

SPEND IN

Summer issue 2025 REPÚBLICA DOMINICANA



LA ESENCIA DE LO ESENCIAL

Aix-en-Provence • Algarve • Alicante • Andorra • Aragón • Asturias • Avignon • Barcelona • Biarritz • Bilbao • Bordeaux
Cannes • Cantabria • Castilla y León • Comporta • Galicia • Girona • Gran Canaria • Ibiza • La Rioja • Lisboa • Madrid • Málaga
Mallorca • Marbella • Marseille • Melides • Montpellier • Navarra • Nice • Paris • Porto • Punta Cana • Reus • San Sebastián
Santiago • Santo Domingo • São Paulo • Sevilla • Saint-Tropez • Tarragona • Tenerife • Toulouse • Valencia





TUDOR



BLACK BAY 58

**BORN TO
DARE**



TUDOR
BOUTIQUE

BLUEMALL - SANTO DOMINGO

GRUPPO
BENTRANI
TUDOR BOUTIQUE

Vive Cap Cana TU CIUDAD DESTINO



1+809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |    



CAPCANA

Ciudad Destino



MECENAS DEL SIGLO XXI

Garantía de valor, autenticidad e independencia

El Renacimiento fue el resultado luminoso de talentos incomparables: Leonardo, Miguel Ángel, Donatello, Rafael... genios que quizás no hubieran podido desarrollar todas sus habilidades sin el apoyo de mecenas que hicieron posible gracias a su patrimonio, su red de contactos y su sensibilidad, el trabajo de ese sueño humanista que desde las ciudades comerciales italianas se extendió por toda la Europa cristiana entre los siglos XV y XVI. En perspectiva, Strozzi, Medici, Sforza, Gozaga o Pazzi son apellidos tan responsables de las grandes obras del 'quattrocento' y el 'cinquecento' como sus protegidos y beneficiarios. Nuestros museos, y nosotros en general como sociedad, tenemos una deuda impagable con todos esos banqueros, comerciantes y hombres de negocios que llenaron de esculturas y pinturas sus palacios. Sin ese espíritu coleccionista, esa inquietud, ese deseo de ver prosperar la belleza independientemente de sus mil razones, difícilmente podríamos disfrutar de las perspectivas imposibles de Mategna, la monumentalidad de Verrocchio o los retratos de Lotto.

El espíritu de esa Italia convulsa y genial, tan cerca de lo divino como de lo profano, sigue asombrando e inspirando a generaciones de mecenas que siguen apoyando, siglos después, el talento, descubriendo a los clásicos del futuro con pasión. Las causas son infinitas. Eso sí, en este mundo que no para de evolucionar, junto al mecenazgo clásico, muchas otras formas de promoción hacen que cualquiera pueda contribuir a esa fascinante labor que es impulsar a los creadores, sea cual sea su campo; y es que en este siglo XXI, en el mundo globalizado donde todos somos prescriptores, cualquier persona con cierto interés puede convertirse también en un micromecenas. Ya no hace falta pertenecer a una estirpe aristocrática ni a un linaje de oligarcas para contribuir al desarrollo de grandes ideas, de grandes proyec-

tos. Vivimos tiempos en los que la cooperación entre la comunidad puede convertir en realidad cualquier idea. Personas con visión de futuro opinan que "muchacha pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, puede cambiar el mundo". Igualmente, muchas empresas pequeñas en ciudades pequeñas, haciendo cosas pequeñas, podrían cambiar nuestro mundo actual. No olvidemos que la naturaleza misma de la vida es el cambio; el cambio no es un aspecto de la vida sino la vida misma y resistirse al cambio es resistirse a la vida.

Asimismo, ocurre con el vino que embotellamos, sabiendo como dice Clovis Taittinger "que lo invisible hoy será tangible mañana". El mismo champán Taittinger representa una forma de entender la vida con respeto por la tradición, una búsqueda constante de la perfección y un sentido de humanidad que impregna cada etapa de su producción, convirtiendo cada botella en un testimonio de historia, paciencia y pasión. Los que, como Clovis, pensamos que la verdadera grandeza no reside en la magnitud de una compañía, sino en su capacidad de permanecer fieles a sus valores (el sentido de ser uno mismo, la 'continuidad del yo'), aceptamos sin reparos la incansable generosidad que precisa una empresa independiente como las nuestras. Aceptando que el verdadero éxito no solo se mide en cifras, sino en la capacidad de influir positivamente en el entorno y de construir un futuro más humano, auténtico y próspero.

Levanto mi copa como símbolo de conmemoración, de la esencia misma de la vida y brindo por todos los que hacéis posible esta gran familia, este gran renacer de la sociedad, y por los que, como nosotros, sabéis que lo mejor está todavía por llegar.

RICARDO GIMENO
Editor Ejecutivo



Edita: **GLOBAL LUXURY COMMUNICATIONS**, Pº de la Castellana, 171 - 4º izda. (28046) Madrid. Teléfono: +34 91 598 02 27

Gerente: Ignacio López. **Editor Ejecutivo:** Ricardo Gimeno. **Adjunta a Dirección:** Alicia Gil. **Redacción:** Karla Alcántara, Gabriel Álvarez, Antonio Álvarez-Cienfuegos, M. Aragüés, Lorenza Aranda, Belén Arce, Julie Arquero, Mario Azagra, Jean-Baptiste Fouyer, Pierre Cassini, João Castelo, Zoila Checa, Nicolás Balaguer, Kathleen Bendelack, Martín del Castillo, María Ignacia Culell, François-Xavier Duplá, Henri Eskenazi, Ignacio Estarán, Francisco G. Ávila, Josefina Grosso, Glenys González, María González, A. Guillén, Mamen Hazañas, Paz Hazañas, Carlota Lainez, Seishi Macdonald, Enrique Marco, Zee Marie, Anabel Mouthino, Alicia Navarro, Laurence Ostolaza, Yareli Parra, Marcos Pereda, Filipa Pereira, Amparo Peña, Isabel Pilar de Figueiredo, Paul Pilcher, Hugo Pinha, Andrés Puch, Charo Ramos, Débora Rodrigues Lopes, Ricardo Roderá, Martina Rossi, Karina Sánchez, Joan Sebastian, Alicia Senabre, Anthony Seynees, Mafalda Simões Monteiro, Patricia Simón, Maikel Tapia, Ángela Valero de Palma, Kino Verdú y Michael Wall. **Director de Arte, Maquetación y Diseño:** Alberto Ladrón. **Maquetación y Diseño:** David Gaya. **Traducción** supervisada por Rachael West. **Fotografía:** Roberto Arnaiz, Erika Barahona, María Calafat, Jaume Capellá, Sofia Cases, Tomeu Coll, Igor Díez, Daniel Duarte, Adolfo Enríquez, Sergio Ferreira, Frameyou (Pedro Corrêa da Silva, Manuel Antunes e Filipe Faleiro Cruz), Román García Aguilera, Tony García, Rodrigo Gimeno, Alba Giné, Marta Goro, María Guerra, Jaime Machado, Mela, Pedro Melo, Carlitos Miranda, Adolfo Moreno, Anna Moshi, Andrea Nájera, María Natali, Pär Olssen, Fernanda Padilla, Anna Panic, Mayte Piera, Juan Quesada, Cristina Sarmentero, Alfonso Suárez, Javier Tomás, Cristina Tovar, Catherine Uribechevarria Massion, Bart van de Voort, Adrián Vázquez, Jaime Verd y Mark Zlick.

GLOBAL LUXURY COMMUNICATIONS S.L. no se identifica necesariamente con el contenido de los artículos ni con las opiniones de sus colaboradores.

Queda prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización expresa de la editorial. D.L.M.-38.073-2003 // ISSN 1696-8158.



Pág. 42. La guía de la luz

SPEND IN

SUMMER ISSUE

034.... UNA ATRACCIÓN IRRESISTIBLE. **Gourmet**

040.... VICTORIA VALLENILLA. **Gourmet**

042.... LA GUÍA DE LA LUZ. **Gourmet**

046.... KOKAR KAYAPÓ ROJO BY ECOARTS. **Advice**

048.... TIVOLI KOPKE. PORTO GAIA HOTEL. **Fun**

052.... HERENCIA RELOJERA. **Know-How**

054.... JAVIER ANTOJA. **Know-How**

058.... PALAU GÜELL. **Essential**

062.... JOAQUÍN GÜELL. **Essential**

066.... FRANCIS KURKDJIAN. **Essential**

068.... PHILIP ADRIAN FRAYNE. **Essential**

072.... MÁRCIA MARTINS. **Essential**

074.... STYLE IN PROGRESS. **Style**

076.... ARTESANÍA EN CALMA. **Style**

078.... EVANGELINA BOMPAROLA. **Style**

080.... KAFTÁN AMARA BY MALIKA MEKOUAR. **Advice**

082.... PAMELA Y ENILDA. **Style**

084.... ANDREA FERREIRA. **Know-How**

088.... SÔNIA DINIZ. **Decodesign**

090.... FRANCESCA BUSNELLI. **Decodesign**

094.... SUSANNA MINOTTI. **Decodesign**

096.... ZOOCO ESTUDIO. **Architecture**

100.... INODA+SVEJE. **Decodesign**

102.... LAERRE TRUNKS. ENDLESS ELEGANCE. **Decodesign**

104.... MANUEL RUIZ MORICHE. **Architecture**

108.... MARC MERCKX. **Decodesign**

110.... BORJA LOMAS. **Architecture**



Pág. 102. Laerre Trunks



Pág. 72. Márcia Martins



Pág. 34. Clovis Taittinger

Pág. 82.
Pamela
y Enilda



Pág. 110. Borja Lomas



Pág. 58. Palau Güell



Erica design Antonio Citterio
bebitalia.com

Miguel Blasco Antuña

Texto por JOAN SEBASTIAN

El Centro Español celebra seis décadas como pilar cultural y social de Santiago. Su actual presidente resalta el compromiso de esta entidad con la integración, la cultura y el legado español, con una agenda de eventos que enaltecen su historia y proyectan su visión de futuro.

En medio de la agitación política y social de los años sesenta en la República Dominicana, un grupo de inmigrantes españoles decidió unirse para fortalecer su comunidad en Santiago de los Caballeros. Así nació el Centro Español, una organización que, con el tiempo, se ha convertido en símbolo de integración, tradición y desarrollo cultural y deportivo. Hoy, más de medio siglo después, esta institución no solo honra sus raíces, sino que además proyecta con firmeza su visión de futuro. Fundado el 8 de diciembre de 1965, el Centro Español es una organización sin fines de lucro dedicada a promover las culturas española y dominicana. Desde sus orígenes ha sido un punto de encuentro para inmigrantes y descendientes que buscaban compartir sus tradiciones, apoyarse mutuamente y mantener vivo su legado cultural. Miguel Blasco, su presidente, recuerda que su vínculo con la institución es profundo. “Soy hijo de socio fundador, D. Julio Blasco Álvarez, de Asturias, España. Desde mi niñez, el club ha significado mucho para nuestra familia”, señala. La esencia del Centro Español, afirma, radica en su misión de integración y en la difusión cultural. “Esta institución se ha consolidado como el centro social, deportivo y cultural más importante de Santiago de los Caballeros. Nos enorgullece ser un legado visible tanto para la ciudad como para la República Dominicana”, sostiene. Con más de veinte mil miembros es uno de los clubes más grandes del norte del país. Durante este año, el Centro tiene previsto resaltar sus eventos emblemáticos. “Queremos realzar la Romería Española y el Festival Gastronómico de Verano (FIGAVE), que atrae a más de cinco mil asistentes cada año. Además, el Baile Aniversario será un evento especial para conmemorar los sesenta años de su fundación”, detalla. Las celebraciones incluirán también actividades familiares, culturales e infantiles. Para el presidente, estos eventos no solo refuerzan los lazos entre los socios,



El Centro Español celebra sesenta años como un referente social, cultural y deportivo en Santiago. Con más de veinte mil miembros, la institución honra su legado mediante eventos como la Romería Española, FIGAVE y el Baile Aniversario. Su presidente, Miguel Blasco, reafirma el compromiso de seguir creciendo, fortaleciendo su equipo humano y ampliando las actividades que unen a la comunidad en torno a la cultura y las tradiciones hispano-dominicanas.

sino que incluso reflejan el compromiso continuo con la comunidad. Actualmente, el Centro ofrece instalaciones para todas las edades: canchas, piscinas, salones, áreas verdes y espacios deportivos. Pero más allá de su infraestructura, es un símbolo de unidad y un legado vivo. En cuanto al futuro, Miguel indica que el enfoque está en el fortalecimiento institucional. “Nuestro objetivo es

continuar desarrollando el equipo humano, mejorar nuestras instalaciones e incorporar nuevas actividades culturales, deportivas y sociales”, explica. La trayectoria del Centro Español demuestra que una comunidad unida por la identidad y el compromiso puede construir un legado duradero. Hoy, sesenta años después, la visión de sus fundadores sigue viva en cada rincón del club.



LA AURORA
— SINCE 1903 —



**CALIDAD
EXCEPCIONAL
EN CADA CIGARRO**

FUMAR ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD LEY 42-01

Begoña Celaya

Texto por YARELI PARRA

Desde la entrañable ciudad de Pamplona hasta las aguas turquesas del Caribe dominicano, esta empresaria ha forjado un santuario de experiencias náuticas exclusivas en Punta Cana, donde su temple, fuerza y ambición han sido la clave en la construcción de su éxito.

De origen catalana, con raíces vascas y aragonesas, Begoña Celaya creció en una familia llena de inspiración constante, donde el mar siempre fue parte esencial de su vida. “Mi familia en el norte de España ha estado siempre vinculada a la navegación, ya que han sido armadores y patrones de barcos pesqueros. Siempre hemos vivido de cara al mar, y en la familia hemos sido muy aficionados a la pesca, al submarinismo y al mundo náutico en general”, confiesa. Una conexión que más tarde se convertiría en su vocación y modo de vida con su empresa de navegación exclusiva, Infinity Punta Cana.

Aunque estudió Magisterio y Psicopedagogía en Blanquerna-Universitat Ramon Llull, nunca ejerció. “Siempre me llamó la atención el mundo de los negocios y tengo espíritu empresarial”, afirma con entusiasmo. Ese impulso emprendedor la llevó a crear su propio negocio en el sector hostelero, en la playa de Roda de Berà, en Tarragona. “Aquello marcó un hito importante en mi trayectoria”, comparte. Durante muchos años se desarrolló profesionalmente en Pamplona, una ciudad que guarda con profundo cariño. Pero fue en 2008, durante un viaje familiar a Punta Cana, cuando el rumbo cambió por completo. Seducidos por la belleza natural e inigualable de la República Dominicana, su familia y ella decidieron dar el salto y embarcarse en la aventura de crear un restaurante junto al mar en Punta Cana. El proyecto pronto se convirtió en un lugar de referencia para celebraciones especiales, como bodas, y más tarde en una marca especializada en experiencias náuticas de lujo. Con casi diez años liderando Infinity Punta Cana, Begoña ha consolidado su visión de crear excursiones con un sello de autenticidad y elegancia, donde las personas sientan un momento único en su vida. Más allá de las innegables oportunidades de negocio que ofrece la República Dominicana, para ella significa mucho más. Cuando habla de este



Emprendedora del turismo náutico, Begoña Celaya ha construido un mundo donde el mar, las experiencias únicas y el lujo se entrelazan. Al timón de INFINITY PUNTA CANA, transforma cada travesía en una celebración del presente y de las conexiones auténticas.

país, lo hace con amor y gratitud. “República Dominicana tiene un encanto único que la distingue de cualquier otro lugar del Caribe”, dice con convicción. Destaca su importancia como la primera ciudad del Nuevo Mundo; su alegría y ritmo a través del merengue y la bachata; su diversidad natural, con playas, ríos, bosques tropicales y montañas; y, por supuesto, la hospitalidad de su gente, con esa amabilidad, sonrisa y alegría que los caracteriza. Por encima del éxito y el crecimiento empresarial, Begoña vuelve una y otra vez a su centro: la familia, los amigos

entrañables, el propósito. Cree que la esencia de lo esencial está en ponerle corazón a lo que hace, en dejar huella, en encontrar belleza en lo cotidiano. Es esa filosofía la que impregna cada rincón de Infinity Punta Cana, y también su manera de estar en el mundo. Se describe a sí misma como una mujer fuerte, leal y ambiciosa, características que, sin duda, le han ayudado a transformar el mar en un espacio de encuentros, de celebración y de inspiración. Su historia, como las mejores travesías, es una oda al coraje, al amor por lo que se hace y al arte de vivir bien.



JACOB COHËN

ROLEX

Santo Domingo

Blue Mall, Av. Winston Churchill,
Esq. Gustavo Mejía Ricart
www.rolexboutique-santodomingo.com

La apertura de esta 'boutique' es testimonio de la visión del Grupo Bentrani, que, con una trayectoria marcada por la exclusividad, no se limita solo a representar marcas prestigiosas. Construye experiencias, cultiva relaciones y promueve una cultura del lujo basada en la confianza, el conocimiento y la sofisticación.

Texto por **KARLA ALCÁNTARA**



En el corazón palpitante del lujo dominicano, donde la sofisticación se entrelaza con el arte de vivir, una nueva joya se revela: Bentrani presenta la apertura de la flamante 'boutique' de Rolex en Santo Domingo. Ubicada en Blue Mall, epicentro de las compras exclusivas en la capital caribeña, este establecimiento encarna el espíritu más refinado de la alta relojería suiza. Más que un simple punto de venta, esta nueva dirección se erige como un santuario para los amantes del tiempo, donde la precisión se funde con la estética y su legado. Esta introducción arquitectónica actúa como un preludeo elegan-

te que invita a cruzar el umbral de un universo, donde cada detalle ha sido pensado para rendir homenaje a la excelencia. La nueva 'boutique' se integra con armonía en el tejido urbano de Santo Domingo, elevando aún más la oferta de lujo. En su interior despliega un universo cuidadosamente orquestado para ofrecer mucho más que una experiencia de compra: una vivencia sensorial que conecta profundamente con los valores de la firma helvética. La atmósfera evoca serenidad, prestigio y atemporalidad. El diseño interior, impregnado de una elegancia sin ostentación, ha sido concebido para que

Su filosofía es la búsqueda constante de la perfección, tanto en la selección de productos como en la atención al cliente



Una de las experiencias más cautivadoras que ofrece esta 'boutique' es la posibilidad de observar, a través de un elegante cristal, a los relojeros trabajando con concentración y destreza. Este taller visible no solo refuerza la autenticidad y el compromiso artesanal de Rolex, sino que también ofrece a los clientes una mirada privilegiada al proceso de ensamblaje, regulación y mantenimiento de estos tesoros del tiempo.



Cada visita es una invitación a un universo donde la personalización, la discreción y el saber escuchar son valores cardinales

cada visitante se sienta inmerso en un ritual de descubrimiento, una celebración del 'savoir faire' y la excelencia relojera. Las notas de color verde se repiten sutilmente en paredes, textiles y detalles decorativos, evocando la vitalidad de la naturaleza y la profundidad del legado Rolex. El mármol, la madera noble, el bronce cepillado y el cuero 'beige' se entrelazan en una sinfonía de materiales que acarician los sentidos. Este espacio de contemplación, íntimo y luminoso, está diseñado para invitar al asombro ante cada pieza exhibida. El recorrido por la 'boutique' es también una travesía simbólica por la historia y los valores que han hecho de Rolex una leyenda. Desde el momento en que se penetra en la sala principal, la mirada se dirige naturalmente hacia la espectacular pared verde esmeralda que domina el espacio. Inspirada en el motivo de la ola, referencia directa al mítico 'Oyster', primer reloj de pulsera hermético del mundo, esta instalación visual no solo aporta dinamismo y profundidad, sino que también funciona como un manifiesto visual de innovación e identidad. Cada modelo dialoga con su entorno, resaltado por una iluminación especialmente diseñada que emula la lupa 'Cyclops'. Donde el tiempo cobra vida, comienza una nueva era del lujo.



Marc Nieto

Texto por MICHAEL WALL

Con millones de seguidores, su canal de YouTube ha revolucionado la divulgación del 'blockchain' y las criptomonedas. Desde Andorra combina educación y entretenimiento para democratizar el acceso a tecnologías emergentes en todo el mundo.



Desde que se adentró en el ecosistema cripto, su vida cambió por completo. Aunque muchos asocian el éxito en criptomonedas con riqueza rápida, él lo matiza con realismo: “Hacerse millonario con criptomonedas es algo complicado, pero sí es posible. Lo que está claro es que tienes que dedicarle el mismo tiempo –o incluso más– que a un trabajo tradicional”. Su enfoque ha sido siempre crear impacto a través del conocimiento. “Mi mayor motivación siempre ha sido exigirme al máximo para poder aportar contenido de valor y seguir divulgando en internet. Esa exigencia me ha llevado a estar cada vez más preparado y a conocer mejor el mercado. Al final es un ‘win-win’: la gente aprende de mí, y yo me vuelvo cada vez mejor en lo que hago”. Con casi ocho años de trayectoria, Marc logró consolidarse en este sector en poco tiempo. Sobre si todo el mundo debería invertir, lo tiene claro: “Sí, pero con matices. Las criptomonedas son una inversión accesible para todos, aunque también mucho más volátil que otros tipos de activos. Es clave tener la mentalidad adecuada y entender que estamos en una etapa temprana del ecosistema. Por eso, hay que enfocarse en el largo plazo y estar preparados emocionalmente”. A la hora de dar consejos para nuevos inversores, apunta a lo esencial: “Tómate esto como un proceso de aprendizaje, no como una vía rápida para hacer dinero; rodéate de un entorno que te inspire: amigos que estén en cripto, eventos, comunidades... todo suma; y disfruta del proceso. Si solo estás obsesionado con ganar dinero, cuando no lo consigas te frustrarás y acabarás tirando la toalla”. Su mentalidad emprendedora también lo lleva a diversificar. “Me gusta invertir en empresas que conecten tecnología, música electrónica, festivales e inteligencia artificial. Me apasiona todo lo que une innovación y cultura”, afirma. Además, apuesta por el deporte y el bienestar personal: “Dedico tiempo y recursos a entrenar bien, alimentarme mejor y viajar a lugares donde pueda cuidar mi salud incluso en invierno”.

Marc ha creado TAITIKO, un videojuego donde aprender a invertir mientras juegas. Además, fundó ONCHAN CAPITAL, un club exclusivo que conecta inversores con experiencias únicas, fusionando 'blockchain', formación y comunidad presencial.

TRIBÙ

FLAGSHIP SHOWROOMS
Belgium - Oude Heidestraat 72, Bilzen
Italy - Via Felice Cavallotti 13, Milano
US - 8935 Beverly Boulevard, Los Angeles

ELIO modular sofa & DUNES low tables
by Yabu Pushelberg

TRIBU.COM



KIMPTON LAS MERCEDES

Santo Domingo

**Calle Las Mercedes, 155
@kimptonlasmercedes**

El denominado nuevo tesoro en la Ciudad Colonial redefine el lujo uniendo historia y modernidad en un hotel que invita a vivir la magia de la capital dominicana.

Texto por **JOAN SEBASTIAN**

La Ciudad Colonial de Santo Domingo, reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, es un destino donde la historia se mezcla con la modernidad en un entorno vibrante y cautivador. Este rincón, conocido como la Ciudad Primada de América, combina calles adoquinadas, plazas encantadoras y edificios coloniales del siglo XVI con el dinamismo de una metrópolis moderna. En el corazón de esta joya histórica se encuentra Kimpton Las Mercedes, un hotel que reimagina el lujo y el encanto histórico. Situado en una obra arquitectónica que data del siglo XVI, ofrece una experiencia inolvidable que conecta a los huéspedes con el espíritu único de la Ciudad Colonial. Desde su imponente fachada, que evoca los días coloniales, hasta sus interiores que combinan diseño contemporáneo y detalles históricos, este hotel ofrece una inmersión total en el encanto de Santo Domingo. Sus ciento ocho habitaciones, que incluyen suites con vistas

***Operado por
Iberostar,
complementa la
Ciudad Colonial
con su propuesta
de lujo y encanto
histórico***





Kimpton Las Mercedes combina historia y lujo en el corazón de la Ciudad Colonial. Cócteles en la azotea, una piscina con vistas pintorescas y un gimnasio los siete días de la semana son parte de la experiencia. Este hotel redefine el turismo en Santo Domingo, ofreciendo a los viajeros una estadía única.



El hotel está ubicado a treinta minutos desde el aeropuerto internacional de Las Américas y aproximadamente a dos horas desde el aeropuerto internacional de Punta Cana

espectaculares desde su azotea, están diseñadas para brindar el máximo confort, con amenidades de lujo, wifi gratuito y servicio a la habitación las veinticuatro horas.

Los visitantes pueden disfrutar de una amplia variedad gastronómica en sus tres restaurantes exclusivos (Zola, El Patio y Coral Bar), que ofrecen un recorrido culinario lleno de sabores locales e internacionales. Además, el hotel cuenta con una piscina en la azotea y un gimnasio abierto para quienes buscan relajarse o mantenerse activos. La experiencia en Kimpton Las Mercedes no se limita solo a quienes buscan hospedarse. Sus espacios son ideales para celebrar desde bodas de ensueño has-

ta eventos corporativos, con salones versátiles y servicios personalizados que garantizan momentos inolvidables. Incluso los amantes de los cigarros encontrarán en el Cigar Lounge El Pozo un rincón exclusivo para disfrutar. Más allá de su comodidad y lujo, este hotel invita a explorar la riqueza cultural de la Ciudad Colonial, desde el histórico Parque Colón hasta el majestuoso Alcázar de Colón. La zona también ofrece un mosaico de experiencias con su oferta gastronómica, opciones de compras en centros comerciales y su vibrante vida cultural. Aquí, la historia y la modernidad convergen para ofrecer un refugio inolvidable que cautiva todos los sentidos.



PELAGOS, *precisión que vence lo imposible*

Texto por DÉBORA RODRIGUES LOPES

En el corazón salvaje e imponente de los Alpes, una aventura extrema revela un reloj robusto e infalible, a la altura del desafío. Morgan Bourc'his se sumerge bajo el hielo con el TUDOR Pelagos en la muñeca, un instrumento de precisión y resistencia que supera los límites. Más que un reloj, es el alma del buceo libre en las condiciones más extremas.



Cuando Morgan Bourc'his se lanza a las aguas heladas, bajo el manto implacable de los Alpes, está solo con su cuerpo y una máquina excepcional: el TUDOR 'Pelagos'. Este reloj no es solo un accesorio, es un compañero infalible, diseñado para quienes desafían sus propios límites y buscan la perfección en la adversidad. Ligero y resistente, gracias a su caja y brazalete de titanio, el 'Pelagos' ofrece una hermeticidad de hasta quinientos metros, una invitación a explorar las profundidades más peligrosas con total confianza. Su válvula de helio patentada garantiza que este reloj

permanece intacto en entornos de alta presión, mientras que el bisel de cerámica, con índices recubiertos de 'Luminova', asegura una legibilidad perfecta incluso en la oscuridad absoluta de las aguas alpinas. En su interior late el calibre de manufactura MT5612, con una impresionante reserva de marcha de setenta horas y certificación COSC, un símbolo de precisión y fiabilidad que convierte al 'Pelagos' en una auténtica máquina del tiempo. En 2015 se alzó con el codiciado premio Sports Watch en el Grand Prix d'Horlogerie de Genève, un reconocimiento a su robustez



Creado para resistir donde pocos se atreven a ir. En el límite entre el cuerpo y el abismo, el TUDOR 'Pelagos' es firme, preciso e impactante. Un aliado para quienes viven sin concesiones y transforman lo imposible en conquista



e innovación que refuerza aún más su aura legendaria. Para Morgan es más que un instrumento técnico: es la certeza de que el tiempo está de su lado, incluso cuando la naturaleza impone sus desafíos más extremos. Son la fuerza bruta y la elegancia sutil lo que hacen de este reloj una pieza irresistible para todos aquellos que valoran la excelencia, la aventura y la distinción. Además de resistencia y precisión, el TUDOR 'Pelagos' destaca por su equilibrio entre innovación tecnológica y diseño atemporal. Cada detalle ha sido concebido para ofrecer

confort y funcionalidad, sin sacrificar la elegancia de la alta relojería. Esta combinación lo convierte en una pieza versátil, capaz de acompañar tanto las aventuras más radicales como los momentos de sofisticación del día a día, reflejando la personalidad de quien lo lleva con confianza y determinación. No es solo un testimonio de la capacidad humana para superar barreras: es una oda a la perseverancia y al estilo, una pieza que se impone con naturalidad en la muñeca de quien valora la excelencia, la autenticidad y la conquista de sus propios desafíos.



CASAS DEL XVI

Santo Domingo

C. Padre Billini No. 208, Ciudad Colonial
www.casasdexvi.com

La integración de elementos de lujo garantiza al huésped que alojarse en la Casa del Pozo sea una experiencia única. Cada elemento está pensado para ofrecer una vivencia sensorial, donde la historia antigua de la casa y la vida moderna coexisten de manera armoniosa.

