta nuestros días colecciones de muebles, vajillas, azulejos, etc. Un mundo de belleza artística se encuentra al alcance de tu mano, solamente tienes que descubrirlo por ti misma.

## MIRANDO AL PASADO CON LA VISTA EN EL FUTURO

Legado Artesano quiere servir de plataforma para seguir desarrollando los oficios artesanos, al mismo tiempo que trae su ejecución al presente, desempeñando una labor fundamental de preservación, que en palabras de Hita “está modernizando la percepción de la artesanía, al demostrar que lo tradicional y lo contemporáneo pueden coexistir en armonía”. Olvídate





Legado Artesano es más que una marca, es un movimiento que busca revitalizar las comunidades artesanas y preservar el patrimonio cultural



de ideas antiguas; la modernidad también se encuentra aquí.

De hecho, ya es un oficio que atrae a mentes jóvenes, a artistas que estén dispuestos a crear bajo nuevas perspectivas, ya que “al unir técnicas ancestrales con diseños vanguardistas, la marca muestra que la artesanía es una expresión artística viva y en constante evolución, capaz de adaptarse a los gustos y las necesidades de un público moderno”.

### ENTENDIENDO LA ARTESANÍA COMO LEGADO CULTURAL

La marca es una clara muestra de cómo el Gobierno de Castilla-La Mancha entiende el oficio y cómo pretende que siga presente en el día a día de la ciudad, manteniéndose vivo como sector. Explica Hita que “Legado Artesano es más que una marca, es un movimiento que busca revitalizar las comunidades artesanas y preservar el patrimonio cultural”, dando, además, nacimiento a una

comunidad de creadores, con la sensación de que “es un privilegio poder contribuir a algo así, dejando una huella positiva en el mundo”.

A título personal, Legado Artesano también desempeña un papel clave para los artistas, que en el caso de Hita ha supuesto “un catalizador en mi trayectoria como pintora de seda. Gracias a su apoyo he podido participar en eventos de gran relevancia, dando a conocer mi trabajo a nivel nacional e internacional”. Los artistas se encuentran en un espacio de crecimiento, en el que se valora y se puede impulsar su trabajo y es que “cada feria, cada desfile, es una oportunidad para compartir mi pasión y conectar con personas que valoran el arte y la artesanía”.

### UNA OPCIÓN PERFECTA PARA LAS NAVIDADES

La campaña también viene acompañada de su propio punto de venta, el Market Place Artesanía CM, en el que podrás adquirir un regalo ideal de cara a tus compras navideñas, ya sea para amigos, familiares o incluso para ti misma. Con un solo click, puedes comprar de forma sencilla, productos navideños para decorar la mesa de las fiestas de un modo exquisito; pero también es posible conseguir el mejor regalo de joyería, cosmética, moda o complementos. Adelántate y aprovecha la oportunidad de apoyar un legado tan precioso como el oficio de artesano.

Experimenta las compras navideñas de una forma distinta, sintiendo que apoyas la tradición de tu ciudad al mismo tiempo que puedes ir a la última.



- FIN DE AÑO -  
**UNA FIESTA**  
*con muy buen gusto*

Despide el 2024 como se merece: una cena sibarita, un entorno sofisticado, un cotillón divertido, burbujas y, sobre todo, con la compañía de tus mejores amigos. ¡Feliz año nuevo!

POR ISABEL LOSCERTALES



**DÍAS DE FIESTA**

En Four Seasons puedes elegir entre celebrar la Nochevieja en su salón Sol, en el asiático ISA Restaurant o en el gastronómico Dani Brasserie, en la séptima planta, que acaba de inaugurar su terraza de invierno.



**FOUR SEASONS HOTEL MADRID**

Si buscas lujo, este es tu sitio. En el majestuoso salón Sol celebrarán una velada inolvidable a base de cóctel de bienvenida, menú degustación con delicias como suquet de langosta, besugo madurado o lingote de wagyu A5 y una fiesta con barra libre y música en vivo (1.400 €/pax; 400 €, el menú infantil). En un ambiente más canalla y con una propuesta exótica, en el restaurante ISA no faltarán sushi ni mariscos o platos como el pargo Kobujime (495 €/pax; 110 €, el infantil). En la séptima planta, Dani Brasserie festejará la noche con una moluscada y algunos de sus hits (775 €/pax; 385 €, el infantil). [fourseasons.com](http://fourseasons.com)



