

ELLE.MX

ELLE

¡HAZ
PESAS
SIN
MIEDO!

P.128

MARZO 2026

**TREND
ALERT:**

SASTRERÍA MINI
CORSETS NUDE
FALDAS CON FLECOS

K DE
KENIA
Y DE
PODER
POP

MÉXICO \$59.00



Consíguelo en el
App Store

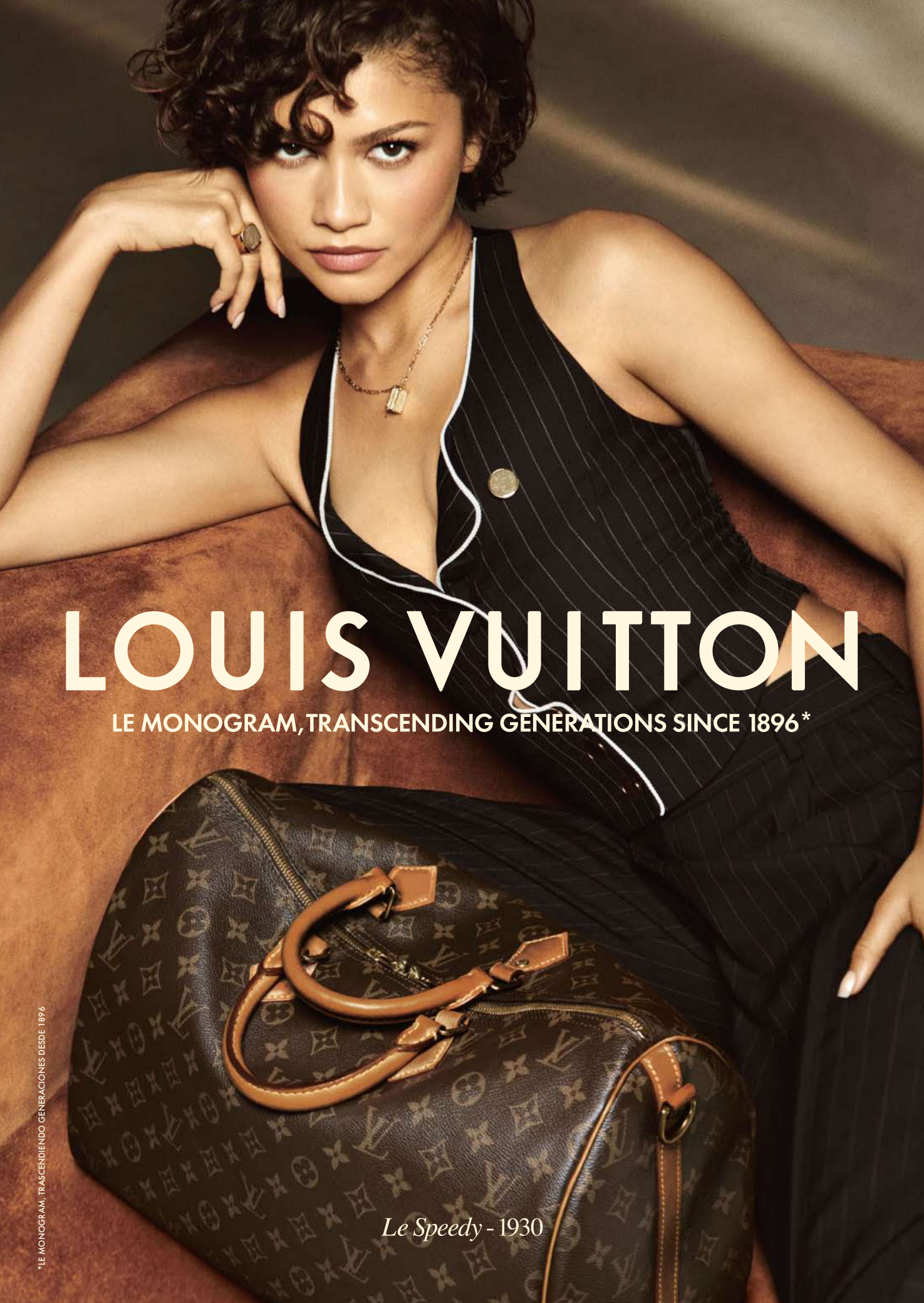
DISPONIBLE EN
Google Play

ELLE.MX

ELLE

MARZO 2026





LOUIS VUITTON

LE MONOGRAM, TRANSCENDING GENERATIONS SINCE 1896 *

*LE MONOGRAM, TRANSCENDING GENERATIONS SINCE 1896

Le Speedy - 1930



LOUIS V

LE MONOGRAM, TRANSCEND



LOUIS VUITTON

EXISTING GENERATIONS SINCE 1896

Le Speedy - 1930



DOLCE & G

CIUDAD DE MÉXICO
GUADALAJARA
CANCUN
MONTERREY
VERACRUZ
QUERETARO
VILLA HERMOSA
PUEBLA



GABBANA

A woman with long blonde hair is lying on a grey sofa. She is wearing a white sleeveless dress with a black and white paisley patterned collar and skirt. She is holding a yellow quilted handbag with a chain strap. The word "Dior" is written in white serif font across the middle of the image. The background shows a white paneled wall and a wooden floor.

Dior





A close-up photograph of a person wearing a voluminous tiger-print fur coat. A black leather Gucci bag with a red and green stripe is slung over the shoulder. A gold sequined bracelet is visible on the wrist. The word "GUCCI" is overlaid in white serif font.

GUCCI

HUNTER SCHAFER BY ANNE COLLIER

PRADA









FENDI

FENDI.COM

HardWear by Tiffany



HardWear by Tiffany

Un diseño de 1962 inspirado
en Nueva York, una ciudad en movimiento.

Una expresión del poder
transformador del amor.

With love, Since 1837 **TIFFANY & CO.**



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906





Lucky Spring
Broche



p.148



p.54



p.40



p.160

18. DIRECTORIO
20. CARTA DE LA EDITORA

TENDENCIAS

- 24. TRENDS
- 26. MAKEUP TRENDS
- 27. HAIR TRENDS
- 28. COMPRAS
- 30. TENTACIÓN
- 32. TENTACIÓN RELOJ
- 34. ACCESORIOS
- 36. ELLA ES ELLE
- 38. TOMA NOTA
- 40. ELLE LOOK
- 41. FASHION FOCUS
- ¡A divertirse con el color block!
- 42. ELLE CV
- 43. SIN CULPA
- 44. APUESTA
- 45. X-RAY
- 46. SUSTENTABILIDAD
- 48. NEWS

STORIES

- 52. SOCIETY
Los rosarios, el nun-core y las trad vibes son el nuevo mood board de la Gen Z
- 54. FACE TO FACE
- 56. INSIDER
- 62. ACTUELLE
¿Sabes todo lo que pasa antes de que una colección llegue a la tienda?
- 66. PERSONAJES
- 74. COVER STORY
Kenia Os y su era Belladonna