Texto por **KARLA ALCÁNTARA**

CASA DEL POZO

Casa del Pozo, ubicada en la calle Padre Billini, y perteneciente al hotel Casas del XVI, es una edificación con una rica historia que data del mismo siglo. A través de los siglos, la casa ha experimentado múltiples transformaciones y restauraciones, pero ha mantenido una profunda conexión con su pasado colonial, lo que la convierte en un testimonio vivo de la evolución arquitectónica de la ciudad. Esta casa, que abarca un área de cuatrocientos noventa metros cuadrados distribuidos en un solo nivel, ha sido cuidadosamente restaurada para preservar sus características originales mientras incorpora elementos contemporáneos, fusionando de manera única lo antiguo con lo moderno. Este establecimiento es una de las tantas joyas arquitectónicas que componen la Ciudad Colonial de Santo Domingo, un sitio que fue designado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1990. La ciudad, fundada en 1496, se caracteriza

Cada habitación, cada salón y cada rincón han sido cuidadosamente diseñados para ofrecer el máximo bienestar a los huéspedes

por su increíble conservación de estructuras coloniales, y Casa del Pozo no es una excepción. Durante el siglo XVI formaba parte de un complejo urbano mucho más amplio, vinculado a los orígenes del asentamiento español en el Nuevo Mundo. En sus primeros años fue una propiedad de importancia estratégica, situada en una de las principales vías de la propia ciudad. Lo que originalmente fue una mansión colonial, con una arquitectura majestuosa y de-

El patio, rodeado por las paredes de la casa, es el corazón del diseño y el centro alrededor del cual se organizan los diferentes espacios de la residencia. Este patio es un claro ejemplo de la conexión entre lo viejo y lo nuevo, ya que no solo refleja la estética colonial, sino que también se integra a la vida cotidiana a través de su diseño funcional.



El concepto detrás de la restauración de Casa del Pozo es preservar lo antiguo mientras se incorpora lo nuevo, y crear un espacio que celebre la historia de la casa

talles de gran valor histórico, la casa ha sido restaurada y adaptada para los estándares contemporáneos. No obstante, la esencia de su origen ha sido cuidadosamente preservada, lo que le otorga un carácter único y un atractivo incomparable tanto para los turistas como para los locales que buscan una conexión profunda con la historia de la ciudad. Una de sus características más destacadas es, precisamente, su nombre. El pozo que da título a la casa ha sido un elemento fundamental en su restauración. Originalmente, el pozo servía como una fuente de agua vital para los habitantes de la casa y de la vecindad. Fue cuidadosa-

mente restaurado y ahora forma parte del diseño de una moderna piscina tipo 'plunge pool', que complementa perfectamente la arquitectura colonial. La restauración fue una tarea compleja, pero que se llevó a cabo con un profundo respeto por la historia y los materiales originales. El pozo, uno de los elementos más representativos de la casa, fue integrado al diseño de la piscina, creando una fusión perfecta entre el pasado y el presente. El objetivo de la restauración no fue solo devolver la casa a su esplendor original, sino también crear un ambiente que reflejara la vida moderna sin perder la esencia colonial.

SIGNOS DE IDENTIDAD

Texto por **ALTAGRACIA MORA**

CENTRO LEÓN

Av. 27 de Febrero 146,
Santiago de los Caballeros, 51053,
República Dominicana
www.centroleon.org.do
@centroleonrd

En Santiago de los Caballeros, el Centro León invita a detener el tiempo y sumergirse en las raíces más profundas de la dominicanidad con su muestra permanente 'Signos de identidad'. Un rito de contemplación que conduce a un viaje sensorial, donde el pasado se entrelaza con el presente, entre piezas de colección arqueológica, sabores y costumbres que configuran la identidad dominicana y celebran la riqueza cultural e histórica que la define.



En una arquitectura sobria y una atmósfera serena y cuidada, el Centro León no se presenta como un espacio expositivo cualquiera, es una representación tangible que celebra las raíces, el arte y la cultura dominicana a través de muestras temporales de arte contemporáneo y clásico de artistas locales y exposiciones permanentes como 'Signos de identidad', un despliegue envolvente dedicado al alma de la República Dominicana. Esta exposición guía a los visitantes por un recorrido inmersivo a través de los distintos ámbitos que narran los orígenes dominicanos: desde los inicios geológicos de la isla hasta su vida urbana actual, pasando por el universo taíno, los sabores ancestrales del mestizaje y los ritos que

marcan la cotidianidad del pueblo dominicano. Cada sala es una escena vívida que se muestra de manera dinámica, combinando sonidos, ilustraciones digitales, objetos e imágenes que transportan al espectador a una experiencia auténtica. Como la instalación del sancocho, un 'videomapping' que fusiona ingredientes, sabores y afectos que definen a un pueblo, y la sala de los vendedores típicos, ofreciendo productos insignias del territorio. Esta muestra es considerada una de las propuestas museográficas más innovadoras de América Latina. Reconocida por especialistas internacionales, ofrece una experiencia cultural genuina, que honra y revela la riqueza de la cultura dominicana.

**Una
experiencia
íntima a través
de las huellas,
los colores y
las costumbres
que dan forma
al alma de
la identidad
dominicana**

FOLIA



Maison de parfums d'intérieur
eu.baobabcollection.com



B a o b a b
COLLECTION



TAINO BEACH LOFTS

El Valle (Samaná)

El Valle Road, Km9. Samaná, 32000
www.tainobeachlofts.com

Escondido en el corazón de la selva del valle de Samaná, este exclusivo resort combina una experiencia única de desconexión y confort frente a la exquisita playa El Valle.

Texto por **YARELI PARRA**

En un entorno virgen de exuberante vegetación, a solo once kilómetros de la península de Samaná, se encuentra Taino Beach Lofts, un refugio de paz que redefine el concepto de hospedaje sostenible sin renunciar al confort. Su atmósfera, armonizada por el susurro de los árboles que lo rodean y el murmullo del mar, apenas a unos pasos, ofrece a sus huéspedes el verdadero lujo de una calma protagonizada por la naturaleza en su estado más puro. Este complejo 'boutique' está conformado por siete habitaciones distribuidas en distintas estructuras: Jungle Room, con dos lofts de ocupación doble y vista al mar; Rock Room, con tres habitaciones que cuentan con balcón privado y vistas a la vegetación tropical; y Taino Apartments, dos apartamentos pensados para estancias prolongadas, ideales para quienes buscan una experiencia de trabajo remoto en un escenario único, tranquilo e inspirador. Cada espacio está equipado con todo lo necesario para una estadía placentera, desde amplias camas



***En este oasis
brilla el lujo de
la calma entre la
jungla tropical y el
mar turquesa del
valle en Samaná***





Cada loft ha sido diseñado para brindar el máximo confort, logrando un equilibrio entre modernidad y sostenibilidad, respetando el paisaje circundante



Taino Beach Lofts ofrece una propuesta de estancia íntima y consciente, con un diseño minimalista y cuidado, en plena selva caribeña de la península de Samaná. Un refugio donde el descanso y la desconexión están garantizados para conectar con los rincones más vírgenes y auténticos del paisaje tropical.



‘king size’ hasta agua caliente, conexión a wifi y aire acondicionado, complementado por un servicio de desayuno servido cada mañana con productos frescos locales. Todas las estancias están pensadas para que el huésped se sienta en sintonía con el entorno natural sin renunciar a la comodidad, y aunque cada una brinda una propuesta distinta, todas comparten un mismo espíritu: una conexión profunda con el paisaje circundante, que invita a valorar la belleza de lo esencial en un ambiente de sencillez, elegancia y armonía, donde el tiempo parece fluir a un ritmo más pausado.

Cada rincón de Taino Beach Lofts está concebido para el descanso. Su diseño de estética minimalista es realizado con detalles de inspiración local y texturas naturales, creando una atmósfera serena, perfecta para practicar yoga, meditación o simplemente dejarse llevar por la tranquilidad del lugar. Esta vivencia se completa con un panorama excepcional frente a la playa El Valle,

un espacio virgen de aguas turquesas con palmeras que adornan el paisaje, creando una postal perfecta del lugar. Bajo un escenario que invita a los viajeros a perderse en su entorno con largas caminatas, mientras descubren sus tesoros más escondidos entre la arena y la selva. Para quienes desean explorar más allá de los alrededores de Taino Beach Lofts, el alojamiento ofrece excursiones que te sumergen en el encanto de la provincia de Samaná, con visitas al Salto Limón, avistamiento de ballenas jorobadas, travesía por el Parque Nacional Los Haitises y recorridos en lanchas por las paradisíacas playas cercanas. Ya sea cargarse de la energía de la naturaleza, encontrar un descanso de la vida cotidiana o la búsqueda de algo diferente a lo habitual, este oasis es más que un hospedaje: es una experiencia sensorial y terapéutica que acaricia los sentidos y serena la mente, donde el tiempo se diluye entre días de paz, sumergidos en el azul del mar y el verdor de los árboles.



FIXIE LOFTS SLOW LIFE VILLA

Santo Domingo

C. Arzobispo Meriño, 314. Ciudad Colonial
www.fixielofts.com

Entre los muros del hospital más antiguo del Nuevo Mundo nace este retiro fiel a la filosofía 'slow life', donde su diseño respira historia y transmite calma.

Texto por **ALTAGRACIA MORA**



En la Ciudad Colonial de Santo Domingo, parte de los restos del Hospital San Nicolás de Bari, el más antiguo de América, se erige con nueva vida. Allí nace Fixie Lofts, un alojamiento poco convencional donde el lujo se redefine a través de la autenticidad, la sencillez y el respeto por la historia, bajo el concepto 'slow life'. El proyecto surge a partir de la visión de la pareja española José Luis Mejías y Meyling Wetto, quienes, al adquirir una propiedad en ruinas, jamás imaginaron que entre sus muros hallarían una pieza esencial de la historia del Nuevo Mundo. Durante más de dos años llevaron a cabo una restauración meticulosa que devolvió el alma al edificio, transformándolo en una joya arquitectónica que honra su legado histórico sin renunciar al confort contemporáneo. Como resultado siete lofts, donde los huéspedes pueden desconectarse y vivir su estadía con armonía, o bien alquilar la villa completa, ideal para familias numerosas o grupos de amigos. Cada espacio ofrece una estética acogedora, con materiales en su estado más puro y tonos terrosos que invitan a la calma y al bienestar sensorial. Las habitaciones, cálidas y envolventes, destacan por sus detalles artesanales: ratán



En este lugar la historia colonial cobra vida con un diseño contemporáneo en el corazón de Santo Domingo



Más que un alojamiento, **Fixie Lofts es un lugar que rinde homenaje a la historia, al diseño auténtico, a los artesanos locales y a la valoración de los ritmos pausados en pleno centro de la ciudad de Santo Domingo.** Es un retiro que invita a reconectar con lo esencial en un espacio donde cada rincón tiene alma y honra su pasado sin renunciar al confort del presente.



tejido a mano, caoba reciclada, barro y baldosas de concreto fabricadas por artesanos locales. Cada rincón exhibe una belleza atemporal, alejada de tendencias pasajeras. La arquitectura equilibra elementos originales de su historia del siglo XVI con toques contemporáneos como las ventanas industriales, escaleras de hierro, un patio interior con jardín tropical y una piscina cubierta que invitan al descanso y la con-

templación. Alojarse en Fixie Lofts es vivir una experiencia de encanto sereno, donde se respira arte, historia y gastronomía. Pasear por las calles adoquinadas, en bicicleta o a pie, mientras se descubren los lugares asombrosos del entorno, es parte del ritual. Aquí se regala a los huéspedes el lujo de la paz, el disfrute pausado, la conexión con la cultura y la historia, que sigue latiendo entre muros centenarios del edificio.

***Un retiro
'slow life' que
destaca por su
autenticidad,
artesanía local y
paz entre muros
centenarios***



MAESTROS DE LAS ARTES VISUALES

Colección Banco Popular Dominicano

Texto por JOAN SEBASTIAN

CENTRO CULTURAL TAÍNO CASA DEL CORDÓN

C. Isabel la Católica esquina Emiliano Tejera
Santo Domingo, República Dominicana, 10212
www.casadelcordon.com
© @casadelcordon

Esta exposición rinde homenaje a veinticuatro artistas clave en la historia del arte nacional, cuyas obras trazan un recorrido desde los inicios del siglo XX hasta la actualidad, combinando tradición, modernidad y contexto dominicano.



La muestra ‘Maestros de las artes visuales en la Colección del Banco Popular Dominicano’ representa un homenaje a la evolución del arte dominicano desde los inicios del siglo XX. Es también una reivindicación del talento de veinticuatro artistas fundamentales en la construcción del imaginario cultural nacional. Curada a partir del fondo patrimonial del Banco Popular, incluye pintura, escultura, dibujo y cerámica, y traza un recorrido por los cambios técnicos y estéticos que marcaron las artes visuales del país. Muchas de las obras expuestas fueron creadas por artistas formados en la Escuela Nacional de Bellas Artes, fundada en 1942, donde convergieron influencias del cubismo, el surrealismo y la abstracción, adaptadas a una identidad local profundamente dominicana. Uno de los aportes más significativos es el diálogo que establece



Una exposición que revela cómo el arte dominicano absorbió las vanguardias internacionales sin perder su identidad

con el contexto histórico. La llegada de artistas exiliados —españoles y judíos centroeuropeos que huían de la Guerra Civil española y de la Segunda Guerra Mundial, respectivamente— durante los años cuarenta significó una revolución cultural que redefinió la pedagogía y la práctica artística nacional. Así, la exposición no solo es un testimonio estético, sino también histó-

co y social. Con obras destacadas como ‘El moro’ de Arturo Grullón o ‘Fragmentos de un mural’ de Eligio Pichardo, la colección invita a reflexionar sobre el legado de los maestros que marcaron el camino para generaciones futuras. El Banco Popular, al compartir este acervo, contribuye a preservar y difundir una parte vital del patrimonio artístico del país.



**Your forever young feeling.
Find yours in a Hästens.**

Experience this feeling in your
nearest Hästens store.

[HASTENS.COM](https://www.hastens.com)

Photography Simon Procter

HÄSTENS STORE MADRID

Tel: +34 910 686 349 | Email: hastensmadrid@worldelitebrands.com



TODOBLANCO

Las Galeras (Samaná)

www.hoteltodoblanco.com

En un rincón de la paradisíaca provincia de Samaná, este hotel se expresa como una joya de estilo arquitectónico colonial frente al mar. Un acogedor oasis natural donde la calma y la elegancia se entrelazan para ofrecer una experiencia cargada de energía y relajación.

Texto por YARELI PARRA

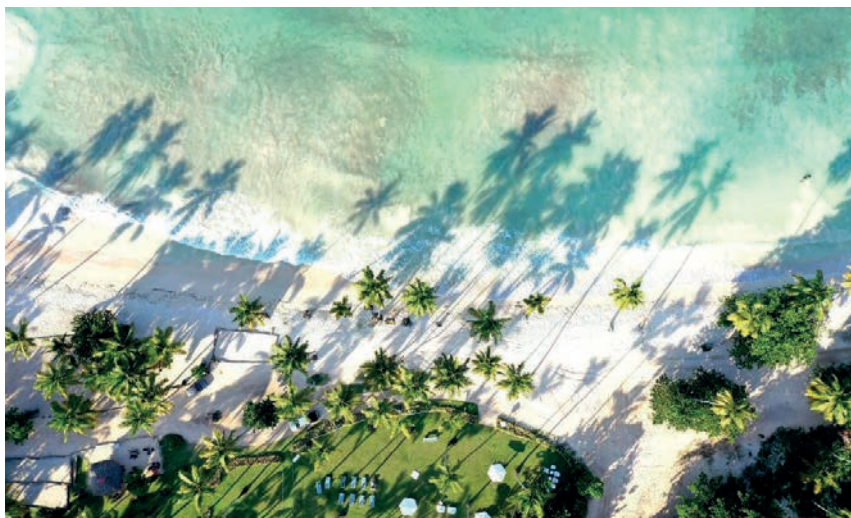
Localizado en primera línea de Playa Grande, en Las Galeras, Samaná, TODOBLANCO se alza como un paraíso tropical de desconexión y placer. Con apenas ocho habitaciones, este hotel 'boutique' destaca por su arquitectura colonial, donde el blanco domina la escena, aportando un aire acogedor y sereno, realzado por sus jardines tropicales y las deslumbrantes vistas al mar que regala desde todas sus estancias amplias y luminosas. Cada habitación combina un estilo 'pop' de los años setenta, con techos altos, suelos de baldosas de barro y mobiliario en tonos pastel que aportan un toque alegre y desenfadado. Los baños, recientemente renovados, incorporan materiales autóctonos como la piedra coralina, agradable al tacto y perfecta para disfrutar una ducha refrescante y revitalizante frente a un mirador de cristal que permite contemplar el mar. Cada espacio ha sido diseñado para ofrecer máximo confort y seguridad, disponiendo de wifi de fibra óptica, mosquiteras,

cajas fuertes y neveras, todo pensado para asegurar una estancia placentera.

TODOBLANCO ofrece mucho más que alojamiento, es sumergirse en un entorno donde la calma y la armonía envuelven cada instante. Aquí, cada momento del día se tiñe en diferentes matices mientras el mar, eterno protagonista, ofrece su música natural como banda sonora de cada jornada. Además del alojamiento, el hotel dispone de servicios de masaje, traslados privados a los aeropuertos y excursiones en lanchas exclusivas para descu-

Un santuario frente al mar turquesa donde el estilo colonial, la calma y la naturaleza se entrelazan

El Hotel TODOBLANCO ofrece un espacio íntimo con un aire de serenidad en un área única de Playa Grande, Las Galeras. Entre sus jardines tropicales y el mar infinito, combina una arquitectura acogedora, una ubicación inmejorable y un servicio atento, creando una experiencia exclusiva e inolvidable. Es el destino ideal para quienes buscan desconectar del ajetreo de la ciudad y disfrutar de un paraíso único en su tipo.



El hotel seduce con sus habitaciones frente al mar, baños de piedra coralina, espíritu sostenible y una ubicación inmejorable en Las Galeras



brir playas secretas y rincones escondidos de incomparable belleza. Su ubicación privilegiada, a tan solo tres minutos a pie de la animada calle principal de Las Galeras, permite acceder fácilmente a restaurantes, bares, cafeterías, supermercados y farmacias. Desde el cercano embarcadero parten, asimismo, excursiones hacia joyas naturales como Playa Rincón, considerada una de las más hermosas del mundo. TODOBLANCO también expresa un firme compromiso con la sostenibilidad, evitando el uso de plásticos de un solo uso, fomentando el consumo respon-

sable de recursos y promoviendo entre sus huéspedes una actitud de respeto hacia el entorno natural. Este refugio no solo regala experiencias inolvidables en un entorno mágico, sino que también invita a vivir de forma más consciente, donde la naturaleza es la verdadera protagonista. Rodeado del entorno virgen de Las Galeras, el hotel no solo ofrece una estancia de ensueño, sino que incluso deja recuerdos imborrables, envueltos en la maravilla de los paisajes caribeños, el rumor eterno del océano y la autenticidad de un paraíso aún por descubrir.



Tenú es la fusión de la cocina creativa que transmite la calidez de las raíces dominicanas en un ambiente acogedor



TENÚ

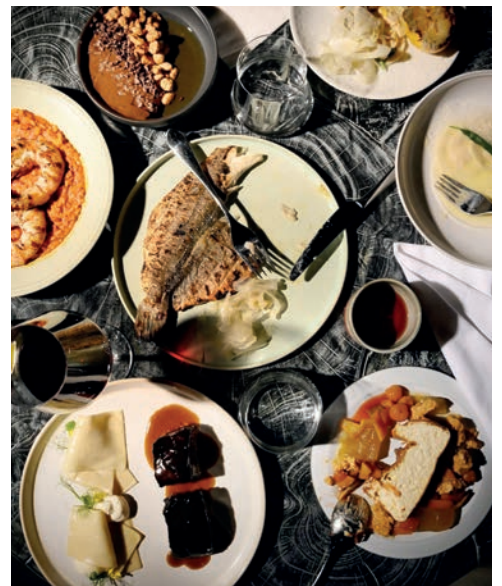
Santiago de los Caballeros

Calle 1ra Esq, C. Ramón Asensio, 1
@tenu.restaurant

Santiago de los Caballeros revela una joya culinaria: un santuario gastronómico que entrelaza la cocina creativa internacional con raíces locales, en un ambiente refinado y vanguardista, donde cada espacio invita a vivir una experiencia única.

Texto por **ALTAGRACIA MORA**

Ubicado en una de las zonas más reconocidas de Santiago de los Caballeros por su efervescente escena gastronómica, Tenú Restaurante emerge como un espacio donde lo cotidiano se transforma en una gran experiencia. Aquí, cada plato y cada gesto se viven y se saborean con intensidad. Fruto del profundo amor por la cocina y su ciudad, el chef Gabriel Tejada da vida a una propuesta de autor que condensa sus vivencias internacionales, entre ellas su paso por Central, considerado el mejor restaurante del mundo, con las raíces locales que definen su identidad. Así surge Tenú: una fusión íntima de sus apellidos, Tejada y Núñez, transformada en experiencia sensorial que se refleja en cada uno de sus espacios, diseñados con una estética sofisticada y detalles coloridos que aportan frescura. Cada ambiente responde a los gustos de los comensales: desde la terraza principal, con un aire relajado junto al bar, hasta el salón para fumadores, el salón íntimo, la terraza lateral y otros espacios ideales para celebraciones. Todo se realiza con una propuesta culinaria que rinde homenaje a la riqueza de los ingredientes locales y a la creatividad, con platos como el chicharrón con láminas de yuca, el ceviche clásico con arepitas de maíz, el ceviche caliente, los 'raviolis' de batata, los 'gnocchis' de pastel en hoja y el arroz cremoso de butifarra. Más que un restaurante, Tenú es un destino gastronómico donde se experimentan culturas en un solo plato, con autenticidad y pasión.



my home is ME

MERIDIANI

Max, Design Andrea Parisio





Foto: @champagnetaittinger

Cada puntada arraigada en una herencia de maestría y 'savoir faire'. La etiqueta 'Taittinger made in France' no es solo una marca de origen; es un compromiso con la excelencia, un emblema de artesanía sin concesiones.

UN PODER DE ATRACCIÓN IRRESISTIBLE

Texto por ALICIA SENABRE

En el corazón de Champagne, donde la tierra respira historia y las vides se enredan con el tiempo, la casa Taittinger ha tejido su propio destino. Su director general, Clovis Taittinger, brilla con la honestidad de quienes han trabajado la tierra con respeto y la integridad de quienes entienden que el verdadero lujo no está en la ostentación, sino en la dedicación y el amor por los demás. Lo consigue con paciencia, visión y la convicción de que lo invisible hoy será tangible mañana. El champán Taittinger no es solo una bebida, es un lenguaje, un diálogo entre generaciones, un compromiso con sus raíces y un homenaje a los valores que han guiado su historia.

LA historia de la familia Taittinger y sus bodegas se entrelaza con la región de Champagne, una tierra con una tradición vinícola que se remonta a la época romana, donde mantiene un vínculo simbólico con la aristocracia medieval. Fundada en 1734 por Jacques Fourneaux, la 'maison' Taittinger ha sabido mantener el legado de excelencia y el 'savoir faire' en la elaboración del champán. A lo largo de los siglos, la empresa ha consolidado su prestigio, convirtiéndose en una de las grandes referencias del sector. Pero más allá del reconocimiento, Taittinger representa una forma de entender la vida con respeto por la tradición, una búsqueda constante de la perfección y un profundo sentido de humanidad que impregna cada etapa de su producción. Clovis Taittinger representa esta filosofía de vida, en la que la grandeza del vino comienza, siempre, con la de quienes lo crean. Porque para elaborar un gran vino, antes hay que ser una gran persona. Nacido en Chamonix, al pie del majestuoso Mont Blanc, creció rodeado de naturaleza y de la calidez de una familia que no le impuso continuar con la empresa familiar. Sin embargo, el universo mueve sus hilos para crear circunstancias y oportunidades que parecen orquestadas por una fuerza invisible: cuando la compañía fue vendida y luego recomprada, la historia pareció llamarle de nuevo. "Fue una señal del destino", afirma Clovis con convicción. Uno de esos cruces de caminos se

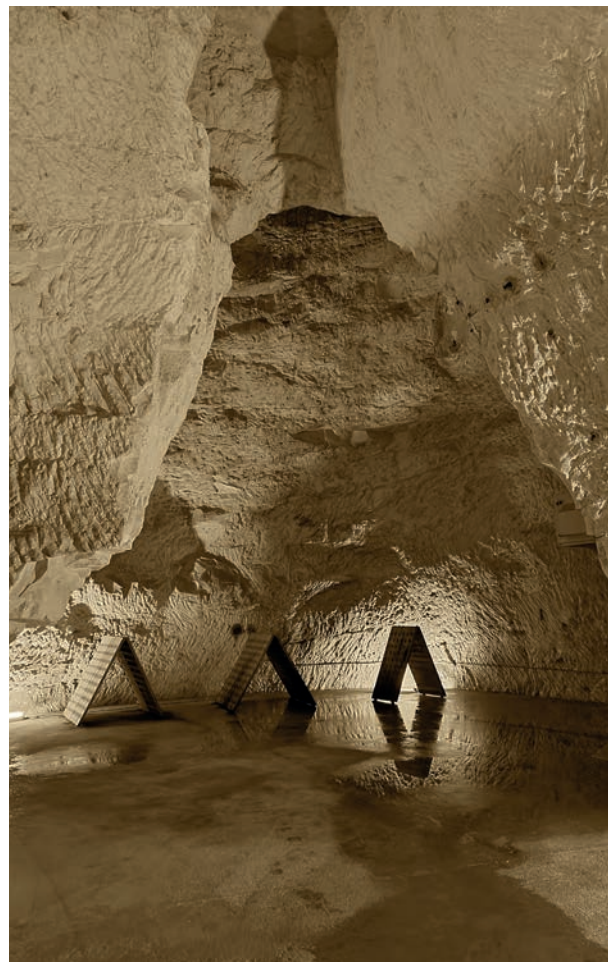


Clovis Taittinger, director general adjunto en Taittinger, y Manuel Costiña, chef y propietario de Costiña (2 estrellas Michelin), conversando sobre el significado de 'la esencia de lo esencial' durante el 85.º aniversario de Retiro da Costiña.





***“¡Champagne tiene algo universal
que ningún otro vino tiene!”
Clovis Taittinger***



produjo en el octogésimo quinto aniversario del restaurante Retiro da Costiña, donde el propio Clovis se encontró con Manuel Costiña, chef y propietario del renombrado establecimiento gallego, y protagonizaron un encuentro en el que la pasión por la excelencia y la autenticidad se convirtieron en el lenguaje común de dos almas emprendedoras. Desde el primer momento, la conversación entre ambos reveló un mutuo reconocimiento: dos hombres, dos visiones, un mismo espíritu. Ambos comparten una raíz común: la tradición familiar. Manuel recordó su infancia en Santa Comba, siempre cerca de la cocina, con el aroma de un cocido en la cocina bilbaína de su abuela. Clovis evocó los otoños en Chamonix, los paseos con sus hermanas entre los colores del monte y las cenas familiares junto al fuego. Ambos aprendieron que el esfuerzo, el compromiso y el amor por lo auténtico son los cimientos sobre los que se edifica cualquier emprendimiento. Clovis ha sabido trasladar esa herencia a su labor en Taittinger, convirtiendo cada botella en un testimonio de historia, paciencia y pasión. Los dos coinciden en acentuar la importancia de la independencia. En un mundo dominado por grandes corporaciones, Clovis defiende con fervor la autonomía de su empresa. Para él, la verdadera grandeza no reside en la magnitud de una compañía, sino en su capacidad de permanecer fiel a sus valores, de mantener un vínculo auténtico con la tierra y con la gente que la rodea. El chef gallego compartió esta ideología: “Nosotros necesitamos la libertad de ser nosotros mismos”. Y Clovis respondió: “Cuando eres independiente puedes crear una realidad más positiva y más generosa”, demostrando así su compromiso con crear una realidad más humana, más conectada con la vida. Bajo su dirección, Taittinger ha sabido preservar su alma, cada botella es el reflejo de una tradición viva, donde la reputación no se mide solo en la calidad, sino además en la huella humana que la moldea. Manuel lo comprende, porque en la gastronomía también hay una verdad inmutable: lo más difícil no es cocinar un plato perfecto, sino evocar un recuerdo, un instante irrepetible. Del mismo modo, Clovis sabe que el champán no es solo una bebida, sino un símbolo de celebración y de memoria. La vendimia no es solo una cosecha, es un latido compartido, un festejo que se extiende más allá de los campos y las estaciones; incluso cuando hay lluvia, siempre hay motivos para brindar. Esa es su doctrina: encontrar la belleza en cada momento y transformar cada día en una oportunidad para crear algo excepcional.