### Hard Rock Hotel Madrid

*Buena música, ambiente hedonista y un menú que se viste de gala para la ocasión. Tartar de langostinos y vieiras, canelón trufado glaseado, corvina con falsa piel de butifarra negra y cordero lechal confitado son algunas de las delicias que servirán en Sessions. Después, fiestón con barra libre al ritmo de un DJ. Precio: 260 €/pax. [hotel.hardrock.com](http://hotel.hardrock.com)*



### Un brindis por 2025

*Dos botellas para recibir el nuevo año con buen pie: Telmont Réserve de la Terre, el primer champán ecológico certificado de la maison francesa, con socios top como Leo DiCaprio (99 €) y Alta Alella Laietà Gran Reserva, un cava excepcional que se elabora a pocos kilómetros de Barcelona, disponible en formato Magnum (53,50 €).*



### Majestic Hotel & Spa Barcelona

*El emblemático hotel de Paseo de Gràcia vestirá de etiqueta su Salón Mediterráneo y servirá un menú sobresaliente a cargo del tándem Nandu Jubany y David Romero. Entre sus platos, maravillas como la ostra con tartar de atún y caviar o el Wellington de rodaballo salvaje (440 €/pax). [hotelmajestic.es](http://hotelmajestic.es)*



## CIRCOLO POPOLARE

El último restaurante del grupo Big Mamma celebrará su primera Nochevieja por todo lo alto. En un entorno que ha cautivado a todos por su precioso diseño, han organizado una velada only adults que consta de un menú de seis elaboraciones, prosecco de bienvenida, uvas, cotillón, limoncello, vino ilimitado hasta medianoche, espectáculo en vivo durante la cena y DJ set. Además, ofrecen packs de bebidas para alargar la noche hasta las 3:30h. Entre los platos ideados por el chef

Luigi Venturo para la ocasión: carabinero crudo con salsa citronette, burrata al tartufo, tres bocados Crudi di Mare, cansocelli al bogavante, filetto alla Wellington o éclair al mascarpone, todo regado con vinos biológicos italianos (190 €/pax). La dolce vita italiana nunca nos gustó tanto. Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1. Madrid. [circolopopolare.com](http://circolopopolare.com)

# ESTIRAR, ¿antes o después de entrenar?



Pocos rebaten ya si es bueno o no realizar estiramientos. El debate surge cuando se pregunta por el mejor momento, la duración o cómo hacerlos.

el estiramiento después del esfuerzo físico, de esta forma ayudarás a que el ácido láctico se reabsorba más rápidamente, reduciendo la posibilidad de sufrir agujetas. Así mismo, si practicas deporte para ganar volumen muscular, el estiramiento te ayudará a estimular el desarrollo de los músculos y conseguir tu objetivo. ¿Debo estirar antes? Cuando el cuerpo está frío, poco elástico y rígido, es más probable sufrir una lesión, por eso es clave estirar todos los grupos musculares, de 2 a 4 minutos.

*Si quieres progresar* en tus rutinas de entreno, es imprescindible realizar los estiramientos correctos. Para conseguir que los músculos se recuperen antes, debes realizar

## - NO ESTÁS SOLA -

Estos dispositivos son la mejor compañía para tus entrenamientos.



### Más fino que nunca

Apple Watch Series 10 tiene la pantalla más grande y cuenta con profundímetro y sensor de temperatura del agua. Además, ahora es posible reproducir audio.



### Presión arterial

El reloj inteligente Huawei Watch D2 aporta una innovación revolucionaria al ser el primer dispositivo de monitorización en tiempo real de la presión arterial.



### De día y de noche

Polar Vantage M3 cuenta con múltiples funciones de entrenamiento individualizado, así como el registro automático del sueño y la recuperación por la noche.

POR ANDREA ARABIA FOTO: ISTOCK.

## Moderna y pionera

Dicen que es la prueba definitiva. La que aúna las disciplinas más distantes y, a la par, las más motivadoras. La que supone ponerse al límite porque tu cerebro se divide en cinco partes y debes estar concentrada al cien por cien en todas ellas y en un tiempo escaso. Es el pentatlón moderno y, en versión femenina, tuvo a su primera representante española en los Juegos Olímpicos de París.