BVLGARI

ROMA 1884

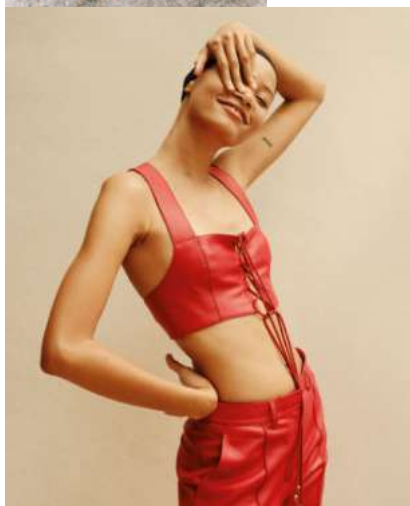
ARTZ PEDREGAL • MEXICO CITY LA ISLA • CANCÚN
EL PALACIO DE HIERRO • POLANCO, SANTA FE, MONTERREY, GUADALAJARA CC. ANDARES



p.152



p.102



p.84



p.34



portada 1. personaje: kenia os. foto: khristio. moda: vestido desigual, pulsera cartier. estilismo: jessica gutiérrez. asistentes de estilismo: natalia sánchez y lucia ybarra. asistentes de foto: santiago becerril, ernesto ayala y fernanda cervantes. maquillaje: abigail medina. pelo: julio de la torre. uñas: pamela mejía. producción: elle México.
portada 2. modelo: soap collins @ antiagency uk. foto: alex brunet & olga varova. moda: abrigo y guantes prada, brazalete tiffany&co. estilismo: camryn shell. maquillaje: giulio panciera. pelo: tomoko. post producción: martin cole. producción: ciber production para elle México.

MODA

- 84. NUEVOS AIRES
- 92. BLUEPRINT
- 102. ME GUSTAS TÚ
- 112. "CÓDIGO ROJO"

BELLEZA

- 120. HOT, LIKE SAD GIRLS
- 128. WELLNESS
- 130. INSIDER
- Oceanida, el equipo de 4 chicas que cruzaron el atlántico remando
- 134. EL LUGAR
- 136. FACE TO FACE
- 138. BEAUTY EXPERT
- 140. TENTACIÓN
- 142. WHAT'S HOT
- Las técnicas más cool de maquillaje de nuestras makeup artists favoritas
- 144. SIN CULPA
- 145. EDITORS PICKS

ESTILO

- 148. AGENDA
- 152. DESTINO
- 158. HOTELES
- 160. GOURMET

A Weekend on the road

Franchisees Weekend Max Mara: CDMX - Centro Comercial Santa Fe, PB | weekendmaxmara.com

WEEKEND

MaxMara

ELLE

EDITORIA GENERAL

CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

Editora Adjunta
CAROLINA ALVAREZ
cara.alvarez@grupoexpansion.com

Editora de Arte
DANIELA FONSECA
dfonseca@grupoexpansion.com

Editor Web
JORDI LINARES
jordi.linares@grupoexpansion.com

Editora de Moda
JESSICA GUTIÉRREZ
jessica.gutierrez@grupoexpansion.com

Editora de Belleza
VALERIA BAQUEIRO
mbaqueiro@grupoexpansion.com

Diseñadores
DANIELA FERES
MARIO MARREROS
SAMANTHA M. GONZÁLEZ

Editor de Foto
JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ
jose.rodriguez@grupoexpansion.com

Coeditora Digital
TAMARA SANTILLÁN

Coeditora de Moda
NATALIA SÁNCHEZ

Corresponsal en París
SANTIAGO VILLASENOR

Coordinador de Foto
ALONSO DÍAZ

Community Manager
CARLA FORTES

Coordinadora de Moda
BERENICE BUENDÍA

Corrección de Estilo
DANIELA ESPAÑA

Colaboradores
ANDRÉS VALENCIA, ULISES GARCÍA, ICKA GALLEGO,
AINHOA SALCEDO, LUCÍA YBARRA.

DIRECTOR GLOBAL CORPORATIVO DE VENTAS

ROBERTO CABALLERO
roberto.caballero@grupoexpansion.com

DIRECTOR COMERCIAL CORPORATIVO NACIONAL

ALEJANDRO LEAL
aleal@grupoexpansion.com

DIRECTORES DE VENTAS NACIONALES

ABRAHAM MEZA
abraham.meza@grupoexpansion.com

CLAUDIO DELGADO
cdelgado@grupoexpansion.com

ELIZABETH DE GARAY
elizabeth.degaray@grupoexpansion.com

ÓSCAR ROSAS
orosas@grupoexpansion.com

DIRECTORA COMERCIAL RI
CARLA FONT
cfont@grupoexpansion.com

DIRECTOR DE ESTRATEGIA
MULTIPLATAFORMA
CRISTHIAN DEL ÁNGEL
cristhian.delangel@grupoexpansion.com

DIRECTOR COMERCIAL REGIONAL
(USA, NORTE Y SURESTE)
PABLO CAMPO
pablo.campo@grupoexpansion.com

DIRECTOR DE GROWTH
ANDRÉS TOMASSI
atomassi@grupoexpansion.com

HEAD DE MARKETING SERVICES
ITALO CORONA
italo.corona@grupoexpansion.com

DIRECTORA EDITORIAL DE SOFT NEWS Y EXPANSIÓN STUDIOS

CLAUDIA CÁNDANO
ccandano@grupoexpansion.com

LÍDER DE MARCA
PAMELA GARCÍA
pamela.garcia@grupoexpansion.com

HEAD DE OPERACIONES EXPANSIÓN STUDIOS

JANETH CORREA

HEAD CREATIVO EXPANSIÓN STUDIOS

IGNACIO AMAYA

EDITORA EXPANSIÓN STUDIOS
PAULINA CASTELLANOS
pcastellanos@grupoexpansion.com

GENERADORES DE CONTENIDO
FRANCESCA SOPHIE EBRARD
MARCELA FERNANDA FLORES
MAURICIO GUERRERO
MELISA SALAZAR
PAMELA RODRÍGUEZ
VICTOR MIGUEL DEL CASTILLO

DIRECTORA DE CUENTAS
ANA LILIA CHÁVEZ

PROJECT MANAGERS
ALEJANDRA JIMÉNEZ
FERNANDO CORTÉS
MONTSERRAT REYES
SHANTAL ELIZABETH GÓMEZ

DISEÑADORAS
PAMELA JARQUIN
SHUELLEM ESTRADA

EQUIPO DE VIDEO
COORDINADORA DE VIDEO
MARIANA MARTÍNEZ

COORDINADOR POSTPRODUCCIÓN
CHRISTIAN JAVIER CASTILLO PARALIZÁBAL

EQUIPO DE VIDEO
ABEL GONZÁLEZ
ALBERTO NOLASCO
ANABEL SARAHÍ MARTÍNEZ
ANDREA ESTRADA
DANIEL OSVALDO ESCUTIA
GUSTAVO RODRÍGUEZ
JAVIER SÁNCHEZ
JONATHAN VÁZQUEZ
MARÍA FERNANDA LÓPEZ
RICARDO RAMÍREZ

PRODUCTORA
JACQUELINE FACIO

COORDINADORA DE
ESTUDIO DE FOTO
ALEJANDRINA LIRA

FOTÓGRAFA
ESTUDIO DE FOTO
ANYLÚ HINOJOSA

COORDINADORA
ADMINISTRATIVA
YRAZEMA ALMANZA
yalmanza@grupoexpansion.com

ACCOUNT MANAGER
MARTHA SOTO

DIRECTOR DE OPERACIONES

FERNANDO CEBALLOS
fernando.cebillos@grupoexpansion.com

DISTRIBUCIÓN
ALBERTO PALACIOS
apalacios@grupoexpansion.com

GERENTE DE TRÁFICO
ANA MARÍA GALINDO

COORDINADOR
DE PRODUCCIÓN
EDGAR MORA

PRODUCCIÓN
ULISES ALARCÓN

COORDINADOR
PRODUCCIÓN DIGITAL
JAVIER JASSO

POSTPRODUCCIÓN DIGITAL
DIANA AGUILAR
JESÚS GONZÁLEZ

TRADEMARK NOTICE
ELLE® is used under license from the trademark owner: Hachette Filipacchi Presse, a subsidiary of Lagardère SCA.
www.elleinternational.com