A veces, los encuentros más significativos no son planificados, sino que surgen en el momento justo, y así ocurrió en esta reunión. Cuando Manuel tuvo que elegir un plato que lo representara confesó lo siguiente: “Yo no sería un plato. Sería una bebida. Sería champán”. Y es que asocia su felicidad a esos momentos de desconexión y celebración, donde una copa burbujeante es la mejor compañera. Clovis se identificó con el ‘Brut Réserve’ de Taittinger. “Es el más común, pero el más difícil de hacer. Es un champán de confianza, de valor. No hay sorpresas: siempre es elegante”, asevera. Sus palabras son una metáfora perfecta de su propia manera de entender el mundo: las cosas más sencillas como reír, compartir, vivir... son

Bajo la tierra calcárea de Reims, en catedrales de tiza esculpidas por siglos de historia, duermen los vinos de Taittinger, como guardianes de un tiempo suspendido

Ser parte de una firma familiar es sostener en las manos el testimonio de generaciones, el legado de quienes antaño caminaron por los viñedos con la misma devoción





***En cada chispa
resuena el eco del
pasado, el susurro
de los condes de
Champagne, el oro
de los campos y la
esencia de la tierra***



Foto: @champagnetaittinger

Estos brillantes carretes de oro son el corazón de la colección 'Cápsula' de Taittinger. Precisión, movimiento y un toque de brillo se unen para crear pura energía de alta costura.

***Clovis Taittinger es un
puente entre siglos que
respira tradición y la
renueva para mostrar que
el champán es, ante todo,
un lazo entre personas***

a menudo a las que menos atención prestamos; y de su personalidad el sinónimo de consistencia, de calidad inquebrantable, de una presencia que nunca defrauda. Clovis no solo elabora vinos, cultiva encuentros, transforma momentos y teje conexiones que trascienden lo meramente empresarial, como ocurrió en esta notable charla donde Clovis y Manuel transformaron cada momento en una celebración del arte de vivir. Hablar de Clovis Taittinger es hablar de la sexta generación de una de las casas de champán más prestigiosas del mundo. Su presencia es como un gran vino: profunda, envolvente, con un magnetismo que no se impone, sino que seduce, dejando

en el alma el eco de su humanidad sincera. Se ha convertido en embajador de una marca que no solo produce champán, sino que destila historia, cultura y autenticidad. No se trata solo de elaborar un champán excepcional, sino de transmitir una manera de entender la vida, una forma de celebrar la belleza de los momentos compartidos, de brindar por el presente sin perder de vista el legado del pasado y la promesa del futuro. Porque el verdadero éxito no solo se mide en cifras, sino también en la capacidad de influir positivamente en el entorno y de construir un futuro más humano, auténtico y próspero. Clovis, con su visión humanista, entiende que el vino no es solo una bebida, sino incluso un símbolo de conmemoración, de la esencia misma de la vida. Cada copa de Taittinger es un viaje sensorial, una evocación de paisajes, historias y emociones; emana esa luz dorada inconfundible que convierte cada botella en una obra de arte.





STEP INTO THE FUTURE WITH A TIMELESS STYLE



Montecore

BEYOND TIME

Victoria Vallenilla

Texto por KARINA SÁNCHEZ • Fotografías cedidas por RESTAURANTE COYA MONTE-CARLO

Una de las mujeres más importantes en la gastronomía de Mónaco ha sido nombrada la primera mujer chef en la historia de Monte-Carlo Société des Bains de Mer, uno de los principales actores del sector del lujo en Europa. Lidera uno de los restaurantes más visitados por las celebridades, el COYA MONTE-CARLO, un lugar de lujo con ambiente refinado y moderno, que combina perfectamente la vida cosmopolita de la Riviera francesa.

Nacida en Caracas, Victoria Vallenilla creció entre la Isla de Margarita y Barquisimeto. Su amor por la cocina la llevó a dar grandes pasos. Inició su carrera cuando apenas tenía diecinueve años. Estudió cocina en Niza, especializándose en la gastronomía de lujo, y participó en el concurso televisivo 'Objectif Top Chef' en Francia. Además, a sus veintisiete años logró convertirse en la primera mujer chef de la historia de Mónaco. Desde allí comenzó una carrera llena de aventuras, desafíos y oportunidades. "Comencé a trabajar en un palacio en Francia, en una brigada de treinta y cinco personas. La mayoría eran hombres, no había muchas mujeres en la cocina. Quise explorar Mónaco, y aunque no lo vi como una forma de ganar dinero, lo enfoqué como una manera de aprender técnicas culinarias con los mejores chef del mundo. Mi ascenso fue muy rápido. Empecé a trabajar en COYA Monte-Carlo, un restaurante peruano, y estamos más acentuados en la gastronomía asiática, con cocina 'nikkei'. Nosotros fuimos la segunda marca que llegó a Montecarlo, crecimos bastante. Mónaco ahora está tratando de ser más internacional, en traer nuevas marcas", explica.

¿Se puede decir que eres una de las mujeres más influyentes en la cocina de Mónaco?

Cuando me dieron la responsabilidad decidí cambiar la imagen del chef. No tengo ego, el primer año fiché a varias personas, un 60 % eran mujeres. Yo cambié los códigos en mi cocina. He trabajado en restaurantes con estrellas Michelin y sé que tienen mucha presión y un protocolo que deben cumplir, pero el cliente no quiere eso, ellos no entienden los estándares





Restaurante Coya (Monte-Carlo)



Restaurante Coya (Monte-Carlo)

de la cocina. He comprendido que el cliente solo quiere venir un fin de semana a comer y a relajarse. Para nosotros es muy importante la cercanía con los clientes, en nuestros restaurantes el camarero puede hablar con el cliente, saludarlo, llamarlo por su nombre, mientras que en otros restaurantes no está permitido. Nosotros somos transparentes y ellos lo agradecen. Yo les digo que pueden entrar en la cocina y ver cómo preparamos sus platos. La cocina es un negocio y Mónaco es el país con mayor densidad de millonarios por metro cuadrado, pueden considerarse entre los más ricos del mundo. Eso para mí es más importante, me gusta que el restaurante haga dinero. Hoy en día vendemos más que muchos restaurantes con estrellas Michelin. En el mundo de la cocina no es común vender tres kilos de caviar, a menos que sea algo especial. Aquí me dieron libertad para hacer muchas invenciones, soy muy curiosa, y eso me da más libertad. Un día llegué a servir un 'wagyu' japonés que cuesta ochocientos euros, y un 'steak' con una guasacaca venezolana. Estoy sirviendo guasacaca a todos mis clientes. Cuando veo a Michael Jordan comerse los chicharrones de pollo mezclados con guasacaca, o a Jennifer López y a Ben Affleck, que también comieron mis empanadas, para mí es un orgullo.

¿Cómo nace el proyecto TAERA? Ese viaje culinario que nos trasladó a Venezuela desde la ciudad de Montecarlo... TAERA fue una experiencia muy bonita. Alain Ducasse, uno de los padres de la gastronomía francesa me propuso hacer un 'pop-up', un restaurante efímero. Él quería que hiciera algo que se pa-

reciera a mí. Yo deseaba hacer una muestra de la cocina venezolana. No estaba muy convencido, pero finalmente le gustó la idea. Creamos un menú lleno de muchos recuerdos, yo quería que me supiera a Guadalupe mi nana. La decoración fue muy colorida, sin meter el amarillo, azul y rojo, pero que se pareciera a Venezuela, desde la arquitectura hasta la música. Los platos los diseñé en cerámica hechos a mano, recreamos la biodiversidad a través del arte. Quiero que nosotros los venezolanos resalte-mos por cosas positivas, somos gente muy trabajadora que hacemos cosas interesantes.



“Cuando veo al príncipe Alberto de Mónaco comerse una empanada venezolana y agarrarla con las manos, te das cuenta que la cultura no está mezclada con el protocolo”

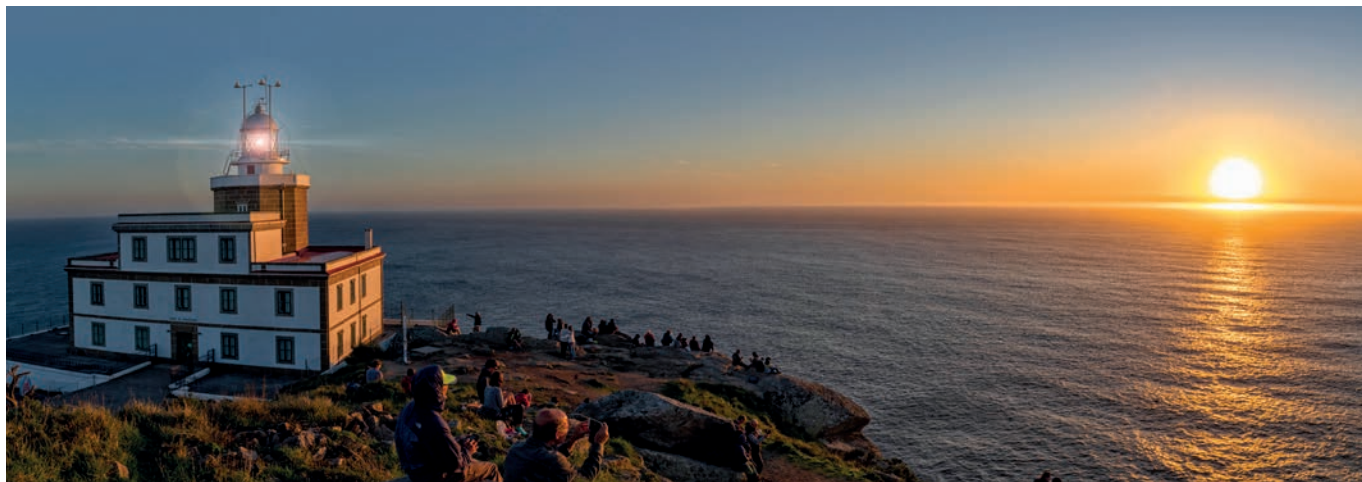


Faro de Illa Pancha (Ribadeo)

La guía de la luz

Texto por **BELÉN ARCE** • Fotografía por **ADOLFO ENRÍQUEZ**

En Galicia, donde el mar es alimento y horizonte, nace una obra literaria que guía tanto a la vista como al paladar. 'La guía de la luz. Faros de Galicia y su gastronomía', de Adolfo Enríquez, es una obra que enciende la costa atlántica a través de sus faros. Página tras página es una invitación a descubrir el litoral gallego, desde su arquitectura luminosa hasta sabores que definen su esencia.



Faro de Finisterre

***Toda una ruta por faros
que también es una guía
gastronómica, con platos
diseñados por chefs
locales e inspirados en
cada enclave del
litoral gallego***

LA guía de la luz. Faros de Galicia y su gastronomía' es uno de esos libros en los que, página tras página, el autor nos propone una travesía única por los faros más espectaculares de la costa gallega, combinando la belleza de estos templos de luz con una celebración gastronómica sin precedentes. El origen del proyecto surge de una observación tan simple como certera: ¿qué busca la gente cuando viaja? "Visitar lugares y comer bien", cuenta Adolfo, que da así con la clave de este libro insólito y visualmente impactante. Cada uno de los más de treinta faros que recoge la obra está acompañado por una historia, una curiosidad de la zona y una propuesta culinaria inspirada en su entorno, con recetas ideadas por chefs noveles, profesores de hostelería y hasta estrellas Michelin. Así, frente a la torre cilíndrica del faro de Punta Roncadoira, que desde 1984 vigila las bravas costas de Xove, descubrimos un plato de erizo de mar con yema de huevo campero. Junto a la isla Coelleira, deshabitada desde 1926, se rescata la memoria de los monjes templarios con un sargo a la sal. En Estaca de Bares, donde el faro delimita el fin del Atlántico y el inicio del Cantábrico, la propuesta es una merluza con almejas y crema de espinacas y cítricos. O en Cabo Ortegal, donde los acantilados muestran las rocas más antiguas de la península, el chef reinterpreta unas cocochas de merluza con fabas de Lourenzá en clave marinera. La gastronomía no es aquí un simple añadido, sino el hilo conductor que da sentido a este recorrido emocional y geográfico. Bajo la coordinación de Miguel Mosteiro, asesor gastronómico y cocinero, se ha construido una narrativa culinaria coherente, estacional y de producto, que enaltece



Faro de Cabo Prior



Editado por Adolfo Enríquez, 'La guía de la luz' es un viaje visual y gastronómico por los faros gallegos que enamora tanto por su fotografía como por lo culinario. Una obra que invita a redescubrir con el paladar y la mirada.

- 1 Faro de Illa Pancha
- 2 Faro de Punta Atalaia
- 3 Faro de Punta Roncadoira
- 4 Faro de Illa Coelleira
- 5 Faro de Estaca de Bares
- 6 Faro de Cabo Ortegal
- 7 Faro de Punta Candieira
- 8 Faro de Punta de Frouxeira
- 9 Faro de Cabo Prior
- 10 Faro de Cabo de Prioriño
- 11 Faro de Punta de Mera
- 12 Faro da Torre de Hércules
- 13 Faro das Illas Sisargas
- 14 Faro de Punta Nariga
- 15 Faro de Punta Roncudo
- 16 Faro de Punta de Laxe
- 17 Faro de Cabo Vilán
- 18 Faro de Punta da Barca
- 19 Faro de Cabo Touriñán
- 20 Faro de Cabo Fisterra
- 21 Faro de Illa Lobeira
- 22 Faro de Lariño
- 23 Faro de Monte Louro
- 24 Faro de Cabo Rebordino
- 25 Faro de Corrubedo
- 26 Faro de Illa de Sálvora
- 27 Faro de Illa de Rúa
- 28 Faro de Punta Cabalo
- 29 Faro de Illa de Ons
- 30 Faro de Illa de Tambo
- 31 Faros de Cabo Home e Punta Robaleira
- 32 Faro de Punta Canabal
- 33 Faro da Guía
- 34 Faro do Museo do Mar
- 35 Faro de Cabo Silleiro



Torre de Hércules

Desde Illa Pancha hasta Fisterra, el libro ofrece recetas, historias y paisajes que capturan la esencia de Galicia en cada página

los ingredientes autóctonos: cigalas, cocochas, bonito del norte, fabas de Lourenzá o incluso un 'gin-tonic' servido en una ostra, en homenaje a la Costa Azul. Cada receta viene acompañada de su maridaje ideal, desde sidras artesanas hasta albariños, y de una presentación que celebra la identidad local con una mirada contemporánea. Pero más allá de lo visual o lo sabroso, hay algo en este libro que apela a una memoria colectiva. Los faros, como señala el autor, "son el edificio más altruista que existe; fueron construidos para servir". Y ese espíritu de servicio, que en el pasado ofrecía seguridad al navegante, hoy se renueva a través del turismo cultural y gastronómico.

En tiempos de geolocalización, 'La guía de la luz' propone una vuelta al territorio, una conexión íntima con la tierra y el mar. Es también un homenaje al farero, figura casi extinta pero fundamental en la historia



Faro de Punta de Frouxeira



Vista del Faro de Cies en primer plano, seguido del faro de Cabo Silleiro, y al fondo el monte de Santa Tecla



Faro de Cabo Vilán

Fotografías impactantes, recetas sorprendentes, maridajes únicos y anécdotas locales son combinadas en este homenaje al Atlántico

marítima de Galicia, y al producto de proximidad, que vuelve a ocupar el centro del relato culinario. El libro, de formato vertical y gran calidad editorial, es también una oda a la fotografía. Adolfo Enríquez, que empezó en este oficio gracias a una cámara encontrada en una vieja maleta en un barco mercante —una historia tan mágica como los relatos que ahora documenta—, demuestra aquí su maestría visual. Cada faro y cada plato son retratados con sensibilidad y oficio, mostrando su carácter, su luz y su entorno. No se trata solo de mostrar belleza, sino de capturar la esencia del lugar y del momento, con imágenes que respiran salitre y autenticidad. Galicia, potencia turística y culinaria, se convierte así en protagonista de una obra que no solo invita a mirar, sino también a explorar, a viajar con criterio y con hambre. Esta obra es una invitación abierta a recorrer el litoral gallego con todos los sentidos, desde la luz que guía a los marineros hasta el sabor que permanece en la memoria. Un libro que merece ser llevado en la mochila, consultado en ruta o degustado desde casa como si de un mapa se tratara, con el corazón puesto en la costa y el paladar listo para recibirla. Una forma diferente de viajar, de mirar Galicia con otros ojos y de saborearla como si fuera la primera vez.



RESTAURANTES IN-INDISPENSABLES

AS GARZAS

Punta Nariga
Porto de Bariza. Malpica.
Telf. 981 721 765
www.asgarzas.com

BAR DO PORTO

Faro de Corrubedo
Rúa Torreiro, 4. Corrubedo
Telf. 981 865 370
@bardoportocorrubedo

CASA CHECHO

Illa de Ons
Curro, 10.
Telf. 986 687 698
@alojamientoscasachecho

JAVIER MONTERO

Faro de Illa Pancha
Camiño Barreiras, 18. Ribadeo
Telf. 982 639 600
www.hrjaviermontero.es

NITO

Punta Roncadoira
Estrada da Area, 1. Viveiro
Telf. 982 560 987
www.restaurantenito.com

O SEMÁFORO DE FISTERRA

Cabo Finisterre
Faro de Finisterre
Telf. 981 110 210
www.hotelsemaforodefisterra.com

PUNTA DO CABALO

Punta Cabalo
Illa de Arousa.
Telf. 661 122 987
@punta_cabalo

TABERNA ATLÁNTICA

Cabo Silleiro
Faro Vello Silleiro. Baiona
Telf. 658 018 547
www.faropequeno.com

KOKAR KAYAPÓ ROJO

by
ECOARTS



Ecoarts es arte con alma, creado por la selva. Un colectivo que transforma semillas, fibras y pigmentos naturales en piezas contemporáneas con raíz amazónica. Cada objeto cuenta una historia ancestral, rinde homenaje a tribus, ríos y saberes olvidados. Más que decoración, son manifestos vivos: esculturas, kokares, colares y avatares que celebran la biodiversidad brasileña y empoderan a comunidades locales. Cada pieza es única, tejida con

tiempo, respeto y propósito. Parte de los beneficios se destinan a preservar miles de hectáreas del Amazonas y a asegurar una fuente de ingresos sostenible para las comunidades recolectoras. Ecoarts recupera territorios estéticos y culturales, conectando tradición y diseño contemporáneo. Belleza, biodiversidad y causa en perfecta armonía. Desde el bosque al mundo, cada obra respira propósito, alma y un futuro que merece ser cuidado.

Texto por **LORENZA ARANDA**



RIALTO
LIVING

Your lifestyle store in Palma

C/ SANT FELIU 3, PALMA DE MALLORCA, TEL 971 71 33 31. WWW.RIALTOLIVING.COM
VEN A VISITARNOS, TENEMOS ABIERTO DE LUNES A SÁBADO 11.00 – 20.00

TIVOLI KOPKE

Porto Gaia Hotel

Texto por **ISABEL PILAR DE FIGUEIREDO**

La reconversión de las bodegas de Kopke, en Vila Nova de Gaia, fue el punto de partida para el nacimiento de un hotel que surge literalmente integrado en las antiguas bodegas de la firma, cuya historia se remonta a 1638. El proyecto no solo destaca dos importantes emblemas nacionales —la hotelería de lujo con el sello Tivoli y el vino de Oporto—, sino que también sitúa a dicha localidad en el mapa como un importante destino turístico, en la otra orilla del río Duero.





LA unión entre Tivoli Hotels & Resorts y Sogevinus, grupo propietario de Kopke –la marca de vino de Oporto más antigua–, nace de una visión compartida: valorar el patrimonio y ofrecer experiencias verdaderamente diferenciadoras. Pedro Braga, CEO de Sogevinus Fine Wines, describe el proyecto como “un encuentro natural entre dos marcas con una larga trayectoria, prestigio consolidado y un compromiso común con la excelencia”. Por su parte, Francisco Viana Brito, director general del Tivoli Kopke Porto Gaia, subraya que “esta colaboración permite unir el saber hacer de la hotelería de lujo de Tivoli con el legado inigualable de Kopke, en una experiencia inmersiva donde tradición y sofisticación van de la mano”. Francisco destaca asimismo el simbolismo del espacio: “No es solo un hotel con una temática vinícola. Aquí, los huéspedes tienen acceso directo a bodegas reales, en funcionamiento, con más de dos millones de litros de vino en envejecimiento. Eso no se puede replicar”. Este cuidado en preservar la autenticidad de la experiencia vinícola refuerza el posicionamiento del hotel como un proyecto singular en el panorama nacional e internacional.

La herencia vinícola de Kopke está presente en todos los rincones del nuevo establecimiento hotelero, en una ubicación excepcional: desde los elementos arquitectónicos hasta la narrativa de cada espacio, pasando por los servicios personalizados y las propuestas gastronómicas. “El hotel cuenta con un ‘wine bar’ con acceso a vinos ‘premium’ y exclusivos de la marca, donde los huéspedes pueden



Francisco Viana Brito, director de Tivoli Kopke Porto Gaia, y Pedro Braga, CEO de Sogevinus Fine Wines



***El Tivoli
Kopke Porto
Gaia es mucho
más que un
hotel. Es la
materialización
de una nueva
forma de hacer
turismo***

degustar rarezas como el ‘Colheita 1934 Tawny’ o el ‘Colheita 1935 White’”, destaca Pedro. La oferta gastronómica es, de hecho, otro de los pilares del proyecto, con dos restaurantes dirigidos por el chef asturiano Nacho Manzano, poseedor de tres estrellas Michelin. El 1638 Restaurant y Wine Bar ofrece una experiencia de alta cocina con maridajes de vinos del Duero, mientras que el Boa Vista Terrace apuesta por un concepto más informal y compartido durante todo el día.

Para estos dos gestores, el Tivoli Kopke Porto Gaia representa un paso estratégico en la afirmación de Kopke dentro del segmento ‘premium’. “El enoturismo es un pilar esencial de nuestra estrategia y ya representa el 25 % de la facturación de Sogevinus en 2024”, afirma Pedro. La marca Kopke es líder en mercados como Países Bajos y tiene una fuerte presencia en Reino Unido, EE. UU., Dinamarca, Corea del Sur y Portugal. Este nuevo espacio refuerza el posicionamiento internacional de la marca, al tiempo que permite contar su historia de una forma envolvente y memorable. En este sentido, el proyecto da continuidad a otras apuestas del grupo, como The Vine House en la Quinta de São Luiz o la profunda

renovación de la tienda Kopke en Gaia, junto a la orilla del Duero. Ambos coinciden también en que se trata de una apuesta por la valorización de Vila Nova de Gaia como destino turístico de excelencia: “Estamos en una ubicación privilegiada, con vistas a Oporto y acceso directo a la zona ribereña. Pero lo que nos distingue es la capacidad de ofrecer una verdadera inmersión en el mundo del vino, algo que va más allá de la estética o de una oferta tradicional”. Además de su fuerte enraizamiento vinícola, el hotel ofrece una propuesta completa de bienestar y ocio: un spa con tratamientos inspirados en la vinoterapia, piscina interior hidrodinámica y piscina exterior, ‘hammam’, sauna con vistas panorámicas y amplios espacios para eventos de distintos formatos. Francisco destaca también la excelencia del servicio: “Queremos que cada huésped sienta que está viviendo algo único, en un ambiente cuidado, lujoso pero profundamente auténtico”.

Al ser preguntados sobre lo que falta para que Portugal lleve aún más lejos su potencial en los ámbitos de la hotelería y el vino, ambos coinciden en la respuesta. “La combinación de estos dos emblemas



“Queremos que cada huésped sienta que está viviendo algo único, en un entorno cuidado, lujoso, pero profundamente auténtico”

Francisco V. Brito y Pedro Braga

nacionales es una clave clara del éxito”, afirma Francisco. “Tener experiencias vinícolas exclusivas, cenas con maridajes, catas guiadas por expertos o incluso un spa en el que el vino es el eje central, como ocurre en el Tivoli Kopke, son factores altamente diferenciadores”. Pedro refuerza su argumento: “El futuro de la hotelería de lujo está en la autenticidad y en la experiencia. Y Portugal lo tiene todo para liderar en ese campo”. El Tivoli Kopke Porto Gaia es, así, mucho más que un hotel. Es la materialización de una nueva forma de hacer turismo, donde se honra el pasado, se vive el presente con intensidad y se construye el futuro con visión. Dado que el enoturismo representa una parte importante de la facturación de Sogevinus, con la inauguración de esta nueva unidad hotelera se busca consolidar la apuesta en el segmento ‘premium’ y llevar aún más lejos la marca Tivoli, garantizando que el propio establecimiento hotelero tenga una alta demanda por parte de visitantes ya familiarizados con el prestigio de la firma. Francisco está de acuerdo y concluye: “Portugal tiene en esta intersección entre tradición vinícola y hospitalidad, lo cual es una ventaja competitiva. Y el Tivoli Kopke Porto Gaia es la prueba de que es posible honrar el pasado y, al mismo tiempo, reinventar el futuro”.



HERENCIA RELOJERA

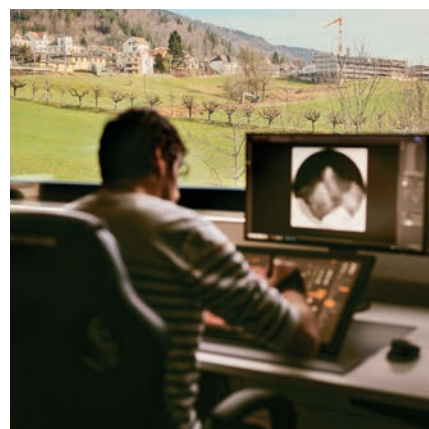
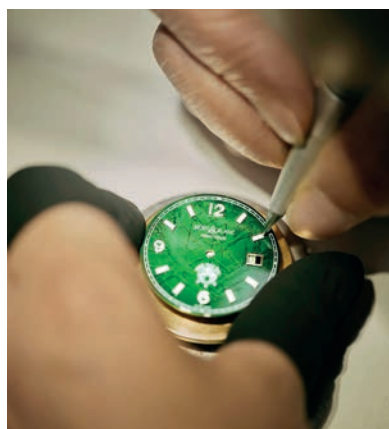
Texto por ROSARIO MIGUEL

Desde 1858, la tradición relojera de Minerva, hoy integrada en MONTBLANC, ha marcado hitos de precisión e innovación. Con dos manufacturas en Suiza, la 'maison' honra su legado a través de colecciones emblemáticas. Elaboradas artesanalmente y fieles a la excelencia artesanal, en Villeret se fabrican cuidadosamente a mano todos los componentes de los movimientos.



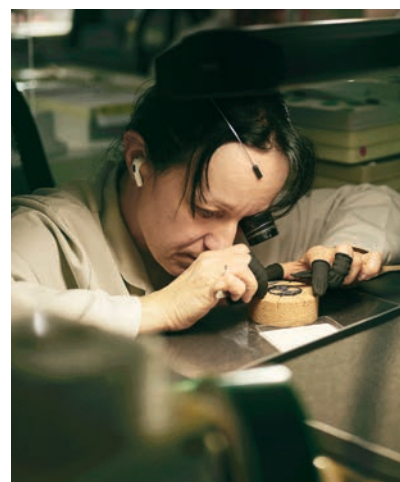
Montblanc es sinónimo de excelencia en la alta relojería suiza, un legado que se remonta a 1858 con la fundación de Minerva en el valle de Saint-Imier. Lo que comenzó como un taller de relojería se convirtió rápidamente en un referente mundial, gracias a innovaciones como el sistema de cuerda con corona o los cronómetros de alta precisión. Durante las décadas siguientes, Minerva se consolidó como pionera en cronografía, desarrollando movimientos como el calibre 19.09CH en 1909 o el legendario calibre 13.20 en 1920, ambos reconocidos por su precisión y diseño mecánico avanzado. El 13.20 fue uno de los primeros cronógrafos monopulsadores diseñados para relojes de pulsera, con elementos como la rueda de pilares y acoplamiento horizontal. Su búsqueda constante por medir el tiempo con exactitud llevó incluso a crear, ya en 1916, un movimiento capaz de registrar centésimas de segundo.

Hoy, ese espíritu vive en las manufacturas de Montblanc ubicadas en Villeret y Le Locle. Villeret, sede histórica de Minerva, se dedica al desarrollo artesanal de movimientos, incluidas las complicaciones como el 'Exo Tourbillon' y los cronógrafos monopulsadores. Cada componente es producido y decorado a mano, siguiendo los métodos más exigentes de la relojería tradicional. La destreza de los relojeros es indispensable para elaborar a mano las delicadas espirales de volante propias de la casa. Medidas a mano, con la máxima



Villeret y Le Locle son dos manufacturas suizas que mantienen vivo el arte relojero de Montblanc y Minerva

precisión y como marca la tradición, se convierten en uno de los sellos de la manufactura Montblanc en Villeret. En Le Locle, Montblanc combina esa herencia con tecnología punta para diseñar y ensamblar relojes que representan la unión perfecta entre pasado y futuro. Las colecciones actuales como '1858', 'Star Legacy' y 'Heritage' reflejan esta fusión, llevando más de ciento sesenta y cinco años de historia a la muñeca del presente con autenticidad, innovación y estilo atemporal.