Laura Heredia es una deportista a la que le viene de familia apostar por una disciplina tan singular. En Tokyo'20 acompañó a su hermano Aleix. Cuatro años después, el hermano mayor apoyó a la menor en la capital de Francia. Acudía como pionera, con la máxima ilusión y con posibilidades, pero un caballo decidió por ella. Clasificada para la final, algo que jamás había logrado ninguna española, las sensaciones eran fantásticas. Pero cayó en la prueba de salto ecuestre. Tres rehúses en el salto con obstáculos a lomos de *Dollar us d'Ecly*, un equino que se asigna por sorteo, le impidieron puntuar. Una losa que no pudo remontar en las pruebas restantes de esgrima, natación, tiro y carrera. Porque el pentatlón moderno te pone al límite más allá de lo imaginable. Tu cabeza debe asimilar 200 metros de estilo libre; un recorrido de 400 metros con 12 obstáculos y un caballo que no conoces; una carrera de 3.000 metros durante la cual, las participantes deben frenarse en cuatro puntos y disparar al blanco con una pistola láser, y combates rápidos de esgrima a un toque contra todas las rivales. Cinco deportes, cinco.

Heredia llegó a París con 24 años. Llevaba media vida preparándose junto a una familia que se ha volcado en dos hijos entregados a un deporte minoritario que les obliga a trabajar a la par que a entrenar. A Laura la empuja la ambición, el afán de superación. Lloró en París pero ya se prepara para sus próximos Juegos. Lo que nadie podrá borrar es que fue la primera. La pionera. La que derribó un muro para las que vienen detrás.

.....  
**Carme Barceló**

Periodista deportiva, colabora en el diario "Sport"



Las historias de 20 miembros, 10 nacionalidades y mujeres entre los 25 y los 60 años, forman parte de proyectos capaces de revolucionar el mundo.

- JUNO HOUSE Y JUNO WOMAN MADE -

# CITA PARA MUJERES emprendedoras

Juno House da visibilidad a los proyectos emprendedores de las socias del club durante su primera conferencia anual dirigida a mujeres emprendedoras. La iniciativa busca activar la conexión, el aprendizaje y el empoderamiento de mujeres líderes.

*Juno Woman Made es la iniciativa* creada por Juno House, club concebido por y para la mujer en España, para dar visibilidad a los proyectos de mujeres que se han desarrollado en el club. Proyectos impulsados por el talento y la colaboración entre las socias tratando de demostrar cómo el apoyo puede transformar una idea en una realidad e inspirando a mujeres para su emprendimiento.

Juno House, desde su fundación en 2022, cuenta con más de 600 socias y es el centro de la creatividad, la motivación y el crecimiento profesional femenino. El club fomenta la conexión y apoyo entre mujeres de diferentes sectores.

## PROYECTOS INSPIRADORES

En Juno House el bienestar femenino es clave y, por eso, prioriza proyectos especializados en salud y wellness para ayudar a mejorar la calidad de vida. ¿Proyectos destacados? Una plataforma de DEI global que facilita recursos de diversidad e inclusión, mientras que Desirée Bela-Lobedde, escritora y divulgadora de la educación antirracista, ha diseñado una serie de charlas y formaciones en perspectiva afrofeminista para fomentar la autocritica y construir una sociedad más inclusiva. O el de Marina Marzaduri, Marketing Director de Terra Dominicata, un hotel de lujo en el Priorat, que ofrece un retiro de lujo para desconectar. También hay proyectos sobre sostenibilidad, belleza, wellbeing, marketing, nuevas tecnologías, IA o gastronomía.

## LA CONFERENCIA ANUAL 'FOUNDER'S THERAPY'

Juno House presentó su primera conferencia anual, 'Founder's Therapy' el pasado 19 de noviembre, una jornada de charlas y talleres para mujeres emprendedoras que se convertirá en un espacio único para conectar, aprender y compartir experiencias, así como descubrir nuevas oportunidades. "Founder's Therapy rinde homenaje a la fuerza, la tenacidad y la visión que se necesita para ser una mujer emprendedora. Es una oportunidad para que fundadoras y creadoras se reúnan y compartan un día de aprendizaje, comunidad y apoyo", explica Natalie Batlle, CEO y fundadora de Juno House.