ELLE
INTERNATIONAL

A division of: **lagardere**

CEO
CONSTANCE BENQUE

CEO ELLE International Licenses
FRANÇOIS CORUZZI

Chief Content Officer/
International Director of ELLE
VALERIA BESSOLO LLOPÍZ

Deputy Editorial Director
VIRGINIE DOLATA

Fashion Director
ALEXANDRA BERNARD

Creative Director
IRIS ROMBOUTS

Editorial & Syndication
Coordinator
FAUSTINE JOIRIS DE CAUSSIN

Copyrights Manager
KENZA ALLAL

Digital & Database Manager
CECILE VASSEUR MORIN

MARKETING DIRECTOR
MORGANE ROHÉE

INTERNATIONAL ADVERTISING:
LAGARDERE GLOBAL ADVERTISING

Chief Revenue Officer ELLE International
Media Licenses
JULIAN DANIEL
jdaniel@lagardereads.com

CONTACTOS EN VENTAS
ventas@grupoexpansion.com
Tel: 55 9177 4100/4300

INTERNATIONAL SALES
sales@grupoexpansion.com
Tel: (786) 558-5076

**SUSCRIPCIONES
Y SERVICIO AL CLIENTE**
(55) 9177 4342
servicioalcliente@grupoexpansion.com

**GRUPO
EXPANSIÓN**

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES
INSTITUCIONALES
LEONARDO VALLE

PRESIDENTE DE GRUPO EXPANSIÓN
EDGAR FARAH

CEO DE GRUPO EXPANSIÓN, OOH,
PUBLISHING Y MOBILITY
JORGE DIBILDOX

COO
GRUPO EXPANSIÓN
HILDA MAESTRE

PRESIDENTE DEL
COMITÉ EDITORIAL
JOSÉ ALBERTO BALBUENA

PUBLISHING / MOBILITY / OUT OF HOME

ELLE® es una revista mensual de moda y cultura de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V., bajo licencia de Hachette Filipacchi Presse, S.A. Marzo 2026. Editora Responsable: Claudia Cándano de la Peza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-101413222700-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17512. Domicilio de la Publicación: Hegel 111, Piso 1, Colonia Polanco Chapultepec, C.P. 11560, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Imprenta: Reproducciones Fotomecánicas S.A. DE C.V., con domicilio en Durazno 1, Las Peñas, Xochimilco, C.P. 16010, Ciudad de México. Distribución por: Expansión, S.A. de C.V. con domicilio en: Constituyentes 956, Lomas Altas, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11950, Ciudad de México y Alfesa Comercialización y Logística S.A. de C.V., ubicado en: Corona No.23 Interior 1, colonia Cervecería Modelo, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P.53330. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este ejemplar sin la previa autorización de Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Las opiniones y puntos de vista de las colaboraciones publicadas en esta revista no necesariamente reflejan la opinión de ELLE® y quedan bajo la estricta responsabilidad de los autores. Todos los derechos reservados © 2026 Hearst Expansión, S. de R.L. de C.V. Consulta el aviso de privacidad de datos en la siguiente dirección: <https://elle.mx/aviso-de-privacidad>. Registro postal: PP09-1013.



PANDORA BRIDGERTON

shondaland | NETFLIX

TM/© Netflix. Shondaland TM Shondaland

ENCUÉNTRANOS EN **MX.PANDORA.NET** Y EN TIENDAS FÍSICAS:

PANDORA

 **Liverpool**

El Palacio de Hierro

marzo 2026

carta editorial Una de las cosas que más feliz me hace es escuchar una canción que instantáneamente me pone a bailar o cantar a todo volumen. Es divertido sentir ese *beat* en todo el cuerpo, que hace que quieras pararte a bailar (como Cristina y Meredith en *Grey's Anatomy*) no importa en dónde estés. Los géneros que provocan eso en mí, son el reggaeton y el pop.

En esta edición tenemos en portada a Kenia Os, quien ya se ha convertido en un referente del pop actual en nuestro país y ha basado su carrera en la conexión con la audiencia y en la filosofía de pertenecer a una comunidad. Kenia inició en la creación de contenido, generando millones de views entre los *keninis*, y hoy está en un momento importante de su carrera, haciendo música que conecta y construye identidad emocional. En términos de moda, también es una figura importante: Kenia ha colaborado con Adidas y la hemos visto en shows como el de Willy Chavarría. No podemos negar que su personalidad y esencia la hacen muy única.

En marzo queremos hablar de mujeres a las que admiramos y que hacen la diferencia en sus industrias; tenemos dos artículos que no te puedes perder. El primero es sobre el equipo Oceanida, un grupo de cuatro mujeres que cumplieron lo inimaginable: cruzar el Océano Atlántico remando. Lo lograron en 45 días, 1 hora y 35 minutos, y todos los detalles nos los platica Andrés Valencia, hermano de Ana Lucía, una de estas cuatro impresionantes y determinadas mujeres.

Por otro lado, Tamara y Jordi armaron la sección de personajes con seis mujeres (Tania Franco Klein, Daniela Soto-Innes, Renee Paola Fernández y Valeria de la Torre) que se han hecho de carreras sólidas y prometedoras en diferentes industrias. Ellas han construido su camino desde la convicción en lo que comunican a través de sus distintas disciplinas, cada una fiel a su personalidad y plenamente conscientes de la presión que hoy enfrentan por ser mujeres. Tania Franco Klein lo plantea como una idea de excelencia inhumana. * ¡Quiero hacer un *shout out*!, porque esta es la primera vez que Jordi hace fotos para la revista impresa.



CLAUDIA CÂNDANO
@candanocla #editoraentenis

FOTO: JOSEFRA

BISSÚ

Nuevo Lápiz Labial

¡Bissuquéalo a tu gusto!

7 tonos cremosos
y pigmentados



"SALUD ES BELLEZA"

AVISO DE PUBLICIDAD: 163300202D0185

EXPANSION

SAQUE ^{DE} META



**MACA
RIVA &
JUAN
LOMBANA**

**CUATRO EPISODIOS,
CUATRO EMPRESAS,
CUATRO ESTRATEGIAS
EN TIEMPOS MUNDIALISTAS.**

UNA MINI SERIE DE
**CUÉNTAME DE
ECONOMÍA**



DISPONIBLE EN



@EXPANSIONVIDEO



ELLE

CRUCERO
EN LA COSTA
AMALFITANA
(P. 24)

29. FALDAS DIGNAS
DE UNA CHICA *FLAPPER*

34. ¿FAN DE LOS
ARETES? VIENEN
CON TODO EN
VERSIÓN EXTRA
GRANDE

TENDEN- CIAS

23

HOT HOT

UN'ARANCIATA ROSSA, PER FAVORE

Tu nueva motivación para vestirte debe ser atreverte al máximo, sin pedir permiso. Nada lo expresa mejor que un color intenso, uno que te haga sentir llena de vida y diversión. El naranja, al ser un tono complementario, es muy fácil de combinar con colores primarios como el azul o el amarillo. Así que ya sabes como agregar detalles que resalten. Inspírate en la energía vibrante de Sicilia y ese estilo italiano inigualable.