GUGGENHEIM BILBAO

Helen Frankenthaler

11/04 - 28/09

Fundación
BBVA





Javier Antoja

Texto por **ALICIA NAVARRO** • Fotografía por **ANTÓN GOIRI**

Familiar, pasional y muy responsable en el trabajo. Este es el retrato de un verdadero enamorado de la gastronomía española, los libros y el trabajo bien hecho. Lidera con ímpetu de visionario MONTAGUD, la centenaria editorial especializada viva más antigua del mundo, que se encuentra hoy en una de sus etapas más dinámicas e innovadoras. Un ejemplo de cómo mantener la esencia de un negocio centenario continuando también a la vanguardia.

Montagud es mucho más que una editorial: es un guardián del patrimonio gastronómico contemporáneo. Fundada en 1906 por Federico Montagud, y posteriormente dirigida por tres generaciones de su familia, fue adquirida a principios de los años ochenta por el padre de Javier, quien era entonces jefe de redacción. Esta adquisición no fue un acto empresarial cualquiera, sino una decisión vital que marcaría la vida de su familia para alguien que, como recuerda Javier, “amaba este oficio y lo sigue amando”. Desde entonces, Montagud ha estado dedicada a documentar y comunicar internacionalmente la excelencia en el mundo de la pastelería, panadería y alta cocina, combinando profundidad periodística, diseño exquisito y un compromiso constante con la calidad, tal y como demuestra el premio Grand Prix de la Culture Gastronomique por la Academia Internacional de Gastronomía recibido recientemente. Uno de los cuatro únicos Grand Prix que otorga a nivel mundial, reconociendo más de un siglo dedicado a preservar y difundir la cultura gastronómica.



“Somos el contador de historias que accidentalmente ha tenido la suerte o la fortuna de estar ahí. Cuando yo no esté, habrá otro que lo contará, y Apicius seguirá, y Montagud seguirá”

Javier Antoja se incorporó oficialmente a Montagud en 2001, pero su vínculo con la editorial viene ya desde la infancia. Los olores que nos transportan a la niñez hablan de nuestro verdadero yo, y para él no es algodón de azúcar, es el olor a papel que invadía el despacho de su padre cuando venía a verlo trabajar los fines de semana. Hijo único, estudió Periodismo en la Universidad de Navarra, y tras licenciarse y pasar un año viviendo en Pamplona, entró en la empresa como becario de una publicación de pastelería sin tener conocimientos previos del sector. Su decisión fue entonces clara: aprender, observar y formarse. “Los fines de semana iba a una escuela de pastelería a la que me apunté para formarme y saber de qué iba la película”, asegura. Esta actitud humilde y determinada marcó el inicio de una transformación profunda en la editorial.

Cuando Javier llegó, la redacción era en sus palabras “una banda de terroristas”: ambiente de la vieja escuela, oficinas en las que incluso se fumaba y se le miraba con recelo por ser el hijo del jefe. Pero él no se dejó intimidar. Pronto, su inquietud le llevó a impulsar el dominio apicius.es, un modesto portal web sobre cocina que comenzó a alimentar con contenidos bien pensados y escogidos. Una prueba para ver dónde podía llegar y que acabó convirtiéndose en un éxito inesperado. “Las visitas a la web se dispararon de una manera bestial”, comenta. Sin em-

bargo, pronto comprendió que debía evolucionar. “Llamé a la puerta del despacho y dije a mi padre: ‘Yo creo que en Apicius tenemos que matar la web. Y llevarla al papel’”. Así nació, en noviembre de 2003, la revista que con el tiempo se consolidó como una referencia editorial internacional. Empezó como un recetario, pero Javier la supo hacer evolucionar acorde a los tiempos hasta convertirse en una obra donde se destaca la filosofía del restaurante, y se desvela qué esconde el alma del cocinero y lo que convierte una cocina en especial.

Todo esto no sería posible sin el soporte de Ana, su compañera y figura clave en este Montagud 2.0. “Muchas de las cosas que nacen aquí son fruto de conversaciones que tenemos Ana y yo”. Ana representa un equilibrio entre intuición y pragmatismo, una visión complementaria a la de Javier, más “bohémio, sin ser bohémio, más disperso, sin ser disperso”. Javier tuvo también la suerte de nacer en una generación de grandes cocineros. Compartiendo una época común, compartían lenguaje y la misma manera de ver el mundo. “Vivíamos en una época de hace veinte años donde las redes sociales no existían. Donde era todo mucho más de verdad, cara a cara”, subraya. De esa autenticidad nacieron vínculos que se tradujeron en libros, proyectos y un enorme respeto: “Nos hemos ganado el respeto del sector. Somos muy indepen-

“Buscamos trabajar el libro de manera que cuando el autor lo reciba, lo coja en la mano y diga: ‘Somos uno. Esa continuidad. Decir, este soy yo’”



dientes, tenemos muy clara cuál es nuestra línea editorial, amamos la tradición porque venimos de ella, pero apostamos por una cocina de vanguardia, de autor, española”. La evolución de Montagud no puede entenderse sin hablar de su equipo, un grupo humano renovado, joven y comprometido. La modernización de la plantilla ha traído consigo una nueva mirada, sin renunciar al legado. Javier lo ve especialmente en las jóvenes diseñadoras que comienzan en la editorial con veintipocos años. Cuando le transmiten su preocupación sobre si algo gustará o no al público, les recuerda que su función es “igualar el talento de los cocineros con los que trabajamos”. El objetivo de Montagud, cuando por ejemplo crean junto a un cocinero el libro que relata su proyecto o su vida, remarca Javier, es que “cuando el autor reciba su libro, lo coja en la mano y diga: ‘Somos uno. Esa continuidad. Decir, este soy yo’”. Y por ende, pensar en el lector es lograr esa unión, ofrecerles al verdadero protagonista. Esta filosofía ha dado lugar a proyectos editoriales extraordinarios. Desde libros de tres tomos, como el de Echaurren, que conmemora los ciento veinticinco años del restaurante, hasta obras monumentales como la de Ángel León: “Es un artista del mar, es un tío que tiene una cabeza absolutamente magistral, y es inédito; precisamen-

te por eso entendemos que esto tiene que ser inédito”, afirma. Cada publicación se concibe no como un producto, sino como una obra de arte, editada en español e inglés, pensada para convertirse en referente internacional: “Contamos historias en minúscula, que serán historia con mayúscula de la gastronomía”.

Su vocación por contar y preservar ha trascendido el papel; Montagud se ha convertido en un espacio vivo gracias a su restaurante, un lugar donde los cocineros a los que Javier ha “cocinado” libros, ahora cocinan en la casa editorial. “Para que el círculo se cierre, ellos tienen que venir a cocinar a mi casa. Yo he ido a cocinarles el libro. Ellos tienen que cocinar en su casa editorial”, explica. Un proyecto que acometen, como todo, con el objetivo de ofrecer lo mejor y llegar a lo más alto. De hecho, confiesa entre bromas que su objetivo es ser el primer restaurante sin chef con estrella Michelin. Ambición que lleva sin protagonistas: “Estamos haciendo lo que a mucha gente le encantaría hacer, que es contar cosas y escribir. Cuando yo no esté, habrá otro que lo contará, y Apicius seguirá, y Montagud seguirá. Pero eso es lo bonito”.







PALAU GÜELL

Declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, no solo ha resistido el paso del tiempo, lo ha trascendido. El mecenazgo de la familia Güell permitió que el arte floreciera sin restricciones. Para disfrutarlo plenamente se necesita entrar con el corazón dispuesto a leer en las formas la verdad de lo que no se puede explicar con palabras.

Texto por **IRENE BRAVO**

Fotografía por © **GINGER STUDIO BCN | DIPUTACIÓ DE BARCELONA**

Hay edificios que se construyen con cálculos matemáticos, y hay otros, muy pocos, que parecen levantarse con las manos del alma. El Palau Güell, obra temprana de Antoni Gaudí, pertenece sin duda a esta segunda estirpe. Situado en el corazón de Barcelona, este palacio urbano es mucho más que una residencia: es un manifiesto de belleza, una declaración silenciosa sobre la profundidad del arte como forma de habitar el mundo. Concebido entre los años 1886 y 1890, fue un encargo de Eusebi Güell, industrial visionario, quien encargó a Gaudí el diseño de su vivienda familiar, convirtiéndose en su mecenas. Así nació el Palau Güell, como una prolongación física de un ideario: el del arte como una forma ele-

vada de pensamiento, una herramienta para ennoblecer la vida y construir una sociedad más consciente y armoniosa. La calle Nou de la Rambla fue el escenario escogido para esta audacia estética. Muy cerca del puerto, donde los barcos traían ideas de mundos lejanos, Gaudí erigió su edificio como un faro espiritual. Allí, la piedra calcárea fue moldeada como si contuviera memoria y misterio. Las puertas de acceso, con sus arcos parabólicos, parecen bocas de caverna sagrada, y las rejas de hierro forjado, retorcidas como pensamientos en voz baja, filtran la luz como si de ella se pudiera extraer la esencia del tiempo. Gaudí bebía entonces de las fuentes de oriente. El Palau Güell es una sinfonía de



***Lo funcional
se convierte en
fantástico y los
fragmentos de
color desafían
la rigidez de
la piedra***



ecos lejanos: arcos mitrales que recuerdan al arte nazarí, cerámicas que resplandecen como espejos de zoco, remates que se elevan como cúpulas de un templo perdido. También es la metáfora de una ciudad. Barcelona, a finales del siglo XIX, era una urbe en busca de sí misma, en pleno despertar industrial y cultural. En 1888, coincidiendo con la Exposición Universal, el Palau Güell abrió sus puertas a los poderosos del mundo. Reinas, presidentes y reyes caminaron bajo sus bóvedas, sin sospechar quizá que no estaban ante un simple ejemplo de arquitectura, sino ante una confesión estética, una visión personal de lo que puede ser el arte cuando se convierte en una expresión de la vida. Con su solemnidad vibrante y su espiritualidad contenida sigue hoy revelando el diálogo entre dos hombres singulares: el arquitecto que soñaba en piedra y el mecenas que supo escuchar el murmullo de ese sueño. A través de ellos, la arquitectura se convirtió en sentimiento, que aún hoy late en Barcelona.



LECTURAS QUE UNEN FAMILIAS QUE INSPIRAN

Los lectores de alto valor ayudan a lograr mayores beneficios ¿por qué?

Un lector valorado invierte más en tu empresa que un lector esporádico. Son fieles y la fidelidad es rentable.

¿QUÉ ES UN LECTOR DE ALTO VALOR?

Los lectores de alto valor son aquellos que invierten más tiempo contigo, confían en los productos y servicios que recomiendas y los consumen. Sin embargo, los lectores de alto valor, aunque no necesariamente compran siempre los productos que aparecen en tus páginas, son prescriptores con los amigos y familiares, y defensores de las marcas que recomiendas. Si a tus lectores les encantan tus contenidos y propuestas, recomendarán tu revista y la coleccionarán para que pase de generación en generación como el bien preciado que eres.





Joaquín Güell

Texto por ALICIA SENABRE • Fotografía por ANTÓN GOIRI

En el tejido urbano de Barcelona, donde cada calle parece recitar historias de esplendor, industria y arte, el apellido Güell emerge como un emblema de convergencia entre lo económico y lo estético, entre la razón empresarial y la pasión por la belleza. Joaquín, descendiente directo del primer conde de Güell, mecenas de ANTONI GAUDÍ, encarna hoy la continuidad de una sensibilidad que ha sabido combinar el pragmatismo del empresario con la mirada del visionario.

Barcelona late, con una cadencia modernista, que ha dado forma, no solo a su paisaje urbano, sino también al carácter de quienes la habitan. Entre esos nombres, ligados a la historia profunda de la ciudad, Joaquín Güell destaca como descendiente de un linaje históricamente vinculado al progreso económico y al patrocinio de las artes. Nacido en Barcelona, Joaquín ha recibido una educación refinada y cosmopolita. Se formó en la Escuela Aula de la Ciudad Condal, prosiguiendo sus estudios en Harvard y culminándolos en Sciences Po (París). Su carrera profesional lo ha llevado a explorar la economía en bancos de inversión como Merrill Lynch, Banco Santander y Lazard, y a sumergirse en el mundo editorial con el Grupo Recoletos. Su biografía, aunque anclada en la actualidad, se encuentra impregnada por una memoria colectiva que trasciende generaciones. Su historia no puede comprenderse sin atender al legado familiar que le precede. Su genealogía, pro-

fundamente entrelazada con los nudos fundacionales del modernismo catalán, es reflejo de una dinastía que supo convertir la empresa en instrumento de transformación estética, económica y social. Su presente se asienta sobre una herencia singular: en 1910, el rey Alfonso XIII concedió a Eusebi Güell el título de conde de Güell, reconociendo su papel clave en el crecimiento económico del país. Joaquín es descendiente de este primer conde. Como su antepasado, que conjugó la gestión industrial con una pasión visceral por el arte innovador de su tiempo, también avanza en su trayectoria atento a la estética, a la forma, al legado intangible que deja cada decisión. Eusebi Güell, dotado de una mente preclara y una formación cosmopolita, impulsó proyectos empresariales en sectores emergentes como la industria textil y la producción de cemento, pero fue sobre todo su apuesta por Antoni Gaudí lo que consagró su nombre en la historia cultural de España y de Europa. Desde que conociera al arquitecto en la Exposición

Universal de París de 1878, Eusebi se convirtió en su mecenas más ferviente, respaldando obras que hoy son símbolos ineludibles del modernismo catalán: el Palacio Güell, los pabellones de la Finca Güell, las Bodegas Güell, el Parque Güell y, por supuesto, la inconclusa pero inmortal cripta de la Colonia Güell. Su mecenazgo no fue meramente económico: fue una entrega espiritual, una fe en el talento que desafiaba los paradigmas establecidos. De aquel vínculo entre ambos se desprende una línea invisible que atraviesa los tiempos y llega hasta Joaquín. En sus palabras, en su mirada reflexiva y en sus decisiones vitales resuena ese mismo afán por llegar al fondo de las cosas, por no claudicar ante las modas ni ceder al dictado de la opinión fugaz.

Joaquín, como Gaudí, busca avanzar hasta el final, agotar el impulso que le mueve, sin temor a parecer solitario en su empeño. “Avanza sin mirar al lado, sin mirar a los demás... no hace concesiones, no busca compromisos... agota el impulso artístico, el impulso estético,

lo lleva hasta el final”, afirma Joaquín sobre Gaudí. Unas palabras que bien podrían describir su propio recorrido vital. Al igual que Gaudí esculpía sus sueños sin atender a las modas, Joaquín ha sabido construir su camino con independencia y convicción. Lejos de la frivolidad de lo efímero, su mirada hacia el arte y la historia se funda en una sensibilidad que ha madurado con los años. En su infancia, las obras de Gaudí eran parte del paisaje cotidiano, casi un juego. “Para un niño, las formas de Gaudí eran muy fáciles”, rememora. Pero con el tiempo, esa familiaridad devino en conciencia, y la estridencia aparente se reveló como sinfonía profunda de lo técnico, lo espiritual y lo bello. Joaquín observa a Gaudí con una mezcla de respeto y fascinación. Destaca su total independencia estética, su desdén por los gustos del momento y, sobre todo, esa fe casi mística que impulsó al arquitecto a avanzar sin desviarse. Esa misma fe también habitó en Eusebi Güell, quien supo reconocer el alma sagaz de Gaudí y apostó por él sin reservas. Fue una simbiosis que desafió las leyes del mecenazgo tradicional: no fue una relación de beneficencia sino un pacto espiritual entre creador y protector. En una de las anécdotas familiares que Joaquín conserva con especial ternura recuerda el momento en que Eusebi Güell, tras el fracaso económico del Parque Güell, instó a Gaudí a continuar con la obra, convencido de que “esto es una maravilla”. Hay en ese gesto una verdad esencial sobre lo que significa ser mecenas: no es solo proporcionar medios, sino también ofrecer fe, sostén y, sobre todo, un espacio donde el arte pueda expandirse sin miedos ni concesiones. El modernismo catalán no fue solo un movimiento estético: fue una declaración de principios. Surgido a finales del siglo XIX como respuesta a la necesidad de una identidad artística propia y arraigada, fue al mismo tiempo una reivindicación cultural y una propuesta social.

Eusebi Güell ejemplifica una generación de burgueses ilustrados cuya ambición no se limitaba al lucro sino que además aspiraba a la configuración integral de una sociedad moderna. Fundó la fábrica textil en Santa Coloma de Cervelló, semilla de la futura Colonia Güell, un modelo de urbanismo industrial que conjugaba eficiencia productiva, bienestar social y estética. Este enclave

Como sus artistas admirados, Joaquín sabe que la grandeza no reside en la imitación de la fuente, sino en tener el coraje de ser el inicio de algo que aún no existe



En su trayectoria converge un equilibrio entre memoria histórica y mirada contemporánea, es el eco de una familia que entendió la cultura como compromiso

sería el marco de una de las más apasionantes obras de Gaudí: la cripta de la Colonia Güell, donde el arquitecto experimentó con estructuras parabólicas que preludían la monumental Sagrada Familia. En la arquitectura modernista, y de forma muy especial en la obra de Gaudí, la estructura se funde con la decoración en un juego de líneas curvas, mosaicos coloridos, texturas orgánicas y referencias constantes a la naturaleza. Las edificaciones, financiadas o promovidas por la familia Güell, se erigen como ejemplos paradigmáticos: el dragón de hierro forjado en la Finca Güell, los arcos parabólicos de la cripta, la profusión de trencadís en el Parque Güell... todos son signos de un lenguaje visual que apunta más allá de lo funcional para rozar lo trascendente. Es en esta estética, en esta poética del espacio, donde Joaquín Güell creció y formó su sensibilidad. El entorno, como molde silencioso, configura el espíritu. Ver cada día las formas imposibles de Gaudí, habitar espacios que invitan a la contemplación y al asombro, imprime en la mirada una forma particular de percibir el mundo. En la mirada de Joaquín hay una reverberación de la pasión gaudiniana: ese avance sin concesiones hacia lo absoluto, esa intransigencia luminosa que no admite atajos estéticos ni compromisos tibios. El arte, en este sentido, no solo adorna: transforma. Y el modernismo catalán, con su anhelo de totalidad, con su afán por integrar todas las artes y oficios en una unidad armoniosa, actuó como un agente de cambio en la sociedad de su tiempo. La familia Güell ha sido siempre depositaria de estos valores. Su vocación no ha sido meramente patrimonial, sino cívica. Han entendido la riqueza no como fin, sino como medio para fomentar el conocimiento, el arte y el bienestar colectivo. Particular mención merece la Fundación Güell, instituida por Juan Antonio Güell con el objetivo de fomentar las artes y el talento emergente. Esta institución ha heredado no solo el nombre, sino también el espíritu filantrópico de sus predecesores, ofreciendo becas y apoyos a creadores, artistas y pensadores, en una continuación natural del mecenazgo que un día ofreció cobijo al joven y entonces incomprendido Gaudí.

El apellido Güell ha trascendido las fronteras de España para convertirse en un referente cultural a escala internacional. Las obras



Crecer entre muros que ondulan y techos que respiran es descubrir, desde la infancia, que la belleza no impone su forma, no delimita, sino que invita a examinar caminos

promovidas por Eusebio Güell son hoy Patrimonio de la Humanidad y objeto de estudio en universidades y academias de arte de todo el mundo. Este legado es parte del imaginario colectivo europeo y alimenta una identidad catalana abierta, plural y creativa. Joaquín Güell, desde su papel actual, reinterpreta las acciones de sus antecesores con lucidez y compromiso. Si el modernismo de Gaudí se proponía como una síntesis armónica entre función, estructura y decoración, el perfil de Joaquín como empresario moderno también apunta a una integración entre eficiencia, impacto social y legado cultural. Es una visión holística que, como la de sus antecesores, trasciende lo inmediato. Él representa una figura bisagra entre esa historia

centenaria y las exigencias del presente. Su proyección futura podría encaminarse hacia la consolidación de un nuevo humanismo empresarial: uno que incorpore los valores culturales y sociales que han sido piedra angular en su historia familiar. Como inversor, como pensador estratégico y como ciudadano, Joaquín está en disposición de aportar una visión de liderazgo íntegra que se proponga dejar huella. Al analizar el impacto cultural de los Güell, se advierte una constante: la intersección entre industria, arte y catalanismo. El modernismo no solo fue una estética, sino también una visión de futuro que incorporaba las artes al proyecto nacional. Gaudí, con su arquitectura simbólica, dotó a esa visión de una expresión mo-

numental. Su dominio de la geometría y su capacidad para integrar oficios como la cerámica, la forja o la carpintería lo convierten en una figura irreplicable. La familia Güell supo leer esa genialidad y poner sus recursos al servicio de un proyecto trascendente. Joaquín, desde su óptica contemporánea, recoge ese testigo como un horizonte de responsabilidad: preservar la memoria activa de una relación singular entre arte y empresa, entre creación y compromiso. Camina entre el rumor de la historia y el murmullo del porvenir, hilando con hilo invisible lo que fue y lo que aún puede ser.





Francis Kurkdjian

Texto por ANTHONY SEYNNES

Heredera de la elegancia a la francesa, la firma del empresario francés, de ascendencia armenia, encarna una perfumería de autor moderna y refinada. Combina maestría técnica, libertad artística y exigencia en la selección de materias primas. Cada fragancia se convierte en una expresión de la emoción en estado puro y cuenta una historia que traduce la esencia de un arte de vivir refinado y profundamente arraigado en la tradición.

Fundada en 2009 por el perfumista de renombre internacional Francis Kurkdjian y el empresario Marc Chaya, la 'maison' nació de un proyecto audaz: devolverle a la perfumería de autor todo su esplendor. En pocos años se ha consolidado como una de las casas más influyentes de la escena olfativa contemporánea. Francis destacó desde muy joven en el universo del perfume. Titulado por el ISIPCA, alcanzó un éxito fulgurante a los veinticuatro años al crear 'Le

Male' para Jean Paul Gaultier, convertido en un éxito de ventas a nivel mundial. Con este reconocimiento colaboró con grandes marcas mientras soñaba con un espacio de libertad donde pudiera dar vida a perfumes que le representaran: personales, audaces y sofisticados. La 'maison' Francis Kurkdjian propone colecciones concebidas como un vestuario olfativo. Cada fragancia es una pieza única, reflejo de una emoción, un recuerdo o un instante suspendido en el tiempo. El perfu-

me emblemático es 'Baccarat Rouge 540', nacido de una colaboración con la cristalería Baccarat. Su estela ambarina, amaderada y luminosa, a la vez cristalina y opulenta, lo ha convertido en un fenómeno global. Su versión 'Extrait de parfum', más intensa, también ha conquistado a una clientela en busca de profundidad y sensualidad. La 'maison' también firma 'À la rose', un floral femenino vibrante compuesto por dos variedades de rosas —damascena y centifolia— que evocan la

La 'maison' Francis Kurkdjian extiende su universo olfativo al arte de vivir con una colección de velas y detergentes perfumados. Las velas aromáticas, como 'La Trouverie', 'Anouche' o 'Rue des Groselliers', evocan recuerdos de la infancia, lugares íntimos y momentos suspendidos en el tiempo. Los detergentes perfumados, disponibles en versiones como 'Aqua Universalis', 'Oud' o 'APOM', ofrecen a la ropa una estela delicada, transformando los gestos cotidianos en una experiencia olfativa.



Los geles de ducha y jabones prolongan el ritual olfativo hasta el cuidado corporal. Estos productos combinan suavidad, refinamiento y sensorialidad

frescura de un ramo radiante. En respuesta, 'L'Homme À la rose' rompe con los códigos al asociar la rosa con facetas amaderadas y almizcladas, demostrando que esta flor también puede expresar la masculinidad.

Entre las creaciones icónicas, 'Oud Satin Mood' se impone como una fragancia oriental lujosa, donde el oud se entrelaza con la vainilla, la rosa y el ámbar, dejando una impronta envolvente. La colección 'Oud' declina esta materia noble en varias versiones: 'Oud', 'Oud Silk Mood' y 'Oud Velvet Mood', cada una contando una faceta distinta del Oriente. 'Amyris Femme' y 'Amyris Homme', solares y luminosas, expresan una elegancia natural, mientras que 'Gentle Fluidity' propone dos variaciones a partir de los mismos ingredientes, cuestionando los géneros y las fronteras olfativas. 'Grand Soir', por su parte, evoca una noche parisina palpitante, entre resinas ambarinas y benjuí embriagador. 'Kurky' es la nueva fragancia, lanzada en marzo de 2025. Inspirada en el apodo infantil del creador, invita a reconectar con la despreocupación y la alegría de vivir. Este perfume afrutado-almizclado se abre con notas de frambuesa y durazno, seguido de un corazón goloso de caramelos,

para fundirse en un fondo suave de almizcle blanco y vainilla. Presentado en un frasco lacado en tono melocotón decorado con dibujos infantiles, 'Kurky' es un homenaje olfativo al asombro de la infancia.

La 'maison' presta especial atención a la calidad de las materias primas y a la fabricación francesa. Sus frascos, sobrios y arquitectónicos, ilustran un lujo discreto y refinado. La casa también se inscribe en una iniciativa ecoresponsable, optimizando sus embalajes y

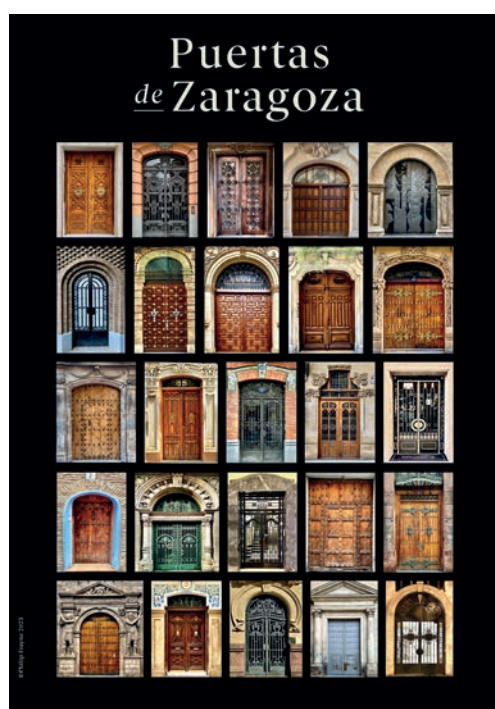
obteniendo sus ingredientes de forma ética. Hoy en día, sus creaciones están presentes en más de cuarenta y cinco países y seducen a una clientela exigente, sensible a la originalidad, la sofisticación y el poder emocional del perfume. En quince años ha sabido imponer su firma: una alianza única de dominio técnico, elegancia intemporal y audacia poética.



Philip Adrian Frayne

Texto por **ALFONSO LÓPEZ** • Fotografía por **BART VAN DE VOORT**

Este diplomático neoyorquino retirado repasó para SPEND-IN su trayectoria profesional, centrada en su labor en diversos países, y presentó su proyecto sobre las puertas de Zaragoza: una cuidada selección de sesenta entradas de distintos estilos y épocas, localizadas en el centro histórico de la ciudad, que pueden verse en una web con una mirada artística y cultural.



www.puertasdezaragoza.com



¿Cuáles fueron los mayores desafíos a los que te enfrentaste durante tu tiempo como cónsul general en Dubái y cómo los superaste? Cuando era el cónsul general de los Estados Unidos en Dubái notamos la presencia de un famoso estafador nigeriano llamado Hushpuppi, que conducía autos lujosos y estaba de fiesta abiertamente en su mansión. Estados Unidos lo había acusado de múltiples cargos de defraudar a estadounidenses por millones de dólares mediante timos en internet. Queríamos traerlo a los Estados Unidos para ser enjuiciado y juzgado. Pero, a menudo, resulta difícil extraditar a alguien que

no ha cometido un delito en el país en el que reside. Llevamos a cabo negociaciones delicadas con las autoridades de Dubái para convencerlas de que lanzaran una operación conjunta entre su policía y nuestro FBI para asaltar la mansión del criminal, arrestarlo y subirlo a un avión del Gobierno estadounidense de regreso a los Estados Unidos. Pudimos persuadir al Gobierno emiratí de que, aunque Hushpuppi estaba gastando millones de dólares en la economía local, permitirle permanecer libre no valía la pena por el daño a la reputación internacional de Dubái. Quizás el otro desafío importante que he enfrentado en muchos de los países en los que he

trabajado fue promover nuestra visión de los derechos humanos, que a menudo no se alineaba con la visión de los derechos humanos del país anfitrión. Por poner un ejemplo, en muchos países de Medio Oriente está prohibido ser abiertamente gai o tener relaciones homosexuales. Utilizamos varias zanahorias y palos diplomáticos para intentar persuadir o presionar a estos gobiernos de que, si bien no estábamos tratando de dictar su moralidad, por razones prácticas sería mejor al menos despenalizar la orientación sexual. A veces conseguimos avanzar un poco y otras, lamentablemente, no.