## THE KITCHEN

El conocido afinador de jamones Manuel López va un paso más allá y estrena un lugar de culto a la carne del cerdo ibérico de pura raza: Reserva Ibérica, THE KITCHEN. Junto a su tienda y bodega en el centro de Barcelona (Aragón, 258, junto a Rbla. Catalunya), su carta es un festín.

## MESAS DE FIESTA

Velas y flores combinan en los **estilismos deco** más elegantes, como el puesto en escena por la diseñadora **Teresa Helbig** para presentar su vela escultórica **Bouquet Floral**. En el Wittmore Hotel de Barcelona, junto a las delicias del chef Alain Guiard, brilló esta nueva pieza artesanal que evoca un tallo y unas flores que se transformarán en un **centro**. En los showrooms de Madrid, Barcelona y [teresahelbig.com](http://teresahelbig.com)



# Vivir MEJOR

## EDITOR'S CHOICE

Brindis con espumosos, regalos artísticos, caprichos gastro y un nuevo deporte para compensar los placeres de estas fiestas.

*Myriam Serrano, redactora jefa.*



### La hora del aperitivo

Para abrir el apetito y celebrar entre amigos, Chandon Garden Spritz es una combinación a base de vino espumoso, licor de cáscaras de naranja, hierbas y especias.

### Oro líquido

El único AOVE en botella Magnum, para regalar o llevar a las comidas de Navidad. El aceite Palacio de Los Olivos repite como el mejor del mundo.



### Ajedrez de diseño

Balvi, la marca experta en regalos originales y decoración, propone este juego para todas las edades, una colorista colaboración con Hey.



### Pickleball

Este deporte de raqueta esta arrasando en el mundo, también en España, y voy a estrenarme con las Skechers Relaxed Fit: Viper Court, especiales para sus pistas.



### Calidad y precio

En los supers Lidl encontrarás tres variedades de jamón "del bueno", por menos de 5 €/pack, gracias a la colaboración con Enrique Tomás.

- HOTELES SINGULARES -  
**LAS MIL**  
**y una noches**

Hidden Away Hotels te propone una colección de hoteles singulares que ofrecen una experiencia excepcional. Palma de Mallorca, Sevilla, Granada, Lisboa, Madrid... Destinos de ensueño para disfrutar del lujo hecho a medida.

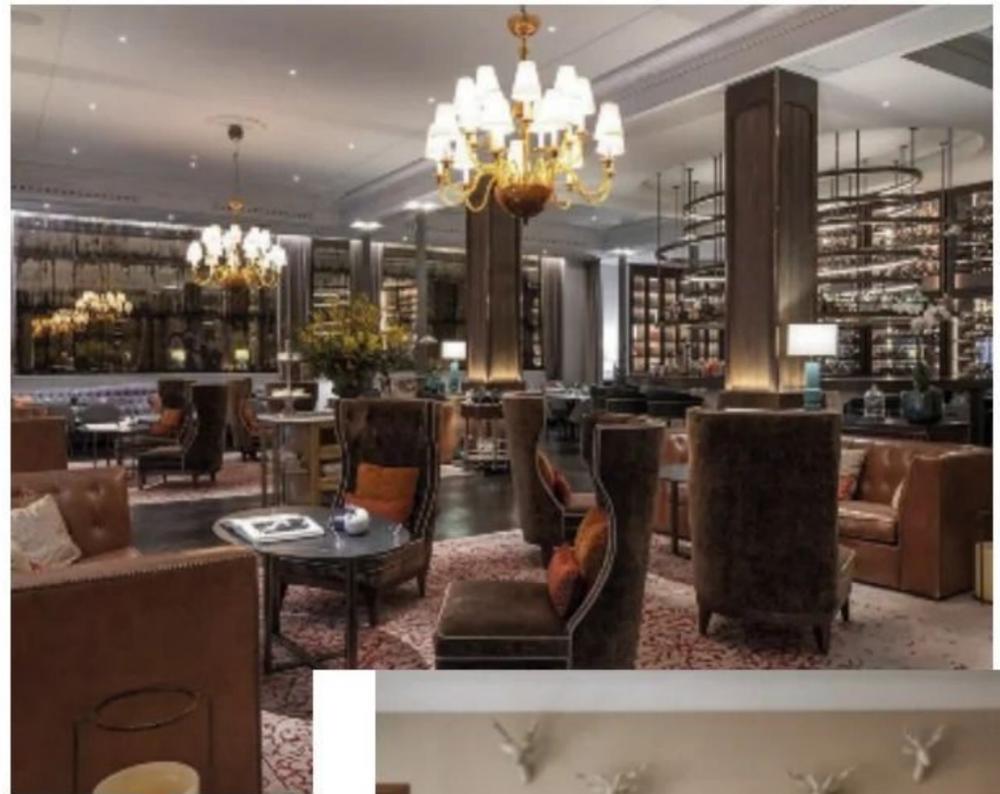
*En muchas ocasiones,* tan importante es el destino como la estancia en un lugar singular, con historia y dónde vivir un concepto de lujo sofisticado con códigos redefinidos. La historia de Hidden Away Hotels, expresión máxima del buen gusto, está marcada por la pasión por los viajes, la búsqueda de lugares singulares, con identidad propia, y el compromiso inquebrantable de restaurar joyas arquitectónicas para devolverlas todo su esplendor y significado.