1. Botas, **PARIS TEXAS**, \$17,367, farfetch.com. 2. Bolsa, **DESIGUAL**, \$2,190, C.C. Santa Fe. 3. Collar, **SOPHIE BUHAI**, ssense.com. * 4. Aretes, **EUGENIA**, \$12,460, El Palacio de Hierro. 5. Blusa, **ZADIG&VOLTAIRE**, \$9,315, C.C. Artz Pedregal. 6. Shorts, **MASSIMO DUTTI**, \$2,795, C.C. Santa Fe.

CHRISTOPHER ESBER

LOEWE

1. Botas, **PARIS TEXAS**, \$17,367, farfetch.com. 2. Bolsa, **DESIGUAL**, \$2,190, C.C. Santa Fe. 3. Collar, **SOPHIE BUHAI**, ssense.com. * 4. Aretes, **EUGENIA**, \$12,460, El Palacio de Hierro. 5. Blusa, **ZADIG&VOLTAIRE**, \$9,315, C.C. Artz Pedregal. 6. Shorts, **MASSIMO DUTTI**, \$2,795, C.C. Santa Fe.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / ISTOCK / FARFETCH.COM / DESIGUAL.COM / SSENSE.COM / ELPALACIODEHIERRO.COM / ZADIG-ET-VOLTAIRE.COM / MASSIMODUTTI.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

CHIQUI SASTRERÍA

La nueva forma de llevar sastrería ha llegado. Nos referimos a las versiones chiquitas: siluetas cortas y ligeramente ceñidas al cuerpo son indispensables. Piensa en el típico blazer pero en su versión más pequeña. Si ya salió el sol en tu ciudad, aprovecha para presumir tus *abs* sin llevar un top por debajo. Complementa tu look con una mini falda o unos shorts.

1. Botas, **GUCCI**, Masaryk 408 Polanco. * 2. Blazer, **DIESEL**, \$12,420, Farfetch.com. 3. Collar, **POMELLATO**, El Palacio de Hierro Santa Fe. * 4. Lentes, **CHANEL**, C.C. Artz Pedregal. * 5. Falda, **MANGO**, \$1,099, C.C. Oasis Coyoacán. 6. Cinturón, **DESIGUAL**, \$2,790, C.C. Antara Polanco. 7. Bolsa, **JIL SANDER**, jilsander.com. *

EL EFECTO *Nina Park*

¡Estamos obsesionados con su maquillaje! Específicamente, con su técnica de labios que es la combinación perfecta del delineado con los labios coreanos difuminados. ¿La clave? Un *contour* y un trazo sutil para definirlos, pero que al mismo tiempo todo se funda entre sí. La idea es que no puedas ver dónde empieza un producto y dónde termina el otro.

TORY BURCH



1.

FAV
FAV

EL PRIMER PASO

Puedes hacer el *contour* con un lápiz de subtono frío o con bronceador y difuminarlo muy bien con una brocha esponjosa para hacer un "halo" alrededor de los labios.

UN POP DE COLOR

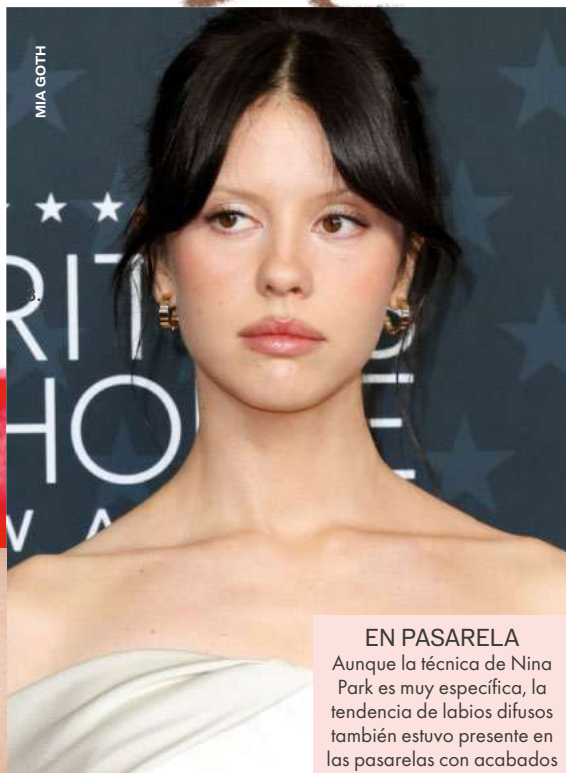
Una tinta te ayudará a darle color a tus labios sin agregar textura extra. A toquitos con el dedo, aplícala desde el centro hacia afuera para crear dimensión.



4.



2.



MIA GOTH



3.

EN PASARELA

Aunque la técnica de Nina Park es muy específica, la tendencia de labios difusos también estuvo presente en las pasarelas con acabados naturales y poca definición.

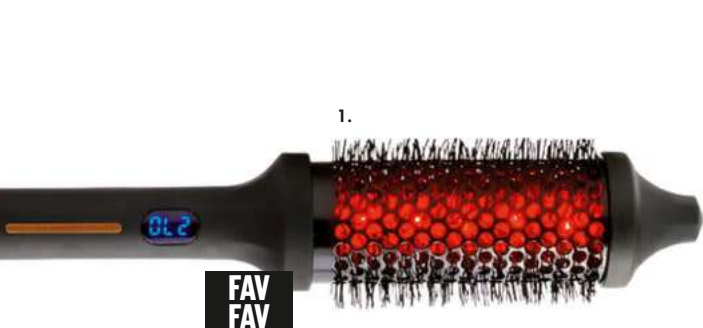


BALMAIN



5.

1. Rouge Coco Flash en tono 54 Boy, **CHANEL**, \$1,100, chanel.com. 2. Precision Pout en tono Stone, **KYLIE COSMETICS**, \$440, ulta.com.mx. 3. Delineador de labios en tono Muted Mauve, **ANASTASIA BEVERLY HILLS**, \$550, ulta.com.mx. 4. Sheer For It Blush Tint, **E.L.F. COSMETICS**, \$165, sephora.com.mx. 5. Powder Kiss Liquid Lipcolour en tono Taken, **M.A.C. COSMETICS**, \$580, C.C. Antara.



1.

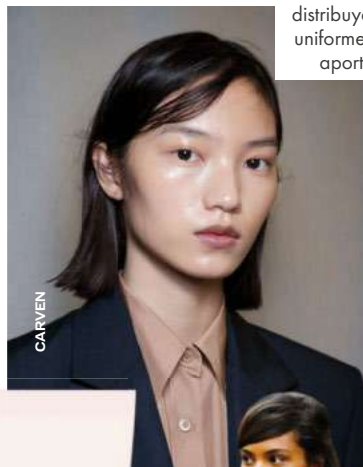
¡NO LO MALTRATES!
Si te gusta usar herramientas de calor, prueba un cepillo con tecnología infrarroja: distribuye el calor de forma uniforme, reduce el daño y aporta brillo natural.



2.



SABRINA CARPENTER



CARVEN



3.



BALMAIN



4.