Panorámica tomada desde los apartamentos Basilicus de la plaza de Nuestra Señora del Pilar de Zaragoza

¿Cómo ves la evolución de las relaciones entre EE. UU. y Medio Oriente en los próximos años? Incluso con Europa... Estados Unidos tiene tres desafíos importantes en Medio Oriente en los próximos años. Primero, debemos trabajar con nuestros amigos en Medio Oriente y Europa para poner fin a la terrible guerra en Gaza y retomar el camino hacia un estado palestino y la seguridad israelí. Esto no será fácil, pero es esencial. En segundo lugar, necesitamos negociar un acuerdo con Irán para detener su potencial desarrollo de armas nucleares y frenar su apoyo a grupos terroristas como Hizbulah. Y en tercer lugar, debemos trabajar junto con Europa para la reconstrucción y estabilización de Siria y el Líbano. El presidente Trump ya inició las negociaciones con Irán, pero aún tiene que abordar la cuestión palestina de manera seria. Creo que en los tres temas la participación europea es esencial, pero tengo dudas de que Trump quiera incluir a los europeos en estos esfuerzos. Desafortunadamente, parece que el presidente está debilitando a la Alianza Occidental más que fortaleciéndola.

“Había visto carteles hechos con las puertas de Jerusalén, Túnez, Dublín, Damasco y otras ciudades, pero no pude encontrar ninguno que agrupara las puertas de Zaragoza. Así que decidí tomar fotografías de la impresionante colección de esta ciudad”

¿Cómo crees que la comunicación efectiva es crucial en la diplomacia pública y cómo la has aplicado en tus roles anteriores? Pasé gran parte de mi carrera tratando de comunicarme eficazmente con públicos extranjeros. La comunicación eficaz requiere credibilidad, y uno solo puede ser creíble si dice la verdad. Con ese fin siempre admitimos los fallos de la sociedad estadounidense y los errores que habíamos cometido en la historia, así como de tratar de promover políticas que considerábamos positivas. Además, la precisión en el lenguaje es crucial: se producen demasiados malentendidos porque los líderes políticos no son precisos en el lenguaje que utilizan. Por ejemplo, yo era portavoz de la embajada de los

Estados Unidos en El Cairo cuando se produjeron los ataques de Al Qaeda el 11 de septiembre. Cuando varios meses después lanzamos ataques militares contra Afganistán, muchos egipcios creyeron que se produjeron porque éramos anti-musulmanes. Tuve que explicar pacientemente que millones de musulmanes estadounidenses practicaban libremente su culto en los Estados Unidos y que el presidente Bush incluso había visitado la mezquita en Washington para alabar al islam como una religión de paz. Intenté especificar que nuestras acciones en Afganistán estaban dirigidas únicamente contra Al Qaeda y el Gobierno talibán que protegía a Al Qaeda, no contra los musulmanes en general.

¿Cómo crees que la comprensión cultural es crucial para la diplomacia efectiva, y cómo la has aplicado en tus experiencias?

Uno de los atributos más importantes de un diplomático eficaz es comprender la sociedad en la que trabaja. No solo el sistema político, sino también la cultura. Un diplomático puede conectarse mucho mejor con la población local si aprecia su historia, su cocina, sus artes y su historia. El hecho de que pudiera hablar árabe y haber estudiado la cultura árabe me abrió muchas puertas en Marruecos, Egipto, Yemen, Jordania, Emiratos Árabes Unidos y otros lugares.



“Un diplomático casi siempre se enfrenta a crisis durante el transcurso de una larga carrera, y la cualidad más importante para afrontarlas es mantener la calma y estar preparado para trabajar muchas horas”

¿Qué consejo le darías a alguien que está considerando una carrera en el servicio exterior?

Mi principal consejo sería que intentara siempre analizar los problemas desde el punto de vista del país o de las personas con las que se relaciona. Eso no significa que a veces no estarás en desacuerdo con su punto de vista, pero comprenderlo es esencial para encontrar una solución diplomática mutuamente satisfactoria a los problemas.

¿Cómo has manejado situaciones de crisis durante tu carrera diplomática, y qué estrategias han sido más útiles para ti? ¿Tienes algún ejemplo o anécdota?

Un diplomático casi siempre se enfrenta a crisis durante el transcurso de una larga carrera, y la cualidad más importante para afrontarlas es mantener la calma y estar preparado para trabajar muchas horas. Cuando estuve en Sri Lanka en 2004, el terrible tsunami azotó (golpeó) gravemente la isla y mató a más de 36 000 personas a lo largo de las costas. Tuvimos que determinar cómo podríamos ayudar a los habitantes de Sri Lanka a recuperarse rápidamente de tal tragedia y, al mismo tiempo, asegurarnos de que los estadounidenses que la visitaban en ese momento estuvieran seguros y fueran contabilizados. Fue muy útil en ese momento trabajar no solo con el Gobierno de Sri Lanka sino también con socios europeos y otros para coordinar nuestros esfuerzos de ayuda.

¿Qué objetivos te has propuesto para los próximos años? Disfruto ofreciendo clases o intervenciones a estudiantes universitarios sobre la política exterior estadounidense y la sociedad estadounidense. Espero seguir dando estas clases y al mismo tiempo poder escribir algo de forma independiente.

¿Cómo ves el arte y la cultura en nuestra sociedad y qué te inspiró para tu proyecto ‘Puertas de Zaragoza’?

En mi tiempo libre me gusta dar largas caminatas por la ciudad que se centran en la arquitectura, especialmente en el casco viejo y barrios aledaños. En mis paseos notaba puertas y entradas muy bonitas. Mientras vivía en el extranjero había visto carteles hechos con las puertas de Jerusalén, Túnez, Dublín, Damasco y otras ciudades, pero no pude encontrar ninguno que agrupara las puertas de Zaragoza. Así que decidí tomar fotografías de la impresionante colección de esta ciudad y hacer un cartel para destacar su historia y la variedad y riqueza arquitectónica de la que la capital aragonesa puede estar orgullosa. Por supuesto, no solo Aragón, sino toda España debería estar orgullosa del profundo y continuo impacto que la cultura española tiene en el resto del mundo. Su

literatura, danza, música, gastronomía, arquitectura y ‘arte de vivir’ son admirados en todo el mundo, ¡especialmente en América!





“Not fashion,
just passion”



Márcia Martins

Texto por ISABEL PILAR DE FIGUEIREDO

"Yo sirvo". Así es como se presenta esta emprendedora. La frase, breve pero poderosa, refleja la esencia de su trayectoria, ya sea en su papel de abogada, madre o como cofundadora y voluntaria de una asociación sin fines de lucro. En exclusiva para SPEND-IN, una hermosa historia de entrega y amor.

A lo largo de su vida, la predisposición al servicio siempre estuvo presente, incluso durante sus años en el mercado financiero. "Los problemas y los desafíos se me presentan como invitaciones a ser resueltos. Me entrego, estudio, reflexiono, pero me doy cuenta de que las soluciones más acertadas no vienen solo del conocimiento técnico o de la experiencia. Vienen de otro lugar, como un soplo, una inspiración, una conciencia que flota en el aire, y no es solo mía. La vida es mucho más grande que lo que sé. Me siento como un canal por el que pasa algo mayor". La formación de Márcia incluye un paso por la Facultad de Historia de la Universidad Católica y la carrera de Derecho en la Universidad de São Paulo. Mientras estudiaba ya trabajaba en el mercado financiero y, una vez graduada, se convirtió en abogada empresarial. Fue socia de grandes despachos, siempre en la defensa de empleadores. "Emprender en Brasil no es para principiantes", afirma con la convicción de quien conoce bien las adversidades.

La historia de Ecoarts, la organización que cofundó, es también la historia de una semilla. La idea germinó en 2002, cuando recibió por correo, de parte de su madre, un collar hecho con semillas de la región del Mato Grosso (Brasil). Ese pequeño gesto reavivó un antiguo encanto. "Vi esas semillas por primera vez a los dieciocho años. Y a los treinta y seis, al reencontrarlas, me volvió a conmovir esa belleza tan bruta como misteriosa", apunta. Instintivamente comenzó a pedir más semillas a su madre. Durante dos años, el jardín de su casa en São Paulo se transformó en un espacio de experimentación, donde llegaban regularmente cajas con ramas,

semillas y materiales naturales. "Para mí eran como códigos secretos, cartas en un idioma desconocido. Empecé a dismantlar los collares y a recrearlos con una estética que me hiciera sentido", explica. En aquella época no había internet ni 'smartphones', así que madre e hija se comunicaban por carta o por teléfono, compartiendo ideas sobre el diseño de los collares. La madre de Márcia se involucró profundamente en el proceso: aprendió a tratar y teñir semillas, buscó artesanos y comunidades indígenas del Mato Grosso, y reunió personas para ayudar a producir las piezas con la estética que ambas imaginaban. La revelación llegó una mañana, durante una





De derecha a izquierda: Maristela Martins Miguel, hermana Josefa, madre Doña Zulmira, Marta M DeVito (gemela), Márcia Martins Miguel, Miriam Shlieper, Mónica Martins Miguel y Catharina M Helito (hija de Márcia)

práctica de yoga. “Tuve una visión clara de un modelo de negocio capaz de transformar residuos naturales en obras de arte, generar ingresos para recolectores y artesanos, y cuyos beneficios se reinvertieran en la preservación de bosques nativos y la restauración ecológica de la Amazonia del Mato Grosso”. Un modelo que uniera las habilidades y dones de varios miembros de su familia, transformando un gesto personal en un proyecto colectivo.

Ecoarts fue formalizada en 2007 como una asociación civil con siete mujeres y dos hombres de la familia, y fue reconocida como OSCIP al año siguiente. El vínculo con la tierra es profundo: la familia lleva tres generaciones en la región norte del Mato Grosso, donde pueblos indígenas habitan desde hace más de diez mil años. La misión de Ecoarts también pasó a ser contar esta historia —con ética y estética— y mostrar al mundo la riqueza de un ecosistema vivo, donde la naturaleza y la cultura coexisten de forma armoniosa. Cada pieza creada recibe el nombre de uno de los trescientos cincuenta pueblos originarios o de algunos de los más de mil cien ríos que desembocan en el Amazonas. Hoy en día, todas las mujeres de la familia trabajan en Ecoarts, y ya se está preparando a la cuarta gene-

“Nadie vive aislado. Por eso, ser también es una acción colectiva, es contribuir a mejorar la vida de todos los que nos rodean. Ser es una misión”

ración para continuar el proyecto. “Nuestra misión es valorizar lo inmaterial del bosque, dar visibilidad a lo que no se ve. Como dice Marta, mi hermana gemela: ‘la selva más allá de la selva’”, resalta.

Márcia nació en el interior del estado de São Paulo, gemela de Marta, en una hacienda cerca del río Paraná, que hace frontera con el Mato Grosso. Fue allí donde ella y sus siete hermanos pasaron su infancia y juventud. “Como éramos muchos y vivíamos en el campo, la naturaleza era parte de nosotros. Nuestra infancia fue un gran parque natural, donde jugábamos con lo que la tierra nos ofrecía: barro, lluvia, semillas, ramas. Todo era materia prima para la imaginación”, subraya. Cuando visitaban la hacienda

de los abuelos, ya en Mato Grosso, el escenario era aún más inmersivo: sin electricidad, respetaban el ritmo del sol y la luna, observaban el cielo estrellado y escuchaban los sonidos del bosque. “Había tiempo para escuchar, para conversar. Durante el día construíamos cabañas en el monte, soportando miles de picaduras de insectos. ¡Por la noche hacíamos concursos para ver quién tenía más picaduras!”, recuerda con humor. Cuando habla de los valores heredados, la respuesta viene con afecto: “De mi madre, creo que me gustaría haber heredado la belleza, pero heredaré la naturalidad, la generosidad, la libertad y la alegría. De mi padre, heredaré el coraje, el espíritu emprendedor, la organización y el pensamiento crítico. De ambos recibí amor, cada uno a su manera”. Para Márcia, la expresión ‘la esencia de lo esencial’ se resume en un verbo: ser. “Ser quienes realmente somos. Cumplir con nuestros dones con la máxima entrega, afrontar los desafíos con coraje y amor. Nadie vive aislado; por eso, ser también es una acción colectiva, es contribuir a mejorar la vida de todos los que nos rodean. Ser es misión”.





STYLE IN PROGRESS

La icónica marca JENNY POLANCO mantiene el espíritu de su creadora con una colección primavera-verano de 2025 llena de elegancia y aventura. Lino y ámbar continúan siendo sus señas de identidad y nos propone piezas atemporales y con clase.

Texto por **ROSARIO MIGUEL** • Fotografía por **KARLA READ**

El cambio de estación trae consigo nuevos olores, nueva luz y un nuevo reflejo del sol sobre el mar. La casa de moda dominicana Jenny Polanco se une con fuerza a este espíritu renovador, vistiendo para la aventura a mujeres audaces. Primavera y verano son tiempos de aventura, y debemos vestir en consecuencia. La nueva colección se presentó en un evento exclusivo, en el Hotel Kimpton Las Mercedes de Santo Domingo (República Dominicana), bajo la dirección de Sócrates McKinney. Con una puesta en escena elegante y aventurera, la firma reafirmó su visión de la moda como un diálogo entre la naturaleza y el estilo sofisticado. La apertura estuvo a cargo de





En las creaciones de la firma, la tradición y la feminidad tropical convergen en ajuares que encapsulan la esencia del Caribe, el ritmo y el sentir de su gente

Celinee Santos, Miss República Dominicana, quien dio inicio a un desfile marcado por la armonía entre cortes asimétricos, tejidos ligeros y una paleta inspirada en paisajes exóticos. Colores como camel, ámbar y 'buttercream' evocaron el calor de la sabana, mientras que el blanco icónico de la marca trajo luz y frescura a la colección. Cada diseño, impregnado de detalles artesanales, celebró la independencia y fuerza de la mujer moderna, ofreciendo piezas versátiles capaces de transitar de la naturaleza salvaje a escenarios urbanos con elegancia. Dicho evento contó con el apoyo de Lexus Dominicana y Hotel Kimpton Las Mercedes como patrocinadores oficiales, así como el apoyo de la Fundación Jenny Polanco por las Artes.

Jenny Polanco (1958–2020), diseñadora epónima, fue una fuerza creativa que durante cuatro décadas realzó la elegancia caribeña y se convirtió en un icono del diseño regional. Inspirada por la mujer dominicana, creó piezas modernas, sofisticadas y libres, adaptadas al estilo de vida isleño. No seguía tendencias, las definía. Hoy, su legado sigue vivo bajo la dirección de Carolina Socías López, quien mantiene su visión con frescura y elegancia.





ARTESANÍA EN CALMA

La colección 'SS25' de DOUCAL'S rinde homenaje al majestuoso Mediterráneo y a la tradición zapatera italiana. Piezas que combinan elegancia atemporal con sensibilidad contemporánea, pensadas para quienes caminan con estilo, propósito y sin prisa, pero con alma. Un lujo que se siente, no que se muestra.

Texto por **LORENZA ARANDA**

***Doucal's 'SS25':
una oda al
Mediterráneo, al
saber hacer italiano
y al lujo que no
necesita prisa***

En Las Marcas, entre colinas suaves y tradición centenaria, Doucal's sigue cultivando una elegancia que no se apura. 'SS25' nace de ese equilibrio perfecto entre herencia artesanal y diseño contemporáneo. Una exquisita colección que respira al ritmo del Mediterráneo: cálido, suave y sin artificios. Las siluetas se afinan, se aligeran. 'Loafers', mocasines, 'sneakers' y náuticos se reinventan en pieles flexibles y detalles cuidados, con una paleta que va del crema dorado al azul mar, pensada para días bajo el sol y noches que invitan a quedarse. El modelo 'Mario', reinterpretación del icónico 'Penny Loafer', celebra los cincuenta años de la firma con una construcción semiforrada, suela 'Golden Cream' y una plantilla de 'memory foam' cubierta en piel amarilla con el monograma de la casa. Comodidad y 'savoir faire'. Nottingham presenta una nueva suela de goma ultrasuave con trazo personalizado, mientras Newman y Spencer exploran el lujo informal desde otra mirada: ligereza, flexibilidad y una estética relajada, ideal para acompañar el ritmo de una vida real.

Doucal's combina tradición familiar con tecnología y sensibilidad actual. Fundada en 1973 por Mario Giannini en Montegranaro, hoy mantiene su corazón artesanal mientras abraza la innovación. Distribuida globalmente, desde Milán a Dubái, la marca está presente en grandes almacenes como Harrods, KaDeWe, Rinascente o Globus, además de 'boutiques' propias en París, Doha y Via Gesù. Cada par refleja una forma de caminar y de andar por la vida: auténtica, silenciosa y profundamente consciente. Este es un calzado que no necesita seguir el ritmo del mundo, porque está hecho para quienes deciden el suyo propio.



Evangelina Bomparola

Texto por **ALICIA SENABRE** • Fotografía por **FRANCO MUSSO**

La reconocida diseñadora argentina es una creadora incansable, curiosa y tenaz, que encuentra en la elegancia un refugio y en la autenticidad su más fiel aliada. Cada una de sus prendas es un susurro de lujo discreto, un equilibrio perfecto entre elegancia y sutileza. Ella no viste cuerpos, viste historias con un legado que perdura.

EN el panorama actual, donde las tendencias son fugaces y el tiempo parece devorarlo todo, existe una diseñadora que ha sabido construir algo eterno: un estilo propio. Evangelina Bomparola no sigue modas, sino que las trasciende. “Jamás abandonaré la búsqueda de la belleza y la autenticidad en todo lo que me rodea”, dice, y en esa declaración se condensa la esencia de su arte: una danza armónica entre la sofisticación y la atemporalidad. Desde su infancia absorbió la esencia de un Buenos Aires vibrante, de calles con historia y noches de verano donde el tango y el rock se filtraban por su ventana. Creció rodeada de mujeres que cosían, tejían y bordaban con la paciencia de quienes entienden que en cada puntada se teje también una historia; entre costuras y telas, la moda siempre estuvo allí. Esa herencia latente se entrelazó con sus estudios de danza y música forjando el talento y la sensibilidad que hoy definen su trabajo. Luego, la historia del arte y el periodismo llegaron como pinceladas que expandieron su consciencia,



**Con la precisión
de una artesana y
el audaz espíritu
de una visionaria,
Evangelina ha
tejido un universo
propio en el que
la moda habla un
lenguaje sin fecha
de caducidad**

dotándola de nuevos lenguajes con los que hoy narra su visión del mundo. Es una gran comunicadora, no solo con palabras, sino con texturas, volúmenes y líneas que cuentan historias sin necesidad de voz. Toda su formación es un eco que resuena en cada diseño: como un delicado bordado trazado con hilos de recuerdos. En cada prenda que diseña hay una parte de esa niña que creció entre costuras y melodías, absorbiendo un universo que con el tiempo convertiría en su propio lenguaje.

El trayecto de Evangelina no ha sido lineal. En 2002 decidió fundar su propia marca y, desde entonces, su nombre es sinónimo de un lujo inspirado en la libertad y confeccionado con los mejores textiles del mundo. Es una alquimista del diseño que concibe cada prenda como una pieza única resistente a la erosión del tiempo. Para ella, la elegancia no es una fórmula, sino una verdad inquebrantable. 'La modernidad eterna' es la filosofía que guía su atelier, donde el verdadero lujo radica en el detalle, en la delicada precisión de cada costura, en la búsqueda de lo esencial dentro de lo complejo. No es el artificio lo que define la elegancia, sino la autenticidad que emana de una prenda pensada para ser llevada más allá de una temporada. Sus creaciones desafían la caducidad, apostando por la permanencia de aquello que ha sido diseñado con alma y oficio. "El estilo no se traiciona porque es lo que siempre prevalece", declara. Si algo distingue su sello es su idea del lujo, que no necesita estridencias para imponerse. Cada pieza que lleva su firma no busca eclipsar a quien la viste, sino realzar su personalidad. "El objetivo final es reflejar un lujo discreto que resalte la personalidad de quien lleva puesta cualquier pieza de Evangelina Bomparola y que esto jamás decaiga con el paso del tiempo". Es este compromiso con la esencia lo que la ha llevado a vestir a algunas de las mujeres más influyentes del mundo, a presentar sus colecciones en las pasarelas más prestigiosas del mundo y a llevar su nombre más allá de las fronteras argentinas, conquistando a clientes internacionales con la calidad y exclusividad de sus creaciones. Hoy, con más de dos décadas de trayectoria, Evangelina se enfrenta a un ejercicio



**Mientras el mundo de la
moda gira vertiginosamente
al ritmo de las tendencias,
ella camina en otra
dirección, construyendo
diseños únicos con un sello
e identidad propia**

de memoria. Revisar el archivo de su marca no es solo un recuento de logros, sino también la confirmación de una filosofía de vida: el trabajo y la dedicación como pilares inquebrantables. "Amar y trabajar", responde cuando le preguntan por la esencia de lo esencial en la vida. Dos verbos sencillos que, en su aparente simplicidad, encierran una verdad profunda. Su historia es un testimonio de que la moda puede ser mucho más que un juego de apariencias; puede ser, también, un acto de resistencia, una declaración de principios, una forma de arte que nos viste por dentro tanto como por fuera. Evangelina sigue tejiendo historias con hilos y en cada costura nos deja impresa una lección imperecedera: lo que es auténtico, lo que nace desde la verdad, es aquello que jamás se desvanece.



KAFTÁN 'AMARA'

by

MALIKA MEKOUAR



El kaftán 'Amara', de la colección 'Malaika', celebra la fusión entre la tradición marroquí y la elegancia atemporal, con la ligereza y presencia de una prenda hecha para perdurar en el tiempo y en la memoria. Está disponible en dos tonalidades impactantes: azul real, que irradia confianza, y negro profundo, que evoca sofisticación. Una pieza pensada para mujeres que se mueven con firmeza y ligereza, con gracia e intensidad. Confeccionado en seda 100 % auténtica, su tacto es tan

exquisito como la fluidez de su silueta, creando un movimiento natural que envuelve el cuerpo con delicadeza. No grita, pero susurra historia, herencia y carácter. Un gesto de belleza consciente que se lleva con orgullo, de día o de noche, en cualquier lugar del mundo, pero siempre con alma. 'Amara' encarna el ADN de 'Malaika Collection': herencia y modernidad en equilibrio, pensado para mujeres que eligen la elegancia como extensión de su presencia. Discreta, pero inolvidable.

Texto por DÉBORA RODRIGUES LOPES

DIKTAT





Pamela y Enilda

En un rincón del Caribe donde la tradición aún vive y el trabajo artesanal es un lenguaje sagrado, una mujer dio forma a una marca, QUVEL, inspirada en la historia de la familia de su esposo, y más tarde, junto a su hermana, convirtió ese proyecto en un homenaje compartido a los valores que ambas aprendieron, al eco de una familia y al orgullo de sus raíces.

Texto por ALICIA PASCUAL

En un mundo saturado de modas efímeras y consumo impersonal, aún hay historias que devuelven la fe en la autenticidad y el valor de lo bien hecho. Quvel es una de esas historias: un proyecto que nació del legado del esposo de Pamela y su familia, y que más tarde tomaría un nuevo impulso con la incorporación de Enilda, transformándose en una visión compartida entre hermanas. Dos hermanas nacidas en el corazón de la República Dominicana, que han convertido su herencia familiar en una declaración de estilo, de identidad. Bajo el nombre de Quvel han trazado un camino que no solo honra la artesanía, sino que también celebra con orgullo la riqueza cultural de su tierra natal. Fundada en 2014, no es solo una marca de calzado y marroquinería, es

la segunda generación de una familia forjada entre hilos, cueros y sueños, con más de tres décadas de experiencia trabajando para firmas internacionales de renombre como Timberland, Sebago, G.H. Bass o Chaco. Quvel es, en la actualidad, una voz propia que emerge con firmeza. Enilda y Pamela han logrado canalizar sus talentos individuales en una sinfonía común. Enilda, con una formación cosmopolita que abraza Florencia y París, ve la moda como un lenguaje cargado de alma, como una forma de narrar lo que somos sin necesidad de palabras. Por su parte, Pamela aporta una mente estratégica y creativa derivada de sus estudios en mercadotecnia y su experiencia previa al frente de su propia marca de accesorios en piel. Juntas han creado un



Pamela y Enilda Fernández

Dos hermanas con la misión de poner en valor lo hecho a mano y conservar el cuidado por los detalles

universo estético y emocional que se traduce en piezas que latén al ritmo de su historia: la historia de una familia y un país lleno de color. El uso de técnicas tradicionales como el cosido a mano, la selección de pieles de primera calidad y la meticulosa atención a los acabados hacen de cada producto una inversión estética, emocional y duradera. Más aún, Quvel ofrece a sus clientes la oportunidad de personalizar sus piezas, dando espacio a la identidad de cada uno. En ese gesto se esconde una declaración poderosa: cada individuo

Es su reinterpretación, es mirar hacia atrás con respeto y hacia adelante con audacia, es tomar lo aprendido en casa y proyectarlo al mundo con una voz nueva, propia, serena pero firme. Quvel no nació de la urgencia, sino de la conciencia. De la convicción profunda de que la moda no debe ser pasajera, sino significativa. Cada pieza, elaborada íntegramente a mano por artesanos dominicanos, es fruto de un proceso cuidadoso que honra décadas de saber tradicional. Es una forma de ver el mundo. Una filosofía que apuesta por



merece caminar con lo que lo representa, con lo que lo hace sentir en casa. Este enfoque responde a una visión del estilo profundamente humana. Para Quvel vestir no es adornarse, sino decir quiénes somos. Es moverse con dignidad, con intención, con armonía. Sus diseños reflejan una visión cuidada y coherente: propuestas que van desde la reinterpretación de las formas típicas en 'Los clásicos' hasta diseños inspirados en la vitalidad del deporte en su 'Colección de pádel', siempre bajo el sello de la artesanía dominicana y la búsqueda de una elegancia duradera. No hay en sus diseños ruido ni artificio, solo veracidad. Desde su origen en Santiago de los Caballeros, en la República Dominicana, Quvel se erige como un puente entre el pasado y el presente, entre la herencia familiar y la mirada al futuro. En cada par de zapatos, en cada bolso que sale de su taller, resuenan autenticidad, respeto y belleza atemporal. Detrás de cada decisión estética, de cada elección de material o trazo de diseño, se encuentra la mirada sensible y complementaria de dos mujeres que han sabido convertir su visión compartida en un proyecto de futuro.

Cada creación de la marca es una ofrenda honesta, un gesto de gratitud hacia un legado familiar que les enseñó que la excelencia comienza por el respeto a la comunidad

la calma, por lo duradero, por lo que tiene historia y sentido. Es una marca para quienes valoran lo invisible: el esfuerzo que no se ve, el tiempo que toma hacer las cosas bien, la emoción que despierta lo auténtico. Porque hay marcas que se borran con el tiempo, y hay otras que, como Quvel, se escriben en la piel y permanecen. Enilda y Pamela no solo lideran lo que un día comenzó con el impulso visionario del esposo de Pamela y su familia; sino que también custodian una herencia, impulsan un oficio y convierten la artesanía dominicana en un patrimonio que no se gasta. Se transforma, se hereda, permanece. Donde otros buscan tendencia, ellas eligen verdad.





Andrea Ferreira

Texto por ISABEL PILAR DE FIGUEIREDO • Fotografía por NUNO MARQUES

Con una trayectoria en la que se entrecruzan el conocimiento, la ética y una visión humanista, la COO de VIOLAS FERREIRA representa a una nueva generación de líderes: integradores, conscientes y comprometidos con un mundo más sostenible, justo y humano. En el centro de su actuación está la convicción de que es posible conciliar el rendimiento con el propósito, la productividad con el bienestar y las ganancias con el legado.

EN el universo inmobiliario, donde las decisiones estructuran no solo ciudades, sino también modos de vida, Violas Ferreira SICAFI Especial, SA se distingue por su enfoque centrado en el propósito, la ética y una visión a largo plazo. Esta empresa, nacida de la fusión entre I.I.I. SA, fundada en 1969 por Manuel de Oliveira Violas, y Corfi Imobiliário SA, representa hoy un sólido ejemplo de una ‘family office’ orientada a la inversión estratégica en inmuebles con ubicaciones privilegiadas y reconocido potencial transformador. La filosofía de Violas Ferreira parte del principio de que las ubicaciones insustituibles crean oportunidades extraordinarias. Ese enfoque ha llevado a la empresa a destacar en segmentos como el comercio minorista, oficinas y residencias multifamiliares, manteniendo una alta tasa de retención de inquilinos y un rendimiento de referencia en la gestión patrimonial. En el centro de esta trayectoria está un liderazgo impulsado por el conocimiento, la integridad y la ambición de hacer más que construir: transformar realidades a través de los espacios.