La cadena de hoteles boutique de lujo, propiedad de Carmen Cordón e Ignacio Jiménez, ya suma 10 años de trayectoria y su culto a la excelencia ha sido reconocido en tres de sus hoteles con una Llave MICHELIN.

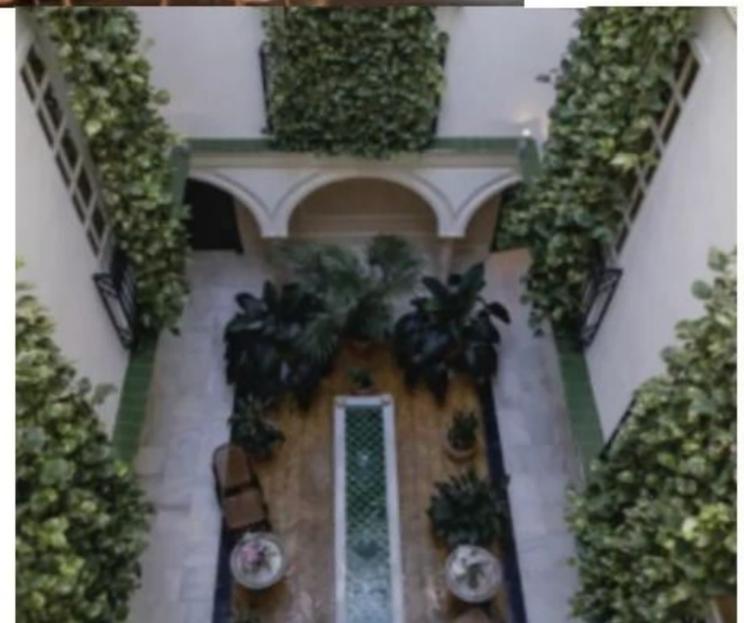
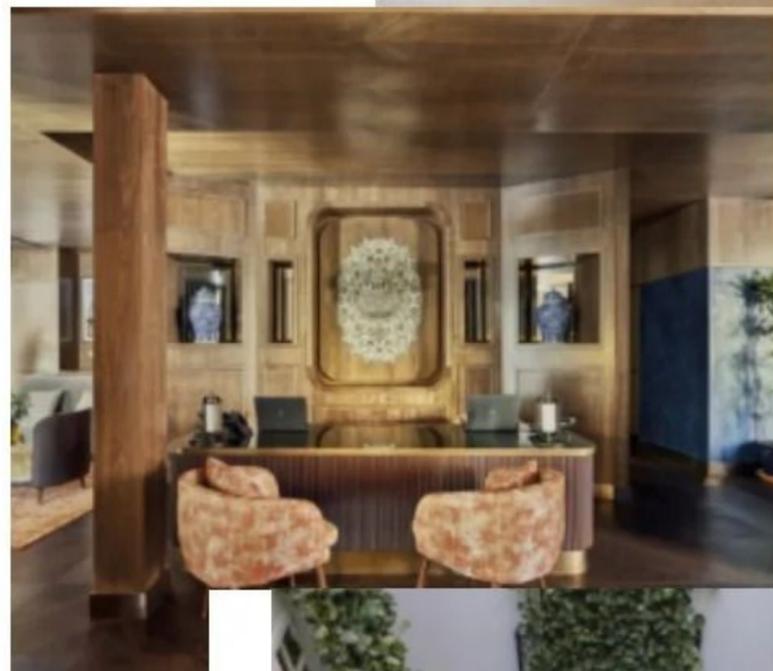
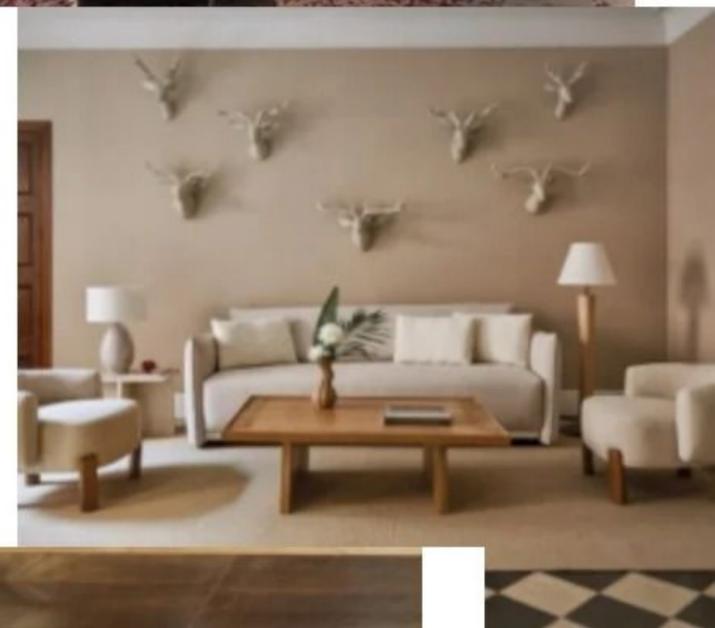
Su colección de hoteles está presente en los mejores destinos. Como Posada Terra Santa en Palma de Mallorca, el primero de la cadena y recientemente reformado por el reputado estudio neoyorkino Rockwell Group. Este mismo estudio también ha colaborado con la cadena en Gran Hotel Inglés, el hotel de lujo más antiguo de Madrid, situado en el castizo barrio de las Letras, al igual que en Seda Club Hotel, el primer cinco estrellas gran lujo que abrió en la ciudad de Granada en febrero de 2023. Otro de los emplazamientos más especiales es el Gravina 51, situado en pleno corazón de Sevilla. La novedad para 2026 es la apertura de un nuevo hotel cinco estrellas gran lujo que abrirá sus puertas a principios de año en Lisboa, un proyecto desarrollado por el arquitecto lisboeta Federico Valsassina, con un maravilloso interiorismo firmado por Lázaro Rosa-Violán.