SUAVE & MANEJABLE
Si tienes el pelo largo y decides usarlo suelto, incorpora a tu rutina un producto *leave-in* que hidrate, reduzca el frizz y lo deje suave y luminoso.

ESTILIZADO FLEXIBLE

Utiliza productos que sean suaves y ligeros, así puedes mantener el fleco en su lugar sin que se vea aplastado ni rígido. Incluso, puede servir para hacer un recogido suave.

¿OTRA VEZ es el 2006?

Cada determinado tiempo, las tendencias de belleza que nos encantaban años atrás regresan para recordarnos nuestros inicios. Afortunadamente, el *comeback* del fleco de lado sí nos emociona, porque las marcas, alfombras rojas y *street style* se han encargado de que se vea más cool que nunca. Llévelo con el pelo suelto, recogido, accesorizado y con cualquier largo.

5.



1. Thermal Brush, **SUTRA**, \$2,800, sutrabeauty.mx. 2. OSiS Elastic, **SCHWARZKOPF**, \$597, Sally Beauty. 3. Shaping Cream, **AUTHENTIC BEAUTY CONCEPT**, \$940, El Palacio de Hierro. 4. Anti Frizz Glazed Milk, **KÉRASTASE**, \$555, liverpool.com.mx. 5. Glued Wax Stick, **GOT2B**, \$199, Walmart.

EN MI ERA *victoriana*

Es momento de definir tu silueta esta primavera con un corset en tono nude. Lo mejor de esta prenda es su carácter atemporal. La clave está en elegir estratégicamente el corte adecuado, la comodidad es esencial para que te sientas segura al llevarlo. Si el *strapless* te resulta demasiado, opta por versiones con tirantes. Incluso existen diseños que, en lugar de varillas, utilizan cortes estructurados que moldean igual de bien. Para combinarlo, mantente dentro de la misma paleta cromática y añade un pantalón sastre relajado para un look elevado y elegante.



1. DION LEE, \$14,827, farfetch.com. 2. MIAOU, \$6,750, miaou.com. 3. ARITZIA, \$2,650, aritzia.com. 4. SABRINA OL, \$4,950, Liverpool 9, Juárez.
5. ZARA, \$1,199, C.C. Parque Delta.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / FARFETCH.COM / MIAOU.COM / ARITZIA.COM / SABRINAOL.COM / ZARA.COM.

#ELLECONSEJO

Para que las varillas y el corte no se deformen, guárdalo siempre extendido o colgado, nunca doblado. Y evita apretarlo cuando no lo usas, deja que la prenda descanse.

LLUVIA de flecós

Los flecos en las faldas pasan de bohemios a *chic*, todo se debe a la materialidad y la longitud que los diseñadores les han otorgado esta temporada. Desde versiones hechas en distintos materiales como plástico o lentejuelas, hasta la forma en que se integran a las prendas: pueden recubrir por completo una falda, como en Kiko Kostadinov; aparecer solo en el filo, como en Chanel; o construir siluetas con volumen, como en Bottega Veneta o Balenciaga. Para combinarlas, elige una en tonos tierra, desde amarillos hasta cafés. Deja que su movimiento se apodere de ti y conviértelas en la estrella de tu look.



1. BIMBA Y LOLA, \$5,300, C.C. Santa Fe. 2. SFERA, \$1,199, C.C. Parque Delta. 3. PLAN C, \$25,243, farfetch.com. 4. MASSIMO DUTTI, \$9,995, C.C. Town Square, Metepec. 5. PORTS 1961, \$16,499, ports1961.com.

#ELLECONSEJO

Para evitar que los flecos largos se enreden, anúdalos suavemente con un listón al guardarla.

La Mecen

GUCCI

El debut de Demna Gvasalia en la casa de moda italiana nos tiene completamente hipnotizados. De hecho, estos zapatos son, sin duda alguna, uno de los accesorios más destacados de su colección *La Famiglia*. Este par destaca por tener un bordado de lentejuelas y flecos de cuentas hechas a mano, acompañados de un tacón de aguja en tono dorado, dignos de *La Mecenate*, o sea, "La Mecen" de la familia. Y por si fuera poco, Gucci también tiene estos zapatos en versión vestido de gala. Es más, Demi Moore lo eligió como su look para el estreno del corto *The Tiger* en Milán.

#¿DÓONDE?

Masaryk 408, Polanco.*

POTTERY BARN

pottery barn kids

west elm

WILLIAMS SONOMA



CONTAMOS CON UN SERVICIO DE INTERIORES GRATUITO

Este servicio está conformado por un equipo de diseñadores preparados para ayudarte a crear el espacio que siempre soñaste; desde tu sala o recámara hasta tu negocio.

Nuestro increíble equipo de diseñadores puede hacer uso de todos los productos de las marcas del grupo **Williams Sonoma, Inc.** que son:

¿Cómo funciona?

01.

Envía tu información y te contactaremos para conocer tu proyecto.

02.

Conoce a tu diseñador y comparte tus gustos, estilo y necesidades.

03.

Realizaremos una propuesta profesional y personalizada.

04.

¡Disfruta tu espacio! Nosotros coordinaremos tu orden de compra y entrega.



En tu casa o en nuestras tiendas ¡Estamos listos para ayudarte!

Visita nuestra página web para agendar una cita.
www.potterybarn.com.mx

#timeless



¿SABÍAS QUE...?

Tiene una garantía de cinco años y la certificación "Master Chronometer", que asegura el más alto nivel de precisión.

por JESSICA GUTIÉRREZ

Arrancamos la temporada de primavera-verano en negro total. Este tono tiene tanto poder que la mejor época para usarlo es... ¡todas! Es hora de romper con el mito de que el negro solo se usa de noche o durante la temporada de frío. No por nada Omega presenta el *Speedmaster Moonwatch* en este color, como una de las apuestas más sólidas del año. Este modelo, hecho en cerámica negra cuenta con el movimiento OMEGA Co-Axial Master Chronometer calibre 3861, la versión más avanzada del popular 321 que usaban los astronautas de la NASA en su viaje a la luna. Se trata de una pieza única que reúne lo mejor de la estética y el estilo atemporal, así como la tecnología y visión futurista. No olvides que es el reloj ideal para hacer un *statement* con un atuendo completamente negro en plena primavera, verano, otoño e invierno.

ELLElook

#OOTD



1. Bolsa, **BALENCIAGA**, \$45,250, El Palacio de Hierro Polanco. 2. Lentes, **SAINT LAURENT**, ysl.com. * 3. Vestido, **MASSIMO DUTTI**, \$3,995, C.C Artz Pedregal. 4. Collar, **CHOPOVA LOWENA**, USD352, chopovalowena.com. 5. Zapatos, **ACNE STUDIOS**, \$10,490, Gran Vía C.C. Santa Fe.

Saba® Invisible®

Hasta **0% derrames***
100% comodidad*



Así de delgada

Así de absorbente



Saba® Libertad de sentirte cómoda

HIGIENE ES SALUD
RESPONSABLE DE LA PUBLICIDAD: ESSITY HIGIENE Y SALUD MÉXICO S.A. DE C.V. (ESSITY)
*RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE PRODUCTO EN LABORATORIO Y
RESULTADOS DE ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN MX 06-0100-LI- ESSITY 2024. **COMPARADO CON
OTRAS TOALLAS DE DÍA DEL PORTAFOLIO DE "ESSITY"



USAMOS, NO JUZGAMOS

La regla #1: Descúbrete las orejas. Los aretes jumbo serán la pieza clave para levantar tus looks. No tienes que esperar a tener un evento importante para lucir una pieza *statement* como esta, pues cualquier ocasión lo vale. Un día que tu pelo no coopere, aprovecha para llevar un relamido y tus aretotes. Atrévete a usar un diseño que llame la atención, como flores 3D, mega cristales o hasta un par de ositos. Eso sí, será bueno saber cuánto pesan antes de comprarlos o por lo menos saber en lo que te estás metiendo, para saber cuánto tiempo llevarlos puestos.