“Soy una ‘lifelong learner’”, resume la COO y miembro del Consejo de Administración de Violas Ferreira, cuya carrera está marcada por una profunda intersección entre arquitectura, gestión inmobiliaria y bienestar. Graduada por la FAUP (Facultad de Arquitectura de la Universidad de Oporto) en 2004,

Andrea Violas Ferreira comenzó su carrera en estudios de arquitectura, pero rápidamente migró al sector inmobiliario, donde, desde 2006, ha recorrido un camino con resultados visibles, y donde es notable y reconocible su ‘huella’ y forma de actuar. Fundó el departamento de gestión de obras y mantenimiento, anticipándose a las necesidades del mercado y aportando una

visión práctica y humana a la construcción y gestión de activos inmobiliarios.

“Aprender es un proceso continuo, y el conocimiento, aliado a la experiencia, nos permite soñar en grande, desafiar límites y construir un futuro más sostenible y equilibrado. Creo que el conocimiento es poder: poder para tomar mejores decisiones, para influir positivamente en quienes nos rodean y, sobre todo, para tener una visión más holística de las situaciones. Esa búsqueda constante de saber, con un enfoque práctico e integrador, es lo que me impulsa cada día”, enfatiza.

Hoy, en calidad de una de las principales líderes del fondo inmobiliario, Andrea destaca no solo por sus competencias

técnicas, sino también por una visión que combina innovación con responsabilidad social y ambiental. Entre los proyectos que más la enorgullecen está el Porto Office Park, reconocido como un referente en sostenibilidad aplicada a oficinas y galardonado con diversos premios. “Creamos espacios que no solo son buenas inversiones, sino que también promueven calidad de vida”, afir-

“La elección de las ubicaciones es esencial. Uno de los proyectos de los que más orgullosa me siento es el Porto Office Park, un referente en sostenibilidad en el sector de oficinas, reconocido con varios premios”

“Cada elección y cada acción deben reflejar nuestros valores y el impacto que queremos dejar en el mundo”

ma. En Violas Ferreira, el lema ‘Beyond Space’ no es solo una firma de marca, sino también una filosofía. Cada intervención urbana está concebida para generar valor continuo: para quienes la utilizan, para la comunidad y para el tejido urbano. Esto implica, más que construir, anticipar los desafíos del futuro e incorporar soluciones que fomenten el bienestar, la productividad y la sostenibilidad. “Queremos crear entornos que ayuden a las empresas a atraer y retener talento, que fomenten la colaboración y el equilibrio entre la vida personal y profesional”, añade. Esa forma de actuar en el sector se sostiene en un compromiso ético con los socios, los usuarios y el medio ambiente. Los activos inmobiliarios de la empresa están diseñados para evolucionar con el tiempo, manteniéndose relevantes e impactantes, no solo en términos económicos, sino también sociales y ambientales.

La ciudad de Oporto, donde nació y creció, es tanto escenario como inspiración para la visión de esta gestora. Para Andrea es una ciudad emergente, un centro de innovación y emprendimiento que ha sabido equilibrar la modernidad con la autenticidad. “Supo modernizarse sin perder su identidad. Ese equilibrio entre tradición y vanguardia es lo que la hace única”, apunta. Para quienes viven y trabajan allí, Oporto ofrece más que calidad de vida. Ofrece raíces y comunidad. “Aquí hay una energía especial, un arraigo que se siente y que impacta directamente en el bienestar de las personas”, subraya. A los ojos de los turistas es una experiencia sensorial: desde la gastronomía hasta la arquitectura, del vino a la hospitalidad, es una ciudad que acoge con alma y sencillez.

Hija de Oporto y formada en un contexto multicultural gracias a su paso por el Colegio Alemán, su infancia estuvo marcada por la curiosidad y la fascinación por el dibujo, las historias y los espacios. “Siempre me fascinó el poder que tienen los ambientes de generar emociones”, recuerda. Esa sensibilidad precoz la condujo a la arquitectura y, más tarde, al sector inmobiliario y al bienestar integrativo. A nivel personal identifica dos grandes pilares heredados de sus padres: de su madre, la resiliencia; de su padre, la disciplina y la ambición. Estos valores moldearon su forma de liderar, emprender e influir. Son también la base de su actuación en organizaciones como WIRE Portugal, una asociación que promueve la diversidad y la inclusión en el sector inmobiliario, especialmente el papel de las mujeres, a través de debates, programas de mentoría y ‘networking’. Su actuación no se limita al ámbito corporativo. Paralelamente siguió una pasión por el bienestar y se convirtió en ‘Integrative Nutrition Health Coach’ por el IIN (Institute for Integrative Nutrition, Nueva York). De ese camino nació VARD Wellness, cofundada con el objetivo de desarrollar so-



En Violas Ferreira, el lema ‘Beyond Space’ no es solo una firma de marca, sino también una filosofía. Cada intervención urbana está pensada para generar valor continuo

luciones integrativas para la salud y el equilibrio. Su visión sobre el inmobiliario es, por tanto, holística: ve los espacios como extensiones del cuerpo y de la mente, capaces de influir en los estados emocionales, la productividad y la calidad de vida. Cree que el futuro estará definido por cómo integramos sostenibilidad, innovación y conciencia en las decisiones del presente. Para ella, construir es más que levantar estructuras: es moldear experiencias humanas con propósito. Sobre la esencia de lo esencial, es categórica: “Es el equilibrio”. Entre trabajo y vida personal, entre progreso y bienestar, entre innovación y respeto por las raíces. Para Andrea, es esa alineación entre propósito y acción lo que define una vida significativa. “Cada elección y cada acción deben reflejar nuestros valores y el impacto que queremos dejar en el mundo”.





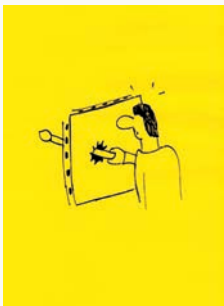
NACHLEBEN. LA PINTURA COMO ARTE CONCEPTUAL



PINTURAS AEROPOSTALES —Eugenio Dittborn



PUNTOS CARDINALES —Jessica Stockholder



QUE LA CUMBIA SUENE MÁS FUERTE QUE LOS PROBLEMAS —Adrián Martínez

Sônia Diniz

Texto por ANABEL MOUTINHO • Fotografía por FERNANDA SABBAG

El trabajo es la brújula de la empresaria brasileña, que siempre está un paso por delante cuando se trata de decoración. Fundadora de FIRMA CASA —tienda que desde hace treinta y uno años es referencia en curaduría de diseño—, siempre tuvo un papel crucial en la promoción de los Hermanos Campana. Viajó por el mundo y vivió en el extranjero antes de iniciar el trabajo que la haría famosa internacionalmente. Siempre atenta a las tendencias, ella marca el rumbo de la vanguardia del diseño de mobiliario.

EL diseño que valora Sônia Diniz Bernardini tiene historia. Y fue compartiendo algunas de esas historias cuando nos recibió en la tienda Firma Casa, en São Paulo. Pedagoga de formación, viajó por todo el planeta y vivió en los Estados Unidos. Ya tenía tres hijos cuando se detuvo a respirar, recalculó la ruta y cuidarse a sí misma. Declarada adicta al trabajo, solo comenzó a importar muebles después de la instauración de la nueva política industrial y de comercio exterior en Brasil, que en la década de los noventa estableció un cronograma de reducción de aranceles. Sônia recuerda que, cuando empezó, en 1994, el concepto de diseño aún era desconocido para gran parte de los brasileños. Esa falta de conocimiento fue lo que la motivó a abrir la tienda y, junto con ella, promover círculos de conversación con nombres de la vanguardia del diseño de mobiliario. Los encuentros atraían principalmente a estudiantes de arquitectura y diseño. Como no existía internet en la época, Sônia preparaba hojas informativas sobre los invitados. “Los estudiantes venían y preguntaban... ¿Nos pueden dar ese papelito? Esa era su fuente de investigación. Que hoy se hace en internet o en Google. En aquella época no existía y nosotros entregábamos ese papelito. Era como una enciclopedia”, afirma. Los italianos Achille Castiglioni y Carlo Molino fueron algunos de los vanguardistas que participaron en esos encuentros, que ocurrían los sábados en la Alameda Gabriel Monteiro da Silva. En aquel entonces, la calle era predominantemente residencial; hoy es un referente en diseño, albergan-

do unas ciento cuarenta tiendas que atraen al público por la experiencia: productos exclusivos, horarios alternativos y ambientes inusuales.

A pesar de que Firma Casa siempre mantuvo los ojos y las puertas abiertas a lo más vanguardista del mercado internacional, Sônia nunca dejó de lado el talento brasileño. Uno de sus descubrimientos más destacados fue el dúo Fernando y Humberto Campana, conocidos como los Hermanos Campana. Firma Casa y su curaduría fueron responsables de dar visibilidad a su trabajo, que hoy en día es reconocido a nivel internacional. Actualmente, las piezas firmadas por los Campana forman parte de colecciones de museos como el MoMA en Nueva York. Son reconocidas por el uso creativo de materiales inesperados. Sônia ya trabajaba con ellos cuando, en 1998, lanzaron su primera silla con Edra, especializada en muebles de diseño innovador. La pieza, hecha con cuerda roja, se convirtió en una de las creaciones más icónicas de la dupla. “Les dije: ‘Todo lo que hagan afuera, lo voy a traer a Brasil’. Apenas lanzaron la silla, empecé a trabajar con Edra también. Hasta hoy, todo lo que la firma italiana lanza de ellos, yo lo traigo”, subraya.

Esa relación estrecha con Edra y los Campana fortaleció el papel de Sônia como curadora. Cuando se le pregunta cuál de los hermanos era más creativo, es categórica: “El trabajo de los dos era una simbiosis. ¿Cuál era más creativo? Para mí, eso no existe. Se fundían y se complementaban”. Fernando falleció en 2022. Humberto sigue creando, manteniendo viva la esencia de la dupla. El

“Creo en las series limitadas. En que el artesano o diseñador hará cinco, diez piezas y nada más. Estamos caminando hacia el ‘design art’”



Centro Pompidou, en París, adquirió setenta obras y documentos de los hermanos para su acervo permanente, una forma de preservar el legado que acerca el diseño al arte. Sônia observa que el ‘design art’ de los Campana siempre desafió a la industria. “Algunas piezas son imposibles de producir industrialmente. La cuerda, por ejemplo, la fabrica un señor que sigue trabajando hasta hoy. Y la silla ‘Favela’ se hace en Rio Grande do Sul y se envía a Italia”. Inspirada en las comunidades periféricas de São Paulo, esta pieza está construida con listones de madera descartados. Para la curadora, su historia es tan importante como el objeto en sí. Explica que algunas piezas necesitan contexto para poder venderse. “Tomas un Carlo Mollino. Tomas un Castiglioni con el banquito ‘Sella’, con el banquito ‘Mezzadro’. Todo tiene historia. Y para vender eso, necesitas contar la historia, si no, te van a decir: ‘Se volvió loca’”. La ‘Sella’ fue diseñada a partir de un asiento de bicicleta fijado a un eje de acero pintado de rosa y una base hemisférica de hierro fundido. Forma parte de las colecciones de los museos más importantes del mundo. ‘Sella’ nació del deseo de Castiglioni de crear un asiento cómodo que permitiera sentarse —pero no del todo—, moverse, levantarse y volver a sentarse libremente mientras hablaba por teléfono, que en esa época era fijo. Desde el inicio, Sônia entendió que el diseño era mucho más que estética: era expresión cultural, identidad y memoria. Vio en Firma Casa una plataforma para educar, provocar y transformar la mirada del pú-

**“¿Hacia dónde vamos?
Nuevamente hacia lo
artesanal. Aquello que
está hecho a mano. Que
es natural. Que viene
de la tierra. Series
limitadas. Lo artesanal
va a costar más caro”**

blico brasileño. Creó un puente entre el diseño de autor y el mercado consumidor. Para ella, innovación y tradición no son opuestos, sino complementarios. “Porque va a poner en su casa una pieza que le dará placer, y un amigo llegará y dirá: ‘¡Qué increíble esto! Cuéntame la historia’. Porque del diseño que a mí me gusta, todos tienen historia”. La curadora no solo acompañó los cambios del mercado, sino que también ayudó a moldearlos. Es justamente ahí donde Sônia proyecta el futuro del diseño de vanguardia. Para ella, el lujo está en la exclusividad, y, por lo tanto, camina de la mano con lo artesanal. Para actuar en este nicho apuesta por empresas familiares, como la suya, que trabajan con piezas exclusivas. Mientras que las grandes cadenas atienden al mercado masivo, ella cree que el público de alto poder adquisitivo busca experiencias personalizadas tanto en el producto como en el servicio. “¿Hacia dónde vamos? Nuevamente hacia lo artesanal. Aquello que está hecho a mano. Que es natural. Que viene de la tierra. Series limitadas. Lo artesanal va a costar más caro”, explica. Esta valorización de lo hecho a mano y de la historia detrás del objeto está alineada con uno de los principios centrales de Sônia: “La casa es el reflejo de la vida. El paisaje del hogar refleja quién eres”, puntualiza. Un diseño como forma de expresión y legado cultural. Con esta reflexión, dejó una pregunta: ¿Ya pensaste cuál será el próximo mueble en tu casa?.



Francesca Busnelli

Texto por ROSARIO MIGUEL

Con una sólida formación en economía y gestión empresarial, y especializada en moda y diseño por la prestigiosa Universidad Bocconi, el recorrido profesional de esta empresaria ha transcurrido entre Londres y Nueva York, hasta su rol directivo en EDA, histórica empresa textil italiana. Aquí continúa su compromiso con la atención a los detalles y la calidad.

Francesca Busnelli representa un tipo de liderazgo poco común: sensible, estético y profundamente humano. Su visión del trabajo y de la vida se sostiene sobre valores que, aunque simples en apariencia, resultan esenciales: respeto, entusiasmo, transparencia, gusto, energía y una inagotable ‘voglia di fare’, o como diríamos en español, ganas de hacer. Esos principios los aplica tanto en su vida personal como en su actividad profesional, y hoy marcan el rumbo de EDA, una histórica empresa textil italiana con más de sesenta años de trayectoria en el sector textil. Bajo su dirección, la firma se proyecta hacia un modelo más contemporáneo, donde la creatividad, la personalización y la escucha activa del cliente son el verdadero eje de diferenciación en un mercado cada vez más competitivo.

La historia profesional de Francesca comienza formándose en economía y gestión empresarial, para luego especializarse en Fashion Experience y Design Management en la prestigiosa Universidad Bocconi de Milán. Su carrera se inició con prácticas en Londres y Nueva York, donde entró en contacto con el mundo de las relaciones públicas y la moda. A su regreso a Italia comenzó una etapa clave de su vida laboral en B&B Italia, la empresa familiar dedicada al diseño de mobiliario de alta gama. Allí pasó casi una década en los departamentos comercial y de control de gestión. Aquella experiencia le marcó profundamente y le enseñó a valorar aspectos como la calidad, la atención al detalle y la importancia del cliente. Todo ese bagaje, orientado al mundo B2C (de la empresa al cliente final), le fue de gran utilidad cuando su camino se cruzó con EDA, aunque el enfoque cambió, pasando a tener como cliente a otras empresas, lo que permite una mejor comunicación. “Estamos en el mismo sector, el del

“Nunca se trata de una elección estéril de nuestro muestrario, sino de un verdadero intercambio, pruebas y muestras para encontrar lo que busca el cliente”





“EDA quiere ser una ‘boutique’ donde la creatividad y el diseño estén en el centro, donde el cliente pueda crear algo diferente gracias al equipo a su disposición”

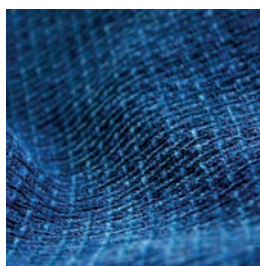
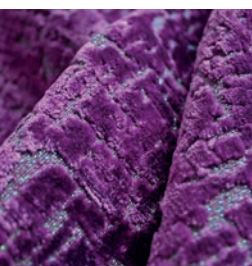
mueble en el que crecí, pero es realmente muy diferente en cuanto a dinámica, enfoque y usuario final”, afirma. Su llegada a la empresa fue, como ella misma reconoce, fruto del azar. Conocía la firma y se acercó inicialmente para encargarse de la división de producto terminado, en especial las líneas de ‘cashmere’ y lana, pero enseguida captó el enorme potencial creativo y la riqueza estilística de la compañía. Fue entonces cuando, junto a una pequeña ‘holding’, decidió invertir en la totalidad del capital de EDA, asumiendo así una nueva responsabilidad y un gran reto: dar continuidad a una empresa con una identidad muy definida, sin perder su esencia y, al mismo tiempo, proyectarla hacia nuevos horizontes. “He sentido una responsabilidad importante hacia las personas que trabajan en EDA y de dar un sentido de continuidad, manteniendo el ADN de la empresa, que es el de una empresa creativa”, apunta.

EDA se distingue por ofrecer mucho más que tejidos: ofrece posibilidades. Con una estructura diseñada como si fuera una ‘boutique’, el corazón de la empresa late en su departamento creativo, compuesto por seis diseñadores más una directora artística. Esta configuración permite que el cliente —ya sea un editor textil, una marca de lujo o un estudio de diseño— pueda dialogar directamente con el equipo para desarrollar propuestas únicas, ajustadas a sus necesidades. “EDA quiere ser una ‘boutique’, donde la creatividad y el diseño están en el centro”, señala Francesca, subrayando un modelo basado en la escucha activa y la colaboración. Lejos de limitarse a

mostrar un catálogo de productos, en EDA se trabaja bajo un enfoque artesanal y de cocreación: cada tejido es el resultado de una conversación, de un proceso de prueba y error, de ajustes y afinaciones que desembocan en una pieza única. No es casi nunca una elección estéril desde el muestrario, sino una verdadera colaboración.

La versatilidad de sus cuarenta telares les permite producir una amplia variedad de tejidos y terciopelos, tanto planos como ‘jacquard’, lo que multiplica las posibilidades de personalización. Esta capacidad técnica, unida a una cultura de diseño profundamente italiana, convierte a EDA en un socio estratégico para las marcas que buscan diferenciarse a través de la calidad y la estética. La empresa está actualmente digitalizando su impresionante archivo de más de diecinueve mil referencias, un legado valiosísimo que pronto estará al alcance de sus clientes de manera más ágil e interactiva. Este proceso de digitalización es una muestra del equilibrio que Francesca intenta mantener entre la tradición artesanal y la innovación tecnológica. Más allá de lo técnico, ella tiene una concepción estética y emocional del diseño. Considera que el tejido en el mobiliario es comparable al vestido en una persona: puede definir su personalidad, realzar sus formas y transformar su presencia. El color, la textura, la luz y los materiales configuran no solo el ambiente de una casa, sino también su identidad. “Un sofá ‘anónimo’ con un buen tejido, especial y no básico, cambia completamente de aspecto y se vuelve importante”, explica. Según

Más de diecinueve mil tejidos archivados conforman el tesoro digital de EDA, un activo increíblemente valioso que se enriquece continuamente con nuevos artículos



ella, el hogar no debería parecer un catálogo de diseño, sino un reflejo auténtico de quienes lo habitan. “La casa está hecha de mobiliario, pero también de recuerdos, piezas adquiridas durante viajes, arte...”, explica. Por eso, apuesta por la personalización, por atreverse, por aportar su propia impronta, evitando que la casa sea un reflejo del gusto del arquitecto, y no de quien la habita. Así lo ha hecho recientemente en su propio salón, que ha rediseñado con una mirada más osada gracias a su experiencia en el sector textil. A su vez, EDA, aunque trabaja esencialmente con Europa y América, está poniendo la mirada en mercados emergentes como India, Vietnam y Malasia, territorios con una rica tradición arquitectónica y decorativa que comienzan a acercarse al diseño occidental. Francesca interpreta este fenómeno como una evolución cultural natural: influenciados por el turismo, las revistas de ‘lifestyle’ y, sobre todo, por la cinematografía de Hollywood, estos países están desarrollando un nuevo gusto estético que combina lo moderno con sus propias raíces. Según su lectura, este acercamiento tiene un componente aspiracional fuerte, pero también una voluntad de evolución sin renunciar a la identidad local. La empresa, además, mantiene un compromiso sólido con el ‘made in Italy’, no como etiqueta comercial, sino como valor real. En un mundo donde la autenticidad y la calidad son más buscadas que nunca, EDA ofrece una combinación de diseño, técnica, cultura y gusto que solo puede nacer en Italia. Francesca lo entiende así, y lo impulsa a través de cada decisión estratégica, de cada tejido que sale de sus telares, de cada nueva colabora-

ción con marcas y diseñadores. Por último, su visión personal de la vida también influye en su manera de liderar. Habla con convicción sobre los valores heredados de su familia: honestidad, respeto, sentido del deber y empatía, todos ellos pilares que intenta transmitir a sus hijas. Para ella, lo verdaderamente importante no se ve a simple vista. “La búsqueda de la paz interior no pasa por las cosas, sino por aquello que llena el alma”, dice, citando a ‘El principito’: “Lo esencial es invisible a los ojos”. Es, en definitiva, una manera de vivir y de trabajar donde lo bello no es solo lo que se ve, sino también lo que se siente.



MARUJA MALLO



Maruja Mallo, El mar, 1938. © Maruja Mallo, VEGAP, Santander, 2025.

MÁSCARA Y COMPÁS

Pinturas y dibujos de 1924 a 1982

12/04
14/09
2025

CENTRO
BOTÍN
CENTRO

MUSEO NACIONAL
CENTRO DE ARTE
REINA SOFIA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA

Entradas a la exposición
en centrobotin.org

Susanna Minotti

Texto por **MAIKEL TAPIA** • Fotografía por **JOSUI YASUDA / BUNKA PUBLISHING BUREAU**

Desde una infancia rodeada de texturas, formas y relatos familiares hasta contribuir con sensibilidad el universo estético de una de las firmas más emblemáticas del diseño italiano, hoy está guiada por su padre Roberto y su tío Renato, junto con la tercera generación, que incluye a sus primos Alessio y Alessandro y a su hermano Leonardo. Su manera de entender el interiorismo combina herencia, sensibilidad contemporánea y rigor estético, donde cada espacio se convierte en una expresión auténtica de estilo, equilibrio y profundidad.

Hay empresas que no solo representan un estilo, sino que lo encarnan. Minotti es una de ellas. Con raíces firmemente ancladas en la Brianza —epicentro productivo del mobiliario italiano— la prestigiosa firma ha tejido a lo largo de décadas una narrativa en la que diseño, cultura e identidad se entrelazan con la misma fluidez que sus icónicas colecciones. En ese tapiz complejo y apasionante, la figura de su directora de decoración de interiores representa un hilo esencial: tercera generación de una familia dedicada con devoción al diseño, Susanna aporta una sensibilidad única, una perspectiva empática y transversal. Creció en Meda, una ciudad entre Como y Milán, y su infancia fue todo menos convencional. “De niña solía visitar con frecuencia la empresa de mi abuelo, que siempre fue para mí un lugar



Susanna Minotti, directora de decoración de interiores de Minotti S.p.A. y tercera generación en la empresa familiar

inspirador y fascinante donde experimentar con materiales, texturas y colores”, explica. Aquellas visitas tempranas sembraron una semilla que hoy florece en un rol estratégico: el de canalizar la identidad de la marca a través del espacio y piezas de mobiliario que expresan elegancia sartorial, sobriedad estética y alta calidad, atendiendo no solo a lo que se ve, sino, sobre todo, a lo que se siente.

Su llegada oficial a la empresa en 2013, tras varias experiencias académicas y laborales en los Estados Unidos, marcó un punto de inflexión personal y profesional. “Decidí incorporarme con el deseo de contribuir al desarrollo de una visión proyectual cada vez más atenta a cómo las personas viven, habitan y perciben los espacios”, apunta. Un enfoque que pronto se potenció con un máster en Counseling, reflejo de una vocación humanista que rara vez se asocia al mundo empresarial, pero que en su caso se convierte en diferencial: “La capacidad de escucha, la empatía, la comprensión de las necesidades y de las dinámicas relacionales —elementos que también traduzco en la creación de espacios— son habilidades fundamentales para mí”. A pesar de que el apellido Minotti podría haber hecho más sencillo su ingreso, lo cierto es que su integración en la empresa familiar no obedeció a la inercia. Fue, más bien, un proceso de elección consciente, casi ritual. “Me acerqué al mundo de la arquitectura y el diseño de forma natural e instinti-

va, impulsada por una pasión que siempre he tenido y por un sentido de pertenencia que nació al crecer en un entorno donde estos temas eran parte de la vida cotidiana”, afirma. Con el tiempo, la pasión se convirtió en vocación, y la vocación en responsabilidad. Una que asume con delicadeza, pero también con firmeza: “Hoy siento un fuerte deseo de dar continuidad a este recorrido, contribuyendo con mi mirada y mis competencias a preservar y renovar un patrimonio cultural y productivo que pertenece no solo a mi familia, sino también a todo un territorio rico en cultura, saber hacer y capacidades únicas en el mundo”. Esta visión, profundamente arraigada en el respeto por el origen, se proyecta también en el modelo de gestión de la compañía. Su enfoque estratégico se traduce en productos más coherentes, relaciones más sólidas y una identidad de marca más definida. “Avanzamos según nuestro biorritmo empresarial, apostando con mayor eficacia por la creatividad, la investigación y una estructura sólida en cada fase”, destaca.

Minotti se encuentra actualmente en un proceso de expansión internacional —cuenta con más de sesenta tiendas insignia y trescientos distribuidores autorizados en los mercados más estratégicos del mundo— que no responde a modas pasajeras, sino a una consolidación estratégica. “Hemos perfeccionado una sofisticada y transversal estrategia de distribución que privilegia la presencia en espacios expositivos dedicados a la marca, con el objetivo de comunicar de manera integral nuestra identidad”, comenta. Entre las aperturas más recientes se encuentran Dubái, Hamburgo, Cannes y Hanói, mientras que los próximos focos se sitúan en los Estados Unidos y República Popular China. Este crecimiento, sin embargo, no desdibuja al destinatario final del universo Minotti: un público global, pero exigente, con gusto refinado y amante de la exclusividad. Para ello, la firma ha apostado por colecciones versátiles y una agilidad operativa que permite atender sectores tan específicos como el ‘yachting’. La herencia, en su caso, no es solo genética ni profesional, sino

“Gestionar nuestra empresa de manera independiente nos permite perseguir nuestra visión a largo plazo sin tener que justificar nuestras decisiones ante terceros”

ética. “Mis padres me transmitieron valores que llevo conmigo cada día: la seriedad, el pragmatismo y el sentido de la responsabilidad, pero también la pasión por el trabajo y la capacidad de encontrar en mi labor una misión”, subraya. Una pasión que creció día a día a lo largo de los años, compartidos junto a su padre, tío y primos, que ingresaron en la empresa antes que ella: “Me enseñaron a no conformarme nunca con la primera respuesta, sino a preguntarme siempre si lo que estoy haciendo representa realmente la mejor elección”. Y es que para Susanna, de hecho, la esencia de su trabajo reside en una presencia consciente y comprometida. “Cualquier actividad que se emprenda debe realizarse con total dedicación y compromiso. Solo así se genera un valor auténtico y duradero”, remarca. “Lo que realmente importa es saber transmitir, a través del propio trabajo, la propia vida, el ejemplo personal, las palabras y las acciones, un sentido profundo de belleza y significado”, añade. En tiempos donde la velocidad y el ruido parecen imponerse, este principio —fundado en un compromiso serio y respetuoso con su trabajo— sigue guiándola. Representa una voz pausada, clara, profundamente humana.

Y en esa pausa, como en los mejores espacios firmados por Minotti, es donde emerge la armonía.



“Nos comprometemos a garantizar calidad tanto en el producto como en el servicio: es necesario ofrecer respuestas y soluciones a nuestros clientes en tiempo real”

Zooco Estudio

Texto por **M. ARAGÜÉS** • Fotografía por **DAVID ZARZOSO**

Miguel Crespo Picot, Javier Guzmán Benito y Sixto Martín Martínez fundaron este estudio con la convicción de que la arquitectura debe perdurar más allá de las modas. Con sedes en Madrid y Santander, y una trayectoria reconocida dentro y fuera de España, su trabajo busca la esencia en cada gesto, conjugando tradición, materia y paisaje con una mirada contemporánea y sin artificios.





“Lo que nos motiva es que cada obra sea una oportunidad para aprender y, al mismo tiempo, una afirmación de quiénes somos como estudio”



De izquierda a derecha: Javier Guzmán Benito, Miguel Crespo Picot y Sixto Martín Martínez

EN un mundo saturado de estímulos visuales y cambios veloces, hay estudios que deciden caminar a otro ritmo. Este es uno de ellos. Su trabajo se caracteriza por una calma formal y material que no es casual, sino el resultado de una reflexión constante sobre qué significa habitar. “La coherencia nace de una mirada constante hacia lo esencial. No perseguimos una estética, sino una manera de hacer: trabajar con honestidad, entendiendo cada material por lo que es y no por lo que aparenta. Lo atemporal surge cuando la forma responde con naturalidad a la función, y cuando los espacios se construyen para perdurar en el tiempo”. Así explican su identidad los tres socios fundadores. Una arquitectura sin estridencias, pero cargada de sentido, donde cada decisión importa. Esa fidelidad a lo esencial se refleja especialmente en proyectos como Casa Loredo, una vivienda sobre un acantilado del norte de España que se abre al paisaje del Cantábrico sin artificios. Piedra, hormigón, madera: una paleta austera que, lejos de limitar, libera. No se trata solo de construir con el entorno, sino desde él. “El lugar nunca es un telón de fondo: es el punto de partida. Observamos su luz, su geometría, su lenguaje. Cada proyecto intenta ser un diálogo con el entorno,

no una imposición. El contexto nos ofrece límites, pero también inspiración. Cuando lo entendemos y lo incorporamos, el proyecto se enraiza de forma natural”, afirman.

Esa capacidad para reinterpretar lo local se ha convertido en una de sus señas de identidad más reconocibles. Lo llaman “nueva arquitectura vernácula del Cantábrico”, una manera de reconciliar pasado y presente sin nostalgia ni ruptura. “No buscamos replicar la tradición, sino reinterpretarla. Nos interesa cómo la arquitectura popular resolvía cuestiones fundamentales –clima, topografía, materialidad– con soluciones sencillas y eficaces. Desde ahí, incorporamos nuevos lenguajes, tecnologías y sistemas constructivos, pero sin perder ese vínculo con la lógica constructiva que siempre ha estado ahí”. Aunque su carrera incluye desde grandes edificios hasta el diseño de mobiliario, esa coherencia no se diluye con la escala. Más bien se refuerza. “La escala pequeña te obliga a ser preciso. Cada decisión tiene un impacto directo. Diseñar mobiliario nos entrena en la contención, en el detalle, en entender cómo habita el cuerpo el espacio. Esa atención la llevamos luego a escalas mayores, para que los proyectos no pierdan su relación con sus usuarios”. En esa línea,



uno de sus últimos trabajos es La Maruca de Hoyos, el restaurante más ambicioso del Grupo Cañadío, en el barrio de Salamanca de Madrid. Una reinterpretación contemporánea de la arquitectura racionalista cántabra, donde las líneas limpias, los materiales nobles y la atmósfera pausada invitan a permanecer.

Esa forma de entender la arquitectura —íntima, pausada, sin alardes— también tiene mucho que ver con su forma de trabajar: acompañando al cliente desde la primera conversación hasta que se encienden las luces. “La arquitectura es un proceso compartido. Escuchar, interpretar, ajustar... La cercanía permite que el proyecto evolucione con sentido, que las decisiones se tomen con conocimiento mutuo. Cuando hay confianza, hay libertad para proponer y también para cuestionar”, explican. Con más de cincuenta obras publicadas y reconocimientos como el Design Vanguard, los Frame Awards o el Dezeen Award, lejos de instalarse en la comodidad del éxito, prefieren mirar hacia delante. “El verdadero reto es no acomodarse. Seguir haciéndonos preguntas, no repetir fórmulas, mirar cada proyecto como si fuera el primero. Nos interesa expandir nuestro lenguaje sin que pierda coherencia, explorar otros contextos, otras escalas, otras maneras de habitar”, apuntan. Cuando se les pregunta por la esencia de lo esencial, la respuesta suena como una síntesis perfecta de su filosofía. “Es lo que queda cuando todo lo superfluo desaparece. En lo profesional es buscar soluciones claras, honestas, que respondan a un propósito real. En lo personal es recordar por qué hacemos esto: porque creemos que la arquitectura, en su forma más pura, puede mejorar la vida cotidiana de las personas”. En un tiempo en que todo parece transitorio, su arquitectura invita a quedarse. A observar la luz sobre la piedra, el silencio entre los muros, la nobleza sin adorno. Porque, como ellos mismos proponen, quizás la verdadera vanguardia esté en volver a lo esencial.



“El lujo tiene más que ver con la calidad del espacio que con el valor del objeto. Es tiempo, silencio, luz natural, materiales nobles que envejecen bien”



DOUCAL'S

Italy 1973

Made with Kindness.



MANOS SEGURAS DEL VALOR DEL TIEMPO Y CORAZONES ENTREGADOS A LA BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA

Asentamos nuestras raíces en la tradición, dirigiendo nuestra mirada a horizontes más allá del tiempo y las modas pasajeras. Durante generaciones, hemos perfeccionado nuestro arte en pos de la maestría, tomándonos el tiempo que la elegancia requiere. Nuestras creaciones son objetos de deseo, impregnados de los conocimientos y la experiencia de quienes los han fabricado.

INODA + SVEJE

Texto por **ISABEL PILAR DE FIGUEIREDO**

Presentada durante la Semana del Diseño de Milán, la colección 'NAGOMI' de TRIBÙ es el resultado de una colaboración sincera con Kyoko y Nils —dos diseñadores excepcionales, cuya creatividad y visión reflexiva continúan inspirándonos— basada en el respeto mutuo, en valores compartidos y en un profundo compromiso con la sostenibilidad.



Kyoko Inoda y Nils Sveje

“Somos facilitadores”. Así es como Kyoko Inoda y Nils Sveje, el dúo detrás del estudio Inoda+Sveje, se definen. La respuesta puede parecer simple, pero revela la esencia de su trabajo: un diseño discreto y profundo, que nace de un enfoque evolutivo, basado en la sutileza y el tiempo, más que en rupturas. El recorrido de ambos es tan complementario como singular. “Estudí en Milán y empecé haciendo algunas prácticas, pero fue al exponer mis propias piezas en ferias como el SaloneSatellite cuando mi carrera empezó a tomar forma”, cuenta la japonesa Kyoko. “Hice muchas exposiciones como joven diseñadora y a partir de ahí construí mi camino”, añade. Por su parte, el danés Nils tiene formación en ingeniería y arquitectura, y trabajó como consultor, incluso en el área de equipos médicos. “Fue más tarde cuando comenzamos a trabajar juntos, centrándonos en la creación de objetos que involucran a las personas y en cómo sienten el mundo que las rodea”, apunta. Es de eso de lo que hablan cuando se refieren a la “interfaz física con el mundo”. Sobre el inicio de su fascinación por el diseño, Kyoko comparte una memoria que puede sorprender. “Creo que la culpa fue de mi madre... o mejor dicho, de la casa donde crecí. Todo era horrible. Sillas incómodas, mesas mal diseñadas, una estética completamente ausente. El ambiente era realmente malo, y creo que eso me hizo desear vivir rodeada de belleza y armonía”, explica. “Incluso mi hermano se convirtió en arquitecto, quizás por el mismo motivo. Queríamos cambiarlo todo”, añade. El estudio cree en un enfoque progresivo del diseño. “No buscamos revoluciones. Creemos en la mejora constante, paso a paso. No somos artistas en busca de lo extraordinario. Nuestro enfoque es hacerlo mejor, aprendiendo de cada proyecto”, afirman. Esta filosofía se refleja en su trabajo con marcas como Tribù, con quienes han firmado la nueva colección ‘Nagomi’. “Cuando empezamos a trabajar con Tribù, confieso que sentimos cierto temor. Es una empresa grande, con procesos muy definidos. Pero nos dimos cuenta de que detrás hay personas reales, con valores reales”, subraya Nils. Y, además, sostiene que “fue una sorpresa descubrir que trabajan con valores generacionales. No cambian los principios: los refinan. Y eso está totalmente alineado con nosotros: mejorar continuamente, con base en valores coherentes”. La relación con la firma belga se convirtió en una colaboración profunda e intuitiva. “Descubrimos una gran afinidad en el estilo –un minimalismo cálido– y en la forma de ver el diseño como algo que debe perdurar”. Sobre los clientes de la marca son claros: “No es un público que elige por colores o modas.

“El estudio cree en un enfoque progresivo del diseño. No queremos revoluciones. Creemos en la mejora constante, paso a paso. No somos artistas en busca de lo extraordinario”

“Nos gusta una vida simple y armoniosa. Una cena tranquila. Bucear. No por los tiburones ni por los barcos naufragados, sino por la paz, por los colores, por el movimiento calmado de los peces”

Son personas que reflexionan, que quieren entender lo que están adquiriendo. Invierten tiempo, atención y emoción”.

La nueva colección ‘Nagomi’ –palabra japonesa que significa ‘armonía’ y ‘equilibrio’– traduce exactamente ese espíritu. “Queríamos crear una atmósfera serena, como ese momento antes de dormir, cuando el cuerpo se relaja sin esfuerzo. No es una armonía forzada, sino la que surge naturalmente, desde lo que nos rodea”, aseguran. Asimismo, aclaran que con esta colección no querían que “el objeto gritara, sino que susurrara. Que confortara. Que acariciara el cuerpo y los sentidos. Desde el respaldo hasta el tacto del brazo, todo fue pensado para transmitir una continuidad, sin interrupciones. Como si cada línea fluyera de forma natural”. Incluso, la atención al detalle es casi obsesiva. “Si tocas la parte inferior de la silla, verás que todo está pensado: para la ergonomía del cuerpo, para la comodidad de la mano, para la calidad del tacto. También hay un pequeño canal bajo la mesa que recoge la condensación de la mañana y evita que caiga sobre las piernas. Son cosas que quizá nadie note conscientemente... pero que se sienten”, subrayan. Combinaron técnicas avanzadas como el ‘hydro-forming’ del aluminio con la artesanía tradicional, creando una pieza que honra el pasado con soluciones del presente. “Diría que nuestros valores están cerca de los que veíamos en los muebles de madera de los años cincuenta y sesenta, pero aplicados hoy, sin prisas, sin atajos. Queremos demostrar que la excelencia artesanal también pertenece al contexto contemporáneo”, concluyen.

Al final de la conversación aún hay tiempo para una nota personal. “Nos gusta una vida simple y armoniosa. Una cena tranquila. Bucear. No por los tiburones o los barcos hundidos, sino por la paz, los colores, el movimiento sereno de los peces. Esa tranquilidad es la que también queremos llevar a nuestro trabajo”. Para ellos trabajar con Tribù fue especial porque “pudimos ir más allá del dibujo, hasta el suelo de la oficina. Entendimos lo que era posible y ajustamos el diseño a los procesos reales. Fue una verdadera evolución. Y aunque no siempre podamos hacerlo así, esta vez lo conseguimos. Y eso nos hace felices”. El colectivo Inoda+Sveje fue fundado en 2000 por Kyoko Inoda y Nils Sveje. Juntos han desarrollado un enfoque armonioso y sensible, aplicado tanto al diseño final como al propio proceso creativo. El estudio ha colaborado con compañías de renombre y ha puesto su ‘know-how’ en calidad de consultores, al servicio de empresas, marcas y ‘start-ups’, integrándose en equipos de especialistas.



LAERRE TRUNKS. *Endless elegance*

Texto por AMPARO PEÑA

Cuidado exquisito por los detalles, investigación constante de materiales y una apuesta por la artesanía y la elegancia son elementos a los que los baúles LaErre presta especial atención en su proceso de fabricación con el fin de conseguir no solo un diseño de alta calidad sino una experiencia de lujo.



London Trunk



Milano Trunk

Más allá de la estética y la funcionalidad, esta firma italiana nacida hace veinte años se centra en ofrecer un producto único a la medida de un cliente que se deja cautivar por las emociones y pretende vivir una auténtica experiencia multisensorial. Sus baúles están dotados de una belleza inconfundible que combina a la perfección el romanticismo junto a un espíritu retro, sin olvidar esa contemporaneidad que lo acerca a un estilo urbano. Sofisticadas piezas de diseño elaboradas, a partir de los materiales más refinados, por expertos artesanos italianos, donde lo manual y lo innovador se conjugan para crear un producto con infinitas posibilidades, que satisfaga las necesidades de cada cliente. Así, además de conquistar por el lujo que respiran sus diseños, lo hacen por su versatilidad y eclecticismo. Tanto en la suite de un hotel como en una

sala de reuniones o en la estancia de una casa, LaErre brinda las mejores opciones personalizadas dentro de su catálogo: desde muebles bar y baúles para puros hasta armarios y vinotecas de lujo. Sus creaciones atemporales marcan la diferencia decorativa de cualquier espacio.

LaErre refleja la historia de una pequeña empresa de Brianza surgida de la visión de Riccardo Radaelli: alejarse de los productos estandarizados y diseñar maletas de viaje personalizadas a la vez que resistentes y ligeras. Milán, Doha, Londres, Nueva York, Chicago, Montecarlo o Portofino dan nombre a modelos que forman parte de esta colección. Una alusión a esas grandes ciudades que vibran, inspiran e invitan a soñar y viajar.





RON E. LEÓN JIMENES

110 ANIVERSARIO



Manuel Ruiz Moriche

Texto por **MAIKEL TAPIA**

Con un enfoque claro, un compromiso con la sostenibilidad y una sensibilidad única hacia el entorno, ARK ARCHITECTS ha revolucionado la arquitectura de alta gama. En su vigésimo sexto aniversario, la firma liderada por este diseñador y arquitecto gaditano continúa fusionando naturaleza, tecnología y diseño artesanal en obras maestras atemporales.



Hace más de dos décadas, cuando el sector inmobiliario de lujo apenas había encontrado su identidad en el sur de España, tres socios decidieron alinear su talento, experiencia y visión para fundar lo que hoy es una de las firmas más reconocidas en arquitectura residencial de alto nivel: ARK Architects. La semilla se plantó hace veintiséis años, cuando Diego Suárez Jurado y Santiago Ruiz Moriche, arquitectos técnicos, se unieron a Manuel Ruiz Moriche, responsable de la parte creativa, para levantar un proyecto que conjagara diseño, técnica y ejecución con un nivel de detalle y coherencia inusual en aquel entonces. “Los inicios fueron duros, como en la mayoría de las empresas. Fuimos ubicándonos poco a poco hasta especializarnos en viviendas unifamiliares de alto nivel”, recuerda Manuel. Lo que comenzó como una iniciativa audaz se ha consolidado como una firma que diseña, construye y emociona a partes iguales. El planteamiento de ARK fue desde el principio disruptivo para el mer-

cado de Marbella y Sotogrande. Su visión no solo rompía con las estéticas tradicionales, sino que también impulsaba una nueva manera de entender el lujo: una arquitectura moderna que respeta profundamente el entorno natural y se construye con materiales nobles. “Fuimos fieles a nuestras creencias, apostando por una arquitectura con un lenguaje contemporáneo que cuidara los materiales naturales. Ser arquitectos y constructores al mismo tiempo nos dio una ventaja clave: generar confianza en un tipo de cliente muy exigente”, subraya. Para Manuel, el diseño no parte de una estética impuesta ni de una fórmula repetida, sino de una sensibilidad casi intuitiva hacia el lugar, las personas y la atmósfera. “La arquitectura está pensada por y para el ser humano que la habita. Tiene la capacidad de mejorar su vida cotidiana y acercarla a algo más sublime: la felicidad”, apunta. Desde ese enfoque, cada proyecto se convierte en una experiencia sensorial, donde los espacios se diseñan no solo para ser funcionales y hermosos, sino también para



Villa TAI. La Reserva - Sotogrande



“Para nosotros los jardines son un mediador entre la arquitectura y el lugar en el que se construyen. Cada vez más clientes buscan esa conexión con la naturaleza dentro de sus hogares”

evocar emociones. “Uno de los pilares fundamentales de mi filosofía es la interacción entre la arquitectura y su entorno natural. El entorno y la naturaleza son el punto de partida de cualquier proyecto”, afirma. El proceso creativo en ARK comienza siempre con una escucha profunda: del lugar, del cliente, del clima y de las memorias que cada terreno encierra. Todo parte de un análisis sensible que busca entender cómo intervenir sin invadir, cómo integrarse sin sobresalir. “Cada lugar, cada paisaje, cada atmósfera, cada proyecto es único. Respetar el medio, jugar con su mismo lenguaje, fundirnos con el paisaje circundante... son elementos esenciales para lograr que la vivienda quede perfectamente insertada en el medio natural”. Ese respeto se traduce en una arquitectura que se funde con el jardín, que respira con la vegetación y que devuelve a la naturaleza parte de lo que toma. “Sentir que estás viviendo en un jardín, dentro de la naturaleza, es una idea que me atrae mucho”, asegura. Así, el paisajismo no es un elemento



“En ARK hay un gran equipo, que engloba a profesionales desde la arquitectura hasta el diseño e interiorismo, pasando por la ingeniería y el paisajismo”

añadido al final del proyecto, sino una pieza esencial que se integra desde el inicio. Los jardines median entre la casa y el entorno, y refuerzan la sensación de vivir en equilibrio. “Utilizamos formas geométricas a modo de lenguaje para crear entornos idílicos. Insertamos cubiertas ajardinadas, muros vegetales o jardines verticales que no solo elevan la calidad de vida, sino que también hacen que la construcción sea más sostenible”. Esta fusión entre arquitectura, sostenibilidad y emoción alcanza su máxima expresión en Villa TAI, uno de los proyectos más representativos de ARK. Enclavada en las colinas de Sotogrande, TAI nace del cruce entre la arquitectura mediterránea y oriental, con influencias grecorromanas reinterpretadas en clave contemporánea. “Es la auténtica fusión entre la cultura mediterránea y oriental. Hemos querido que estas culturas se unifiquen para crear un equilibrio emocional que impacte en el bienestar de quienes habiten en ella”, explica. Esta gran villa se desarrolla a partir de dos líneas que flotan en el horizonte, con grandes ventanales que conectan visual y emocionalmente con el jardín. Materiales como la piedra y la madera, cuidadosamente seleccionados, refuerzan esa conexión natural: “El jardín es el elemento que estimula la naturaleza a aceptar al habitante de la villa y le anima a sentar raíces. Intentamos devolverle a la naturaleza lo que ella nos da”. La vegetación autóctona, como los olivos, no solo embellece el entorno sino que optimiza la eficiencia energética y apoya un modelo de vida sostenible. En TAI, la arquitectura paisajística no es estética: es ética. La villa ha sido diseñada para ser atemporal, armónica, luminosa y fresca. El mobiliario ha sido también un elemento global e integrado desde la concepción inicial de la villa, en este caso se ha combinado el mobiliario diseño y fabricado por los artesanos de ARK, una colaboración especial con Molteni & Dada y la iluminación decorativa de David de Groppi. Un trabajo conjunto entre arquitectos, diseñadores, paisajistas, neurocientíficos y expertos en tecnología ha dado como resultado una construcción emocionalmente inteligente.

La visión integral de ARK va más allá del diseño. En sus proyectos, la tecnología de vanguardia —desde la domótica hasta la inteligencia





***“En el diseño de TAI
están presentes especies
endémicas, como olivos,
llevando lo natural y
ancestral a lo minimalista,
creando un ambiente fresco”***

artificial— se pone al servicio del confort humano. “Con sistemas tecnológicos de última generación como la automatización, los altavoces invisibles, la detección por huella, la iluminación inteligente o la ciberseguridad elevamos la experiencia del usuario sin renunciar al alma del proyecto”. Pero advierte: “La tecnología nos ayuda, pero no puede automatizar una obra maestra. Seguimos siendo artesanos de la arquitectura”. Esa perspectiva artesanal es, precisamente, lo que ha hecho que ARK sea considerada una referencia internacional. Cada proyecto, desde su diseño hasta los acabados, se aborda con una meticulosidad casi obsesiva. “Para nosotros, la arquitectura es la idea construida. Un papel puede soportarlo todo, pero la realidad es la construcción. Por eso diseñamos y construimos nosotros mismos”, matiza. Desde la elección del terreno hasta los últimos detalles del mobiliario, todo está pensado para crear un entorno total: “Ofrecemos una solución global. Desde el análisis de la parcela hasta la toalla bordada en el baño”. Este nivel de exigencia ha llevado a ARK a expandirse fuera de España. Aunque



su actividad principal sigue en la Costa del Sol y Madrid, actualmente están desarrollando proyectos en Abu Dabi, Egipto, Portugal y otros destinos internacionales aún por desvelar. “Cada uno de nuestros proyectos tiene un ADN único. Desde los primeros en Zagaleta, que marcaron un cambio de estilo, hasta los más recientes en Sotogrande, todos son hitos personales”, enfatiza. Sotogrande, de hecho, se ha consolidado como un nuevo epicentro del lujo residencial en Europa. “Se ha convertido en un oasis permanente. Ya no es un destino estacional. Hay seguridad, naturaleza, conexión con grandes ciudades, y un estilo de vida tranquilo. Se ha convertido en la cuna del lujo silencioso”. Para Manuel, este concepto de lujo no se basa en la ostentación, sino en la calidad, la sostenibilidad y la coherencia estética.

La sostenibilidad es otro de los pilares esenciales de la firma. Con estándares ‘Passivhaus’ y soluciones bioclimáticas avanzadas, ARK apuesta por viviendas de consumo casi nulo, que respeten el medio ambiente sin renunciar al diseño: “La ventilación natural, la luz solar, el uso de materiales locales, todo está orientado a lograr una vivienda sana. No solo es eficiente, sino que mejora la salud y calidad de vida de quienes la habitan”. En ese sentido, la integración del agua, la vegetación y la luz no son solo una estrategia técnica, sino parte de una filosofía. “El diseño exterior es tan importante como el interior. Usamos especies autóctonas, creamos zonas de sombra naturales, aprovechamos la radiación solar para regular temperatura. La arquitectura no debe imponerse al entorno, debe dialogar con él”, explica. Con más de cinco lustros de trayectoria, ARK Architects se ha consolidado como un estudio que no solo construye casas, sino experiencias. Para el diseñador y arquitecto andaluz, “la esencia está en ser coherente con tu visión y mantenerte fiel a ella. La arquitectura no es cuestión de estilos, sino de coherencia, sensibilidad y buena ejecución”. Villa TAI sintetiza esa filosofía: un hogar emocional, sostenible y bello. Pero también un símbolo del nuevo paradigma del lujo. No uno que deslumbra, sino uno que respira.



Marc Merckx

Texto por **MARÍA BERNAL**

Equilibrio, serenidad y contención. Estos son los valores que orientan el trabajo del director creativo de DOMANI y TRIBÙ. “Busco la calma, el silencio. Ese es mi punto de partida, tanto en la vida como en el diseño”, afirma el diseñador belga, cuyo recorrido ha estado marcado por una búsqueda constante de la armonía entre forma, función y emoción.

Formado en arquitectura de interiores y con una mirada aguda para los materiales, Marc Merckx dio sus primeros pasos laborales junto al belga Vincent van Duysen, uno de los nombres más influyentes del diseño y la arquitectura contemporáneos, y un apasionado, como él, por la materialidad. “Trabajé con Vincent durante casi dieciséis años. En ese entonces, el estudio aún era pequeño, y aprendí mucho sobre la importancia de la tactilidad y de elegir los materiales adecuados”, recuerda. La colaboración dejó una huella profunda en su enfoque, y cuando decidió abrir su propio estudio ya tenía una visión clara de lo que quería crear: proyectos completos, coherentes de principio a fin, donde todo —desde la arquitectura hasta la manija de la puerta— estuviera pensado con el mismo rigor. Hoy lidera una práctica que desarrolla principalmente proyectos residenciales y espacios comerciales de alto nivel en distintas partes del mundo. Su firma está presente en ‘showrooms’, hoteles y residencias privadas, siempre con una atención casi artesanal al detalle. “Me gusta involucrarme en todas las fases del proyecto. Para mí, cada obra es una especie de ‘Gesamtkunstwerk’, una obra de arte total”, apunta. Frank Lloyd Wright, quien diseñaba desde la casa hasta los muebles y vitrales, es citado frecuentemente como practicante de ese ideal.

El vínculo de Marc con el mundo del diseño comenzó temprano. Desde muy joven se sentía fascinado por la arquitectura religiosa. “Visitaba claustros, capillas, iglesias... especialmente las más austeras. Me atraía la pureza de las formas, la ausencia de ornamento. Incluso hay un monasterio de Dom Hans van der Laan, cerca de donde nací, que sigue ins-



pirándome. Está en medio del bosque, tiene proporciones mágicas y un diálogo muy especial con la naturaleza”, explica. Es esta misma sensibilidad la que lo lleva a crear espacios que no buscan llamar la atención, pero que se revelan con el tiempo. En Domani, firma especializada en piezas escultóricas para exteriores, encontró una afinidad natural. “La marca tiene una honestidad en el uso de los

materiales, en las formas y proporciones. Son objetos que no se imponen, son casi silenciosos. Algunos tienen una cualidad atemporal que es muy rara”, afirma. En Tribù, la colaboración ya es de larga data. “Los conozco desde hace más de quince años. Conocí Tribù por primera vez durante mi época trabajando con Vincent. Más tarde, ya con mi propio estudio, la familia me invitó a crear la colección



Nagori

“Me gusta estar involucrado en todas las fases del proyecto. Para mí, cada obra es una especie de ‘Gesamtkunstwerk’, una obra de arte total”



'Showroom' de DOMANI en Milan Design Week 2025



Batur

‘Illum’. Después me pidieron que diseñara la nueva sede de la marca, y fue ahí donde la relación se intensificó. Koen, el CEO de la empresa, me pedía constantemente opiniones, hasta que finalmente me invitó formalmente a asumir la dirección creativa”, relata. El resultado de esta colaboración se extiende ahora a ‘showrooms’ en Milán, Los Ángeles y, próximamente, quizás en Nueva York o Miami. Cada espacio es concebido como una extensión del lenguaje de la propia marca: simple, atemporal y sofisticado. “Trabajamos con materiales restringidos, una paleta contenida, mucha textura. Es una elegancia discreta”. Sobre el ‘showroom’ de Domani en Milán, inaugurado recientemente, Marc

remarca que la inspiración vino de las criptas. “Cuando vi el espacio por primera vez no era más que un almacén lleno de escombros. Pero pensé: ‘¿y si lo transformamos en una especie de capilla subterránea?’. Quisimos crear una experiencia de descubrimiento —pasajes, arcos, luz filtrada...—. Un espacio para desacelerar y explorar”, subraya. En el fondo, todo converge en un mismo principio: la búsqueda de lo esencial. “No soy religioso, pero creo en la espiritualidad de las formas, en el poder de los espacios silenciosos. Para mí, lo más importante es el equilibrio. De ahí nace todo”.





'La casa que se bifurca'

Borja Lomas

Texto por ALICIA SENABRE

En el complejo escenario que presenta la arquitectura contemporánea en España, pocos nombres emergen con la solidez y coherencia que proyecta este arquitecto, docente, investigador y cofundador del estudio VOLUAR ARQUITECTURA, en Madrid. Su obra más reciente, 'La casa que se bifurca', en Boadilla del Monte, se presenta como un riguroso ejercicio de profunda escucha al entorno, al tiempo y al ser humano.

Formado en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, donde también ha desarrollado una intensa labor académica como profesor e investigador, Borja Lomas es una figura que combina pensamiento crítico, sensibilidad artística y una profunda vocación pedagógica. Ha recibido más de veinte premios en concursos y ha desarrollado proyectos de vivienda pública, equipamientos y, actualmente, lidera la rehabilitación del antiguo Banco de España como futura sede del Museo Reina Sofía, entre otros proyectos. Asimismo, desarrolla una intensa actividad investigadora centrada en la arquitectura en entornos de incertidumbre. “Cada dificultad que impone un contexto es una oportunidad de proyecto”, subraya. El proyecto ‘La casa que se bifurca’ es un ejemplo paradigmático de este enfoque. Lejos de la casa convencional, esta vivienda se despliega en el paisaje como una extensión del mismo. “Este proyecto no tendría sentido en otro lugar”, afirma, y añade que “es una respuesta precisa a un emplazamiento concreto”. Como los ríos que serpentean adaptándose a los accidentes del terreno o las ramas de un árbol que buscan luz entre las sombras, los cuerpos de esta casa se ramifican siguiendo las oportunidades que le ofrece el entorno. Para él, “el hogar pertenece al usuario, no al arquitecto”. De ahí que la flexibilidad y la neutralidad de los espacios interiores, resueltos con formas rectangulares sencillas, sean claves en su diseño, ya que permiten adaptarse a las necesidades cambiantes de quienes la habitan. La elección del acero corten entre los principales materiales para su construcción no es casualidad; este material, cuya piel se oxida con el tiempo y la intemperie, se convierte en un lienzo que el viento, la lluvia y el sol pintan a su antojo. Así, el tiempo se inscribe también en la materia, en la textura que envejece y se transforma. Los amplios acristalamientos, por su parte, no solo reflejan el paisaje, sino que también lo introducen en el interior, borrando los límites entre lo construido y lo natural. “La casa se ha configurado más como un jardín, con sus caminos y recorridos, y el jardín como una casa, con sus espacios y patios abiertos de carácter doméstico”, explica su autor. Esta inversión de términos no es una licencia poética, sino el resultado de una estrategia de integración total entre interior y exterior. Borja reivindica que “la buena arquitectura ha sido siempre sostenible”. Por eso, en su proyecto se aplicaron los sistemas pasivos heredados de la tradición constructiva mediterránea junto a tecnologías actuales como la aerotermia y paneles fotovoltaicos, lo que permite que la vivienda alcance una práctica autosuficiencia energética durante todo el año. “La casa no puede entenderse si no se recorre”, comenta. ‘La casa que se bifurca’ es, en definitiva, un relato. Un relato que no se lee de un tirón, sino



Crea un diálogo íntimo con la naturaleza, una exploración del espacio a través del tiempo, una metáfora construida en acero, vidrio y memoria vegetal



Borja Lomas, cofundador del estudio Voluar Arquitectura



Como un poema que se desvela verso a verso, cada rincón aparece y desaparece a medida que uno avanza. La luz natural transforma el recorrido creando atmósferas

que se recorre, se habita, se descubre. Borja concibe la arquitectura como una herramienta para conocer el mundo. “Siempre busco significar el espacio, humanizarlo de forma que las personas sientan algo especial al habitarlo”, confiesa. Hablar con él es adentrarse en un universo donde las preguntas superan a las respuestas. Su pensamiento es afilado, y su discurso articulado y lleno de matices. Es alguien que no cree en valores fijos o verdades universales, sino en acciones con sentido dentro de contextos específicos. “La arquitectura modifica la forma en la que vivimos, incide directamente sobre lo que sentimos, en cómo pensamos y qué ideas desarrollamos”, afirma. Quizá por eso, más que un arquitecto, Borja Lomas sea un explorador del espacio y del sentido. Su mirada no construye simplemente edificios: construye posibilidades. Y en estos tiempos inciertos, esa capacidad de imaginar y materializar futuros posibles se antoja más valiosa que nunca.





www.banni.es

INTERNATIONAL LUXURY PROJECTS

 **BANNI**
Elegant Interiors

MADRID | BARCELONA | MALLORCA | MARBELLA

FELIPE RANGEL

Texto por **MARIO AZAGRA**

El reputado arquitecto y diseñador de interiores colombiano llegó a la República Dominicana sin conocer a nadie, directo a realizar un proyecto en Casa de Campo. Al terminar decidió quedarse. Desde hace veinte años reside en el país caribeño con el objetivo de ofrecer sus asombrosos diseños de casas, enfocándose hasta en los detalles que podrían parecer menos importantes. Desde niño veía el mundo en líneas y estructuras. Hoy sigue construyendo con la misma pasión.



A

lgunas vocaciones nacen en el silencio del juego, cuando las manos pequeñas construyen castillos de madera sin saber que están diseñando el porvenir. Así empezó la historia de Felipe Rangel, cuyo primer gesto de creación fue levantar puentes y torres en el suelo de su casa. A los seis años ya moldeaba espacios imaginarios que más tarde se convertirían en realidad. En la actualidad, aquellas piezas aún lo acompañan: vestigios de una pasión que no lo ha abandonado jamás. No recuerda un solo instante en que no estuviera fascinado por el mundo de la construcción. Próximamente publicará un libro, ‘Mi vida. La pasión por el diseño’, en el que plasma sus vivencias en torno a su trabajo. “El libro empieza con una foto cuando yo tenía seis años. En ese momento empecé a incursionar, armando castillos, puentes, casas... Todo lo que tuviera que ver con estructuras”, rememora. Esas primeras piezas de madera con las que jugaba no fueron pasajeras: aún las conserva, como un símbolo tangible de una vocación que no ha hecho más que evolucionar.

Nació en Cúcuta, ciudad fronteriza donde convergen el trópico, la modernidad incipiente y la memoria colonial. Su padre, arquitecto, fue un hombre adelantado a su época. En su casa se respiraba diseño, funcionalidad y una sensibilidad hacia los acabados que el pequeño Felipe absorbió como parte natural de su entorno. “Tuvimos la oportunidad de tener una casa realmente increíble, con materiales importados que, en esa época, llegaban a Colombia por el lago de Maracaibo, entrando por Cúcuta. Ahí nació mi amor por los acabados de construcción”, explica. De su madre y su entorno familiar materno —de origen paisa, de Medellín—, heredó el sentido de unión, la estética y la disciplina. “Las familias paisas son muy matriarcales, muy unidas. Mis primas, Luz Piedrahita y Clara Giraldo, estudiaron en Europa, y gracias a ellas me acerqué al arte y a la historia del arte. Nos sentábamos a ver diapositivas de ciudades europeas... Eso me marcó”, subraya. Aquellas imágenes lejanas encendieron en él una inquietud por la belleza que no se conformaba solo con mirar: quería transformarla, interpretarla, hacerla suya.

A los veintiséis años ya había fundado su primera oficina. Pero no fue un inicio modesto. “No era un garajito, ni un local. Compré una casa completa y la convertí en oficina y ‘showroom’. Eso marcó la diferencia”, afirma. En una época en la que muchos elementos del diseño aún no se conocían en Colombia, Felipe viajaba a Europa para adquirir muebles, papeles de colgadura y luminarias. “Lo que yo mostraba entonces podría estar hoy en cualquier casa contemporánea. Ya usaba luces indirectas, muebles lacados, lámparas de Murano...”.

Su sentido del espacio no es solo técnico: es casi instintivo. “Desde niño ya observaba si un baño estaba bien proporcionado, si una sala podía ser más amplia. Y he tenido la suerte de tener un sentido muy afinado del equilibrio y la proporción. Sé si algo está proporcionado solo con verlo. Eso no se estudia. Se nace con eso”, explica. Su método de trabajo



Felipe Rangel

“El equilibrio es esencial. Si se rompe, todo se descompensa. Un diseño puede estar sobredimensionado o carecer de fuerza. Hay que pensar cada línea. Sé si algo está proporcionado solo con verlo”

• • •

“El diseño debe nacer de las personas, del contexto, de los materiales. Es una creación viva. Por eso, después de tantos años, sigo trabajando con la misma pasión que tenía cuando construía castillos con piezas de madera”



“Hoy en día los jóvenes tienen todo en la mano. Nosotros teníamos que pensar para hacer todo. Y por eso maduramos más. Eso se nota en los resultados”

también tiene algo de científico. Siempre incluye figuras humanas en sus planos para poder escalar con precisión cada espacio: “El equilibrio es esencial. Si se rompe, todo se descompensa. Un diseño puede estar sobredimensionado o carecer de fuerza. Hay que pensar en cada línea”. Uno de los hitos tempranos de su carrera fue el diseño de las tiendas de los relojes Orient en Colombia. Catorce tiendas en catorce ciudades para una marca japonesa de relojes que lanzaba un modelo sumergible a doscientos metros. El éxito de ese proyecto fue tal que conoció al presidente mundial de la marca, quien viajó al país para felicitarlo personalmente. Ese encuentro marcó su primer contacto con la proyección internacional. De ahí, su carrera se trasladó a Bogotá. “La oficina era espectacular. La entrada estaba tallada en piedra, con pisos de ónix traídos de Pakistán. El arte colonial siempre me ha apasionado. Soy coleccionista. Muchas de esas piezas están en mi oficina y tienen siglos de historia”. Esperanza de García fue la promotora de la oficina junto a Jorge Saad y Brille. Su primer gran proyecto en la capital fue una casa de tres mil doscientos metros cuadrados construidos. “No de terreno: de construcción. Era una casa inmensa, con detalles en hierro, bronce y ladrillo. El jardín era tan grande que hicimos una réplica de ciento diez metros como casa de muñecas para la niña”, añade. Los viajes a Europa fueron otra escuela. “No íbamos a tiendas. Íbamos a fábricas.



En aquella época no estábamos globalizados. Para entrar a una fábrica había que tener permisos especiales. Yo viajaba con una amiga de la infancia, Ingrid Hartmann, casada con un arquitecto italo-argentino, y él nos ayudaba a conseguir el acceso. Fue un aprendizaje cultural profundo”. En su libro busca precisamente eso: que sus clientes actuales puedan conocer toda esta trayectoria anterior. “La gente me conoce de la República Dominicana, pero no conoce lo que hay detrás. Por eso quise hacer el libro. Para contar cómo llegué hasta aquí”.



“Desde niño ya observaba si un baño estaba bien proporcionado, si una sala podía ser más amplia. Y he tenido la suerte de tener un sentido muy afinado del equilibrio y la proporción”

Su llegada al Caribe fue casi fortuita, pero determinante. Fue invitado a realizar un proyecto en Casa de Campo. “En ese momento, Casa de Campo no era lo que es hoy. Y los propietarios salían en sus carros de golf a ver las construcciones. Siempre terminaban en la que yo estaba haciendo. Les ofrecía vino, les mostraba planos hechos a mano, en acuarela. Se quedaban fascinados”. Esa experiencia se convirtió en una puerta abierta a otros proyectos en la isla. Margoth Roman fue su enlace con personas importantes en la República Dominicana. Y con el tiempo, su visión única y su minuciosidad se convirtieron en su sello. “Aquí entendí que el diseño debía respetar el paisaje, la luz, los materiales locales. No puedes traer Europa entera al Caribe. Hay que interpretar lo local con sensibilidad y sin clichés”. Fue invita-

do por el director de la escuela de diseño de Chavón (filial de la Parsons School of Design de Nueva York) para dar charlas sobre interiorismo. “Las clases eran en las obras. Y se alargaban por horas. Nadie quería irse. Y de ahí nació la Facultad de Diseño Interior en Chavón”. Esa semilla académica floreció, formando nuevas generaciones con un enfoque más integral del diseño. En cada uno de sus proyectos, Felipe mantiene su filosofía: personalización total. “Podemos tomar un terreno desde cero y entregar hasta las toallas del baño. No es una exageración. Es nuestro estándar. Cada detalle cuenta”. Cada objeto, cada textura, cada línea de sombra ha sido pensada. “Diseñar es pensar. No solo decorar. Pensar profundamente, sin fórmulas ni plantillas”. A lo largo de su carrera ha mantenido una premisa clara: estudiar sin descanso, observar sin prejuicio y crear con profundidad. “Hoy en día los jóvenes tienen todo en la mano, pero no quieren pensar. Nosotros teníamos que pensar para hacer todo. Y por eso maduramos más. Eso se nota en los resultados”. Cada obra que ha firmado es distinta a la anterior. Ninguna es igual. Ni siquiera similares. “El diseño no puede repetirse. Debe nacer de las personas, del contexto, de los materiales. Es una creación viva. Por eso, después de tantos años, sigo trabajando con la misma pasión que tenía cuando construía castillos con piezas de madera en el suelo de mi casa”.



MARÍA BAEZ

Texto por **JOAN SEBASTIAN** • Fotografía por **MIGUEL BARRETT**

El diseño no es solo una carrera para la talentosa creadora dominicana, que ha sido testigo de la transformación del diseño en su vida. Desde sus primeros pasos en el arte hasta la consolidación de su propia firma, su visión única destaca por fusionar tradición y modernidad. Hoy evoluciona en el ámbito internacional, en el que redefine espacios, objetos y experiencias.

EL diseño siempre fue una extensión de su ser. Desde niña, María Baez estuvo sumida en el arte, una disciplina que pronto adoptó como forma de vida. Para ella, el arte no fue solo un pasatiempo, sino la primera herramienta para entender y conectarse con el mundo. Curiosa e inquieta, su inclinación natural por la creatividad fue cultivada a través de la observación, la experimentación y una búsqueda constante de respuestas a través del diseño. Su formación académica fue el primer peldaño en este camino que la llevó a graduarse con honores en Diseño de Interiores en el prestigioso Savannah College of Art and Design (SCAD), donde destacó no solo por su destreza técnica, sino también por su capacidad para cuestionar y aportar nuevas perspectivas al sector del diseño. A partir de allí, su carrera dio un giro significativo al fundar, junto a su madre, DochySantos, un estudio cerámico que ha sido clave en su consolidación dentro de la industria creativa, donde brinda soluciones tanto a marcas internacionales como a diseñadores y arquitectos.

Para esta creadora, el diseño no es solo una cuestión de estética o funcionalidad, sino incluso un lenguaje poderoso que conecta personas y transforman ambientes. “El diseño tiene la capacidad de transformar nuestra relación con el entorno. No solo resuelve problemas, también crea experiencias memorables”, reflexiona. En su filosofía, cada espacio y cada objeto deben comunicar, reflejar la identidad de sus usuarios y fomentar una conexión emocional. Es por ello que sus proyectos trascienden la simple apariencia y buscan generar un impacto profundo en quienes los experimentan. La iniciativa DochySantos refleja su creencia de que la cerámica, un material ancestral, puede reimaginarse con un enfoque contemporáneo. En su estudio, lo tradicional y lo moderno se fusionan para crear piezas que no solo son funcionales, sino que incluso invitan al espectador a un diálogo visual y sensorial. Además de su estudio, la diseñadora continúa ampliando su visión en el Instituto Marangoni de Milán, donde cursa una maestría en Diseño de Muebles y Productos, explorando la intersección entre



“El diseño no solo transforma espacios, sino que también conecta emociones y tradiciones en una experiencia única e impactante”

la artesanía y la tecnología. Como orgullosa dominicana, María destaca lo que hace única en su tierra natal. “Nuestra identidad es una fusión vibrante de historia, texturas y colores. Cada rincón tiene una historia que contar”, expresa. Para ella, la República Dominicana es un crisol de culturas que vive y respira en sus tradiciones y, al mismo tiempo, se reinventa constantemente. Esta dualidad entre lo tradicional y lo contemporáneo es algo que la diseñadora refleja en su trabajo, creando piezas que exploran esa mezcla tan característica de su tierra. En su labor, no solo se nutre de la historia, sino que también proyecta una visión fresca y renovadora, tomando lo mejor del pasado para reinterpretarlo en un lenguaje contemporáneo.

A lo largo de su trayectoria, la diseñadora ha aprendido a equilibrar los valores de su familia, especialmente el legado de sus padres, cuyas enseñanzas siguen siendo su norte. “El valor del trabajo bien hecho, la determinación de buscar la excelencia y la sensibilidad para crear con propósito”, subraya, destacando cómo su madre y su padre

le transmitieron tanto la disciplina del trabajo como la importancia de diseñar con autenticidad. El concepto de ‘la esencia de lo esencial’ encapsula su enfoque del diseño: la pureza, lo genuino y lo esencial, sin adornos ni exageraciones. En palabras de la creadora, es la capacidad de crear con honestidad, eliminando lo superfluo y enfocándose en lo que realmente importa. “Es la belleza sin artificios, lo que perdura y conecta profundamente con los demás”, concluye. Desde esta perspectiva, cada proyecto se convierte no solo en una creación estética, sino también en una manifestación de su ser más auténtico y profundo. En la actualidad sigue explorando y desafiando las fronteras del diseño, buscando constantemente nuevas formas de materializar ideas que no solo sean visualmente impactantes, sino que además cuenten historias y generen conexiones duraderas. Mientras su trabajo se expande a mercados internacionales, su propósito sigue siendo claro: crear con corazón y con alma, siempre buscando la perfección a través de la innovación y el respeto por las tradiciones que la han formado.

BAHÍA

Ready To Wear

Texto por ALICIA NAVARRO

Nacida de una amistad de infancia y una pasión compartida por la moda, esta prestigiosa firma fusiona raíces caribeñas con un diseño contemporáneo. Desde su espacio en Plaza Julieta, Santo Domingo, Rachel Puig y María Elisa Castellanos Tapia apuestan por prendas atemporales, sostenibles y confeccionadas con materiales nobles y manos dominicanas.



Rachel Puig y María Elisa Castellanos Tapia



El Caribe tiene una energía especial, fresca y vibrante, pero a la vez relajada, imbuida de naturaleza y del carácter amable de su gente. Rachel Puig y María Elisa Castellanos han querido trasladar esa energía a una marca de moda que las une aún más después de años de amistad. Bahía nace del legado familiar, la pasión por la moda de Rachel tiene su origen en el negocio de su madre y la sensibilidad por los textiles heredada de su padre. Por su parte, María Elisa se sintió siempre motivada por el universo de la moda y el mundo emprendedor, siendo su unión perfecta para desarrollar una nueva marca. Su material estrella, el lino, da frescura a las creaciones de esta firma que apuesta por tonos que evocan el mar, la tierra y la luz del trópico. El color 'agua', que representa el mar, el cielo y las palmeras, se combina con el marrón de la tierra y los arrecifes. El 'beige' aporta calma y equilibrio, que con toques de colores más vivos como el azul y el naranja transmiten la energía, la vibra de la isla y el espíritu festivo dominicano. "En Bahía creemos en una moda con propósito", afirman. El trabajo de sus artesanos y el valor de lo hecho con las manos y con el corazón están aquí presentes. Son piezas que quieren acompañar a quienes las usan en experiencias memorables, ya



“Más que vestir, queremos contar historias, ser parte de momentos especiales y crear piezas atemporales que acompañen experiencias memorables”

que el cliente de Bahía es alguien que busca más que ropa: busca identidad. Mujeres y hombres jóvenes conscientes, que valoran el diseño, personas con un gusto refinado que buscan piezas frescas, atemporales y versátiles, pero con un toque único que resalte su personalidad. Por eso, no solo proponen siluetas elegantes y materiales nobles, sino que destacan con un patronaje diferenciador adaptable a diferentes eventos. El proceso de creación de Bahía es artesanal y orgánico. Cada prenda comienza como un boceto que evoluciona en el taller local, en manos mayoritariamente femeninas. “Toda nuestra producción se realiza aquí, en la República Dominicana”, enfatiza Rachel. Este anclaje local es parte esencial del ADN de la marca: producir en pequeñas cantidades, evitar el desperdicio y cuidar a las personas y al entorno. Bahía también se ha abierto a colaboraciones con otros diseñadores locales, fieles a su deseo de “explorar nuevas ideas” sin perder la coherencia de su propuesta. Y aunque el futuro plantea retos como internacionalizarse sin diluir su esencia o innovar sin renunciar a lo atemporal, ellas saben que la clave está en mantenerse fieles a su origen: “Nuestro futuro se construye con visión, coherencia y un profundo compromiso con nuestra tierra”.





CENTRO ESPAÑOL

UN LEGADO QUE UNE GENERACIONES

Este espacio de Santiago de los Caballeros celebra décadas de historia como símbolo de tradición, cultura y un lugar predilecto para familias, empresas y amantes del buen vivir, gracias, sobre todo, a su concepto integral y a sus instalaciones, que invitan al disfrute social en su máxima expresión.

Texto por YARELI PARRA

El Centro Español es un emblema de tradición, armonía y bienestar en la Ciudad Corazón. Fundado el 8 de diciembre de 1965 por inmigrantes españoles, con la visión de crear un espacio de encuentro social que fomentara las culturas española y dominicana, hoy en día es una de las instituciones más prestigiosas de la República Dominicana dedicadas al ámbito social y a la práctica deportiva. Este club, más que un centro social, es un testimonio vivo de la evolución de una sociedad que valora sus raíces y herencias hispanas sin renunciar a su presente. Con una arquitectura elegante y sobria, rodeado de espacios naturales que invitan a la relajación y al bienestar, ha sido diseñado para disfrutar del deporte, la gastronomía, la cultura y de una programación



***Un icono de elegancia
y buen ambiente que
celebra su legado
con visión de futuro,
siempre manteniendo
su compromiso con
la excelencia***

de eventos que cambia constantemente. Asimismo, cuenta con una gran cantidad de instalaciones deportivas que abarcan diferentes disciplinas como tenis, tenis de mesa, pádel, baloncesto, béisbol, voleibol, fútbol, golf, natación, zumba, sóftbol, kárate y tiro con arco. Incluso ofrece salones para recepciones sociales, eventos ejecutivos y celebraciones, así como espacios al aire libre para reuniones familiares, consolidándose como un punto de referencia para quienes buscan calidad, distinción y un servicio impecable, mientras se desconectan de lo cotidiano o cualquiera que sea su interés. Celebrar su sexagésimo aniversario es rendir homenaje a quienes han crecido entre sus jardines, instalaciones y celebraciones icónicas. Es recordar vivencias, memorias imborrables y alianzas de amistad, y negocios tejidos a lo largo del tiempo. Cada rincón del club respira historia y cultura, pero también proyecta el futuro de un legado que permanece vivo. Este aniversario no es solo un número en el calendario, es también el reflejo de un compromiso con la excelencia, la tradición y el crecimiento continuo. El Centro Español es, y seguirá siendo, ese lugar donde el ocio se transforma en experiencia y las memorias se convierten en parte de su historia.



TERRITORIO DE LEYENDA

La magia del arte ecuestre volvió a desplegarse en la decimotercera edición del FESTIVAL INTERNACIONAL DE EQUITACIÓN 'MATA', una celebración de identidad, espiritualidad y cultura bajo el alto patrocinio de Su Majestad el Rey Mohammed VI.

Texto por **MARIO AZAGRA**



El alma profunda de Marruecos volvió a latir con fuerza en el corazón de Zniyed, donde este prestigioso acontecimiento se vivió como una oda a la tradición y la unidad cultural del Reino. Este encuentro fue mucho más que un evento ecuestre. Fue una inmersión en un patrimonio vivo que une generaciones, territorios y visiones de futuro. Bajo el lema 'Mata: celebrando un cuarto de siglo de prosperidad y desarrollo bajo el reinado ilustre de Su Majestad el Rey Mohammed VI', el festival rindió homenaje a los avances del Reino y al legado espiritual de Moulay Abdessalam Ibn Mashish, figura central del sufismo magrebí. En cada galope y en cada acto resonaron los valores de paz, universalidad y memoria colectiva que caracterizan a esta tradición ecuestre única, recientemente incluida en la Lista del Patrimonio Inmaterial de la ICESCO. Los asistentes disfrutaron de un programa profundamente diverso. Conferencias, foros y paneles reunieron a destacadas personalidades del ámbito intelectual, político, econó-



El festival ha reafirmado su papel como espacio de diálogo intercultural y foro estratégico para el desarrollo sostenible entre África, Europa, Asia y otras regiones del mundo



mico y cultural para reflexionar sobre el reinado de Su Majestad y el alcance espiritual del camino Machichiya Shadiliya. Una feria artesanal y agroalimentaria desplegó la riqueza de las regiones de Marruecos y de países hermanos del continente africano, promoviendo un diálogo civilizacional abierto y dinámico. En el espacio cultural renovado, las delegaciones internacionales compartieron visiones y saberes, mientras los marroquíes del mundo redescubrían sus raíces con orgullo. La velada artística iluminó el alma del festival: una explosión de música auténtica con artistas como Reda Taliani, Rachida Talal, el legendario grupo Jajouka, liderado por Bachir Attar, Sara Tiyyara y muchos más. Con un impacto mediático sin precedentes y el compromiso apasionado de quienes luchan por preservar este legado, 'Mata' se reafirmó como un puente entre historia y modernidad, entre lo local y lo universal. Un festival que no solo celebra el pasado, sino que construye un futuro.



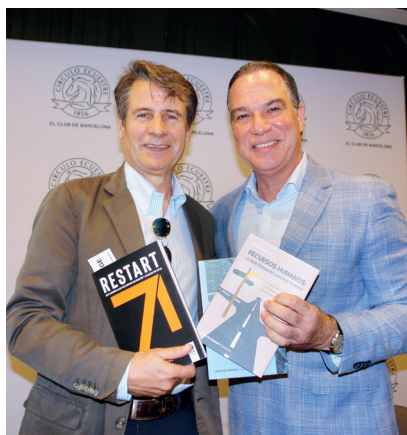


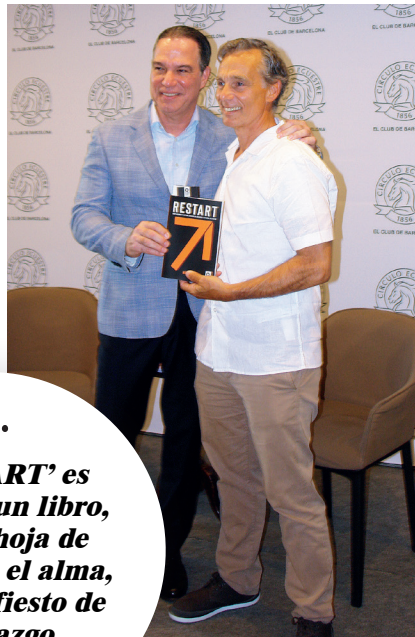
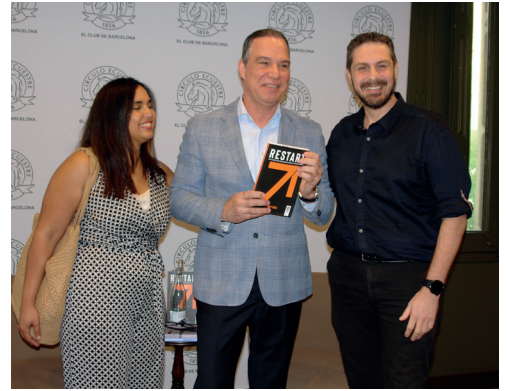
...
***'RESTART'
 induce un viaje
 personalizado:
 con un enfoque
 disruptivo permite
 elegir el orden de
 lectura***



Siete pasos hacia el cambio

En el Círculo Equestre de Barcelona, donde convergen talento y liderazgo empresarial, se celebró la presentación de 'RESTART', el más reciente libro de Ney Díaz, una figura emblemática del pensamiento estratégico y del desarrollo humano. La cita congregó a un auditorio selecto y cosmopolita, reflejo del mensaje universal de su obra. 'RESTART-Siete acciones clave para superar los desafíos y alcanzar tus metas' es una valiosa caja de herramientas diseñada con precisión. El escritor ofrece al lector una senda estructurada, con siete verbos-acción que invitan a una metamorfosis interna: Reenfocar, Explorar, Solucionar, Transformar, Avanzar, Reajustar y Trascender. Como fundador y presidente de INTRAS, la firma líder en capacitación empresarial en la República Dominicana, Ney Díaz ha sorprendido con una obra imprescindible para reinventarse con propósito.





...

***'RESTART' es
más que un libro,
es una hoja de
ruta para el alma,
un manifiesto de
liderazgo
interior***



El mejor AOVE el mejor diseño

SELMA

MILLENNARY OLIVE OIL

Un placer para los sentidos



Botella diseñada
por Monica Armani

Monica Armani



Premio Japan Olive Oil Prize

Premio "Best in Class" al mejor AOVE Monovarietal Gran Selección



Premio especial Elio Berhanyer

al mejor diseño y vestido de botella de AOVE de la Península Ibérica



Medalla de Oro

del Premio ARMONIA, en Parma (Italia) al mejor diseño e imagen de comunicación internacional



Premio Mezquita

Medalla de Oro al mejor AOVE, de la Península Ibérica



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio CINVE

Medalla de Oro al AOVE Organic/Ecológico



Premio Japan Olive Oil Prize

Medalla de Oro al AOVE Gran Selección



Premio Olive Japan

Medalla de Oro al AOVE, Gran Selección



Premio Mezquita

Medalla de plata al mejor AOVE, de la Península Ibérica



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Medalla de plata al AOVE Organic/Ecológico



Premio Ecotrampa

Medalla de plata en el concurso Internacional de AOVE Ecológico



Premio AOVE Fórum Internacional Fira de Tots Sants

Medalla de Plata al AOVE Selección



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Medalla de plata al alto contenido en polifenoles del AOVE Gran Selección



Premio II AOVE Fórum Internacional Fira de Tots Sants

Medalla de Bronce al AOVE Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Bronce al AOVE Selección



Premio Athena International Olive Oil competition

Medalla de Bronce al AOVE Organic/Ecológico



Premio Global Olive Oil de Berlín (Alemania)

Premio al diseño y packaging de la botella

Producto disponible en el Club del Gourmet de El Corte Inglés de Alicante, Elche, Barcelona (Avda. Diagonal y Plaça de Catalunya), Bilbao, Madrid (C. Comercial Sanchinarro Margarita de Parma, Goya, Pozuelo de Alarcón, Princesa, Raimundo Fernández Villaverde, Castellana y Serrano), Málaga (Avda. de Andalucía), Marbella (C. Comercial Costa Marbella en Puerto Banús), Murcia, Palma de Mallorca, Valencia (C. Comercial Avda. de Francia, C. Comercial Nuevo Centro y Pintor Sorolla) y a través de la web selmaoliveoil.com





REACH FOR THE CROWN



EL SUBMARINER DATE

GRUPO
BENTRANI
BLUEMALL - SANTO DOMINGO


ROLEX