Desde sus inicios, el objetivo de Hidden Away Hotels ha sido ambicioso: localizar edificios singulares con una historia que contar, que estuvieran situados en el centro de la ciudad, pero a la vez alejados del tumulto de las grandes vías y de las grandes aglomeraciones de gente, rehabilitarlos a nivel arquitectónico y dotarles del máximo nivel de lujo y confort. El resultado es la creación de un nuevo concepto original de hotel boutique, con un servicio de lujo 'artesanal' y especialmente dirigido a un cliente exigente capaz de valorar una experiencia a medida.

Más información: [www.hiddenawayhotels.com](http://www.hiddenawayhotels.com)  
[info@hiddenawayhotels.com](mailto:info@hiddenawayhotels.com)



Arriba, el Gran Hotel Inglés de Madrid. A la derecha, el de Mallorca. Debajo, el de Granada y el hotel de Sevilla Madrid.





**Tu segunda piel**

*El chispeante y energético Tangy Caper, de la colección Signature, es el nuevo perfume de Daniel Josier, con el que ha querido transmitir alegría y diversión. Jugoso e irresistible, te enamorará, y con él, seducirás.*

**El complemento clave**

Los bolsos son el corazón de la colección de Latido, con diseños vibrantes y versátiles para el día y elegantes y detallados modelos para la noche. Cada uno está pensado para destacar y complementar cualquier estilo y la combinación de materiales innovadores y artesanía hace que cada uno sea único y esencial.