1. YVMIN, USD155, yvmin.com. 2. SWAROVSKI, C.C. Antara Polanco.*
3. H&M, \$499, C.C. Santa Fe. 4. UNCOMMON MATTERS, \$6,389, farfetch.com.

FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM/SPOTLIGHT / YVMIN.COM / SWAROVSKI.COM / H&M.COM / FARFETCH.COM / *PRECIO EN PUNTO DE VENTA.

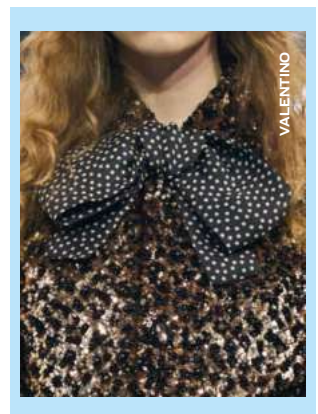
SHIATZY CHEN



UN NUDO EN LA GARGANTA

Esta primavera, ampliamos el término corbatín para dejar de imaginarlo únicamente como un accesorio vaquero. Hoy debemos integrarlo como el toque final de un look sofisticado. Desde el clásico cordón de piel hasta una versión a la Alexa Chung en el 2011, pero ahora más dramática y en su lugar: un gran moño de seda. Para jugar como experta con esta tendencia, contrasta los estampados del corbatín con los de la camisa (funciona especialmente bien con cuellos altos). Y como guía extra, échale un ojo a los desfiles de Valentino, Balenciaga o Normando SS26.

1. MONTSERRAT MESSEGUER, \$850, Durango 208, Roma Nte. **2. ETRO**, \$5,762, farfetch.com.
3. MEXICANARTES, \$799, mexicanartes.mx. **4. JENNY BIRD**, \$2,459.20, revolve.com.





Creadora de contenido

@rubylyn_

Hay perfiles con los que basta *scroll*ear unos segundos para sentir su magnetismo, y Ruby Lyn es uno de ellos. La creadora de contenido canadiense comenzó a construir su universo en YouTube entre *hauls*, *GRWM* y compartiendo sus looks minimalistas que, con el tiempo, se convirtieron en su sello personal. Hoy, su presencia en Instagram se siente como un respiro dentro del ruido digital: es relajada, femenina, sensual y sin esfuerzo. Su estilo navega entre lo minimalista y lo provocador, con siluetas que juegan con la piel, transparencias sutiles y una paleta que va del negro o el *nude* a tonalidades metálicas. Entiende el poder de los básicos bien elegidos, como unos jeans rectos de tiro bajo, una *baby-tee* o un suéter de *cashmere* suave.

Para complementar, nunca faltan sus icónicos flats, una bolsa estilo *boho* y unos lentes ópticos para sellar su esencia *preppy*. Apuesta por prendas que la acompañen de día y noche sin esfuerzo, siempre priorizando sentirse cómoda y auténtica. Más que perseguir lo viral, Ruby absorbe referencias del minimalismo noventaero y las traduce a su propio lenguaje. Domina el arte del monograma sin que se sienta excesivo; Louis Vuitton y Burberry están entre sus favoritos. Su afinidad por lo limpio y atemporal la conecta naturalmente con diseñadores como Tory Burch, Miu Miu y Polo Ralph Lauren, llevándola a la primera fila en los shows. Ruby no solo se viste, sino construye una vibra completa, un universo donde es ella misma. Nada se siente forzado ni sobreproducido, desde su forma de vestir hasta su *feed*, cada imagen parece parte del mismo sueño estilístico. Todo fluye con esa seguridad que solo llega cuando sabes quién eres. Es ese tipo de cool que no se aprende, sino que entiende la moda como una experiencia cotidiana. ★ FIN



CLUB DE LIBRO

Ironically Literate es una extensión de su universo. Un club de lectura donde comparte los libros del mes y abre la conversación a través de un foro para intercambiar reflexiones, preguntas y puntos de vista.



“ES INCREÍBLE
MOSTRARLE A LA GENTE
QUE NO DEBES TENER
MIEDO DE VESTIRTE
COMO QUIERAS O SER
QUIEN QUIERAS”.



ILUSTRACIONES **BARBIE BAQUEIRO**
@ILLUSTRATEDBYBARBARA

“LA BELLEZA DE
AMAR RADICA EN LA
LIBERTAD DE SER TÚ
MISMO”. - AFRODITA



LA FAVORITA DE LOS DIOSES

Para este SS26, la mitología se convierte en un manifiesto de estilo, por ello tomamos a nuestros tres personajes mitológicos favoritos como inspiración. Afrodita evoca una sensualidad luminosa y consciente: piel al descubierto, tejidos fluidos y una elegancia que seduce sin esfuerzo. Perséfone aporta el contraste perfecto entre luz y sombra, flores que nacen del asfalto y una feminidad que se transforma. Por otro lado las ninfas evocan libertad y movimiento, una conexión orgánica con la naturaleza. Estas diosas no se imitan, se reinterpretan. Tú, ¿con cuál te identificas más?

AFRODITA

FEMINIDAD ES TU SEGUNDO NOMBRE

1. Lentes, **MARNI**, El Palacio de Hierro Polanco. * 2. Aretes, **OSCAR DE LA RENTA**, USD700, shopstyle.com. 3. Vestido, **MIU MIU**, \$2,833, mytheresa.com. 4. Bolsa, **CULT GAIA**, USD913, cultgaia.com. 5. Sandalias, **AMINA MUADDI**, USD901, aminamuaddi.com. 6. Anillo, **TOUS**, \$12,500, Masaryk 460, Polanco.

1.



2.



3.



4.



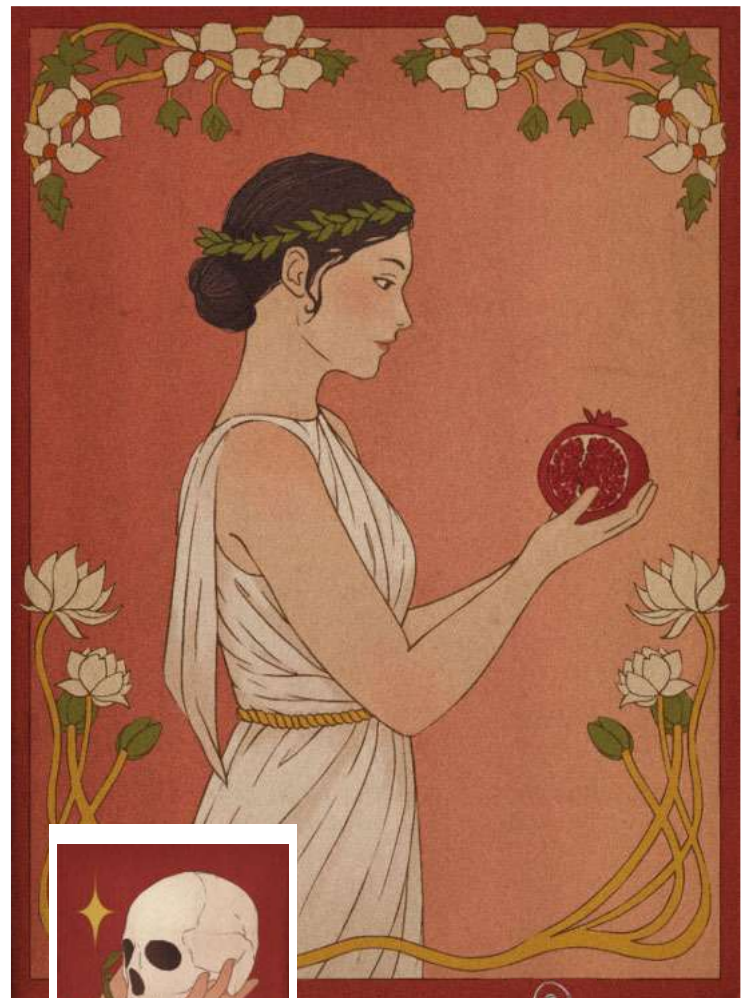
5.



LAS NINFAS

UNA CON LA NATURALEZA

1. Lentes, **LOEWE**, USD398, lyst.com. 2. Brazaletes, **SWAROVSKI**, \$7,000, C.C. Antara Polanco. 3. Aretes, **SWAROVSKI**, \$5,500, C.C. Antara Polanco. 4. Vestido, **BLUMARINE**, \$27,146, blumarine.com. 5. Bolsa, **JACQUEMUS**, \$30,812, farfetch.com. 6. Sandalias, **SAINT LAURENT**, \$85,715, El Palacio de Hierro Santa Fe.*



PERSÉFONE

DUALIDAD COOL

1. Aretes, **HUGO KREIT**, USD652, hugokreit.com. 2. Top, **H&M STUDIO**, \$1,499, C.C. Parque Delta. 3. Lentes, **BALENCIAGA**, \$16,490, balardi.com. 4. Collar, **CARTIER**, El Palacio de Hierro Polanco.* 5. Falda, **FABIANA FILIPPI**, \$10,625, lyst.com. 6. Bolsa, **THE ATTICO**, USD2,050, theattico.com. 7. Botas, **COPERNI**, USD652, coperni.com

Como construir un Lego

FERRAGAMO SS26

Este año la firma italiana se inspiró en los años 20 y en la imagen de la mujer liberada: cinturas bajas, cortes cómodos y colores en patrones que dan un *vibe* ecléctico y moderno. Amamos este vestido que da movimiento al look con los bloques de color y le deja el protagonismo a la silueta femenina con un cierto guiño sensual por la transparencia. No se necesita más que una bolsa y un buen estileto.

#¿DÓONDE?

El Palacio de Hierro Polanco. *

FOTO: ALONSO DÍAZ / ESTILISMO: NATALIA SÁNCHEZ / MODELO: MARTINA VYSNA
@MODELZONE / PELO Y MAQUILLAJE: PETER SNOWS.



FASHION
FOCUS:
*colorear
dentro de
la línea*



DUOS HOT: ROSA+ROJO, CAFE+BOR-
GOÑA, ROJO+AZUL CIELO.

Esta tendencia nos recuerda a los cuadernos de colorear guiados, en la que cada número indicaba un tono. Segmenta de esa forma tu look y forma bloques de color. La clave es que la división sea visible. Comienza poco a poco, dividiendo tu outfit en dos, si te sientes cómoda agrega un tercer acento, ya sea en tus zapatos o bolsa. La idea del *color block* es divertirse y que experimentes con pantones que no usas normalmente. No tengas miedo de combinar y usar el color. ¡Diviértete!

ISABELLA BURLEY

@ISABELLABURLEY

Su debut editorial

Su primera entrevista fue a los 18 años con la artista de *performance* y música Cosey Fanni Tutti. Siempre ha dicho que, si tuviera que entrevistarla hoy, probablemente se pondría mucho más nerviosa.

Era el destino...

El nombre de su proyecto lo descubrió en una tienda *vintage*, en Nueva York, donde encontró una falda con una etiqueta que decía Climax. En ese momento no sabía para qué lo usaría, pero lo guardó hasta que supo que debía nombrar su tienda así.



“COMO MUJERES, ESTAMOS ATERRADAS DE SER LO QUE QUEREMOS SER, SOLO INTÉNTALO SIN QUEDARTE ATRAPADA EN ETIQUETAS. ¿A QUIÉN LE IMPORTA?”

CONSULTORA CREATIVA

Este perfil es impresionante por ser autodidacta, por los diferentes puestos que ha ocupado y porque muchos de ellos los ha ejercido simultáneamente. Isabella inició su carrera a los 16 años como vendedora en American Apparel; al año siguiente, se incorporó a Dover Street Market (DSM) con el mismo puesto durante cinco años. Esa fue su etapa formativa, trabajando de cerca con diseñadores y figuras clave del ámbito cultural. Durante su tiempo en DSM motivada por su interés en el *styling*, decidió adentrarse en el mundo editorial. Empezó como pasante en SHOWstudio y pronto comenzó a escribir historias para diversas publicaciones. A los 22 años se unió a Dazed como *Fashion Features Editor*, más adelante fue nombrada editora de moda y a los 24, asumió la dirección editorial durante seis años. Mientras lideraba la revista, fue editora invitada en Helmut Lang, donde dirigió creativamente todos los aspectos de la marca. A su vez, en 2020 lanzó su propio proyecto: Climax, una librería especializada en piezas de archivo, con sedes en Nueva York y Londres. Y un año después dejó la revista para incorporarse como Directora de Mercadotecnia de Acne Studios. Actualmente se dedica por completo a la curaduría y dirección creativa de Climax. ★ FIN



AURA DE ARTISTA

Londres street style SS26



look 1



1. Falda, **CIDER**, \$697, shopchider.com. 2. Blusa, **H&M**, \$449, C.C. Parque Delta. 3. Lentes, **RAY-BAN**, \$3,829, Sunglass Hut, Alejandro Dumas. 107. 4. Blusa, **BIMBA Y LOLA**, \$4,200, Masaryk 427. 5. Broche, **MAP**, \$199, Liverpool. 6. Botas, **ZARA**, \$1,599, C.C. Santa Fe.

\$10,973

look 2



1. Camisa, **ZARA**, \$799, C.C. Santa Fe. 2. Falda, **MANGO**, \$1,399, C.C. Oasis Coyoacán. 3. Boina, **STRADIVARIUS**, \$349, C.C. Parque Delta. 4. Aretes, **GINEBRA**, \$260, ginebrajoyeria.mx. 5. Zapatos, **ANDREA**, \$799, C. 5 de Febrero 35, Centro Histórico. 6. Bolsa, **DESIGUAL**, \$1,899, C.C. Santa Fe.

\$5,505

#ELLECONSEJO

Es hora de sacar a pasear tus estampados de tartán y verte como toda una chica londinense. Inspírate en la creadora de contenido Lara Browning, quien domina el arte de verse despreocupadamente cool para moverse por la ciudad. Este look es ideal para aprovechar el clima y recorrerla con comodidad: caminar sin prisa, visitar un museo y terminar el día con un café.

#ellepick



FÁBRICA DE PUNTO

por NATALIA SÁNCHEZ

UNA NOBLE HERENCIA

Nace como una declaración de origen y capacidad: un proyecto que busca visibilizar el nivel técnico, estético y productivo de la industria textil mexicana. Fundada desde una herencia familiar de tres generaciones de Puebla, la marca parte de la experiencia directa dentro de una fábrica para unir tradición productiva y diseño contemporáneo. Al frente están Fernanda Muñoz como directora creativa y José Muñoz en producción, acompañados por un equipo local con décadas de experiencia en tejido de punto. Su misión es crear prendas esenciales, funcionales y duraderas, pensadas para trascender temporadas y acompañar al cuerpo a lo largo del tiempo. Ellos entienden al tejido de punto no solo como material, sino como lenguaje de diseño y su inspiración surge del día a día, de las formas de México, lo que se traduce en siluetas limpias, texturas sutiles y una estética sobria, honesta y actual. La producción es controlada y en cantidades limitadas, priorizando calidad y coherencia, un *modus operandi* que nos gusta mucho. 🌟 FIN



**PASO A PASO
AL FUTURO**
Se construye como una comunidad que valora el oficio, la identidad y el respeto por la industria local, mirando hacia el futuro con colaboraciones y expansiones cuidadas que preservan su esencia.

#¿DÓONDE?
fabricadepunto.com / @fabricadepunto

FOTOS: CORTESÍA FÁBRICA DE PUNTO.

Curadora y coordinadora de exposiciones del Museo Anahuacalli

KARLA NIÑO DE RIVERA

@KARLANINNO



por BERENICE BUENDÍA

Para Karla, curadora y coleccionista, su día a día está rodeado de libros, plantas y objetos que parecen tener vida propia. Estas curiosidades decoran su casa y reflejan su personalidad profunda, desde títulos sobre arte, botánica y arquitectura hasta esoterismo. Su estilo es una extensión de estas pasiones; una estética que define como barroca, sobre todo por los accesorios dramáticos que usa, de marcas como Grosera y Mudd Pearl, casi siempre con formas orgánicas y con perlas. Este lado maximalista convive con prendas funcionales diseñadas para sobrevivir al ambiente del Museo Anahuacalli: zapatos todo terreno para caminar sobre piedra volcánica —como sus botas Miista— combinadas con piezas clave como su falda colorida de Taotao, su marca favorita.



2.



¿CUÁL ES EL MANTRA QUE ESTÁS REPITIENDO ESTE AÑO?

No es un mantra tal cual, lo leí en Playa Mermejita: “Abrimos cuando estamos”. Cuando puedo estar presente, toda mi atención estará ahí.

¿POR QUÉ TE ATRAEN TANTO LAS PERLAS?

Me llama que las perlas y las conchas de abulón tienen este elemento iridiscente, yo creo que son portales de luz.

¿LIBROS FAVORITOS DE TU COLECCIÓN?

El *Códice de la Cruz-Badiano*, *Plantas y Flores de México* de Helen Fowler, *Orb* de James Brown.

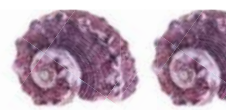
¿CUÁLES SON TUS RITUALES DE AUTOCUIDADO EN ESTE MOMENTO?

Seguir mi rutina, pasear a mi perro y cuidar mi pelo.

1. Botas, **MIISTA**, miista.com. * 2. Perfume, **INITIO**, \$8,700, El Palacio de Hierro.

EXPLOSIÓN DE COLOR

ES MOMENTO DE INCORPORAR COLOR A ESTA TEMPORADA, Y QUÉ MEJOR QUE HACERLO CON RECURSOS NATURALES PARA CREAR TEÑIDOS ÚNICOS. CON ESTE MINI MANUAL PODRÁS TEÑIR TELAS PARA PALIACATES, ESTAMBRE PARA TUS TEJIDOS Y OTROS PROYECTOS. LO MEJOR ES QUE SON PROCESOS INTUITIVOS Y EXPERIMENTALES.



PREPARACIÓN

Tu lienzo debe estar compuesto por fibras naturales, como algodón, seda, lana o lino. Una vez que elijas el material, hierve agua en una olla y añade un poco de jabón neutro. Después, sumerge la tela o el estambre y déjalo remojar para eliminar cualquier recubrimiento que pueda tener, asegurando así una mejor absorción del color.

PARA EL COLOR

Ahora sí, es momento de recolectar pigmentos. Aquí tienes una pequeña lista de lo que puedes usar: hojas de eucalipto, hueso de aguacate, bugambilia, cúrcuma, col, café, jamaica, caracol púrpura, espinaca y grana cochinilla.



HORA DE TEÑIR

1. Pon a hervir una olla con agua caliente.
2. Coloca tu lienzo extendido y las hojas o elementos encima de él, para después doblarlo o anudarlo. El color se depositará en todos los pliegues que hagas.
3. Una vez que este hirviendo, coloca tu tela en el agua. Algodón o lino: 45 mins a 1 hora. Lana o seda: 30 a 45 mins. (sin ebullición fuerte, solo hervor suave).

FIJACIÓN

Antes de enjuagar y quitarle todo lo que no absorbió, deja remojar tu creación en agua con sal, después escurre y deja que seque. Una vez hecho esto puedes enjuagarlo hasta que deje de soltar pigmento.



#ELLECONSEJO

Aprovecha aquellas sábanas que ya no son perfectas, puedes cortar pequeños lienzos para envolver regalos.

**DAI
LY
POD
CAST**

LUNES A VIERNES 9 AM

**POLÍ
TICA**
Y OTROS DATOS

JUEVES 6 AM

**CUÉNTAME DE
ECONOMÍA**

LUNES 7 AM

**en
modo
smart**



VIERNES 9 AM

NUEVOS VIDEOS TODOS LOS DÍAS

PODCASTS | NOTICIAS | POLÍTICA

SUSCRIBETE EN  YouTube

EXPANSION

@ExpansionVideo

ELLE NEWS

marzo



1. AZUL CARBÓN, EL NUEVO MOOD DEL *BIG BANG*. UN TONO MINERAL, INTENSO Y PROFUNDO QUE SE TRANSFORMA CON CADA DESTELLO DE LUZ.

HUBLOT.COM



2. OURA, EL SMART RING MÁS POPULAR YA ESTÁ EN MÉXICO PARA QUE PUEDAS MEDIR TU SALUD Y MEJORAR TU ESTILO DE VIDA. ENCUÉNTRALO EN LIVERPOOL.

OURARING.COM



3. LA CROSSBAG COMO NUNCA LA HAS VISTO ANTES: EN CLAVE ESCANDINAVA. GASTON LUGA APUESTA POR LÍNEAS LIMPIAS QUE ELEVAN EL ESTILO SIN SACRIFICAR LA MOVILIDAD.

GASTONLUGA.MX



4. Levi's llevó al Super Bowl una oda al denim contado desde atrás. *Behind Every Original* protagoniza a estrellas como Doechii, ROSE y Shai Gilgeous-Alexander de espaldas, contando su propia *backstory*. La campaña celebra momentos cotidianos, la actitud, el movimiento y la energía que hacen de los jeans un uniforme cultural.

LEVI.COM.MX

FOTOS: CORTESÍA HUBLOT / CORTESÍA OURA RING / CORTESÍA GASTON LUGA / CORTESÍA