*buenas*  
**IDEAS**



**LOGRA TU MEJOR MARCA**

Desde 1973, Arena ha revolucionado **el mundo de los deportes acuáticos** mediante una intensa colaboración con atletas, creando de trajes de competición de vanguardia. El desarrollo continuo de materiales avanzados y el diseño italiano **mejoran el rendimiento y el estilo**, proporcionando a los nadadores herramientas para sentirse seguros, ganar y lograr más.

**- CUIDADO VEGANO -**

Con una dosis altamente concentrada de vitaminas, el pack de cuidado facial de Ziaja incluye Gel limpiador facial, Tónico facial en spray, Sérum facial activo y la Crema facial de día revitalizante Wake Me Up. Estos 4 cosméticos veganos, con efecto flash y aptos para todo tipo de piel, son la rutina facial matutina más rápida y efectiva.





## INNOVACIÓN

Llega a España el primer y único tratamiento específico para **vitiligo**, Opzelura (ruxolitinib crema), de Incyte. Esta enfermedad autoinmune de la piel tiene un gran impacto físico y emocional, pero ruxolitinib en crema consigue una mejora significativa en la repigmentación.

## UNA MIRADA MÁS FRESCA

El sérum Hyper Concentrate Eye Serum, de Freshly Cosmetics, combina 8 tecnologías clínicas naturales en un solo tratamiento que mejora los signos del envejecimiento del **contorno de ojos**. Su gran concentración de activos naturales trata ojeras, párpados caídos, líneas de expresión, pérdida de elasticidad, bolsas, inflamación...



Agra, de Caroline Dumur, une el imponente Taj Mahal con la ciudad de Agra en una fragancia. Una *mezcla de notas opulentas y atemporales* con la que Dumur rinde homenaje a la India a través de las flores más apreciadas.



## NUTRICOSMÉTICA

Eiralabs te ayuda a **minimizar los excesos** de estas fechas y a cuidar tu bienestar con un tándem nutricosmético: SatiGluco Balance (mejora los niveles de glucosa en sangre) y Reduce Flash Cápsulas (reduce la absorción de grasas). Pero recuerda beber agua, seguir una alimentación equilibrada, hacer ejercicio y dormir bien.

## Moda y rebeldía

*Deichmann revoluciona el invierno con su colección Rebel Boots, que invita a sacar el lado más rebelde de cada fashionista, combinando funcionalidad y versatilidad con un toque roquero: suelas gruesas, tachuelas, cordones y cadenas elevan el estilo y dejan claro que la comodidad no está reñida con el diseño y las tendencias.*



# la EXCELENCIA



Damiani celebra su centenario junto a su embajadora, la actriz Jessica Chastain. Una mujer auténtica, fuerte, libre y acogedora, como la casa italiana.



## SORPRENDENTE AMARILLO

La actriz y productora estadounidense, ganadora de un Oscar (*The Eyes of Tammy Faye*, 2022), lleva un set de la colección Absolute, en oro blanco y diamantes amarillos, de la casa DAMIANI.

POR ESTER AGUADO.

*Lo más bello del mundo*, así definió el pensador romano Plinio el Viejo al diamante: «Es la más valiosa, no solo de las piedras preciosas, sino de todas las cosas de este mundo». Elaboradas a mano en Italia, por expertos maestros orfebres de la zona de Valenza, las joyas de la colección Absolute hacen realidad estas palabras. Tesoros de rara belleza, las creaciones de alta joyería Absolute representan la esencia de la feminidad, con diamantes y gemas de colores cortados para crear hermosas formas, tan elegantes que casi parecen fluidas. [damiani.com](http://damiani.com)

# SHINE ON ME

## CABELLO BRILLANTE ESTA NAVIDAD

"¡Adoro cómo me deja el cabello, muy brillante pero sin nada de grasa! Además, me ayuda muchísimo con el frizz. Estoy encantada con este producto."

-Marta I.



**MONCHO**  
LUXURY HAIR & MAKE UP  
**MURENU**

Descúbrelo en [www.monchomoreno.com](http://www.monchomoreno.com)\*

# HardWear by Tiffany

Un diseño de 1962 inspirado en Nueva York,  
una ciudad en constante movimiento.

Un regalo que simboliza la fuerza  
transformadora del amor.



Tiffany.com | © 2024 T&CO.

*With love, Since 1837* **TIFFANY & CO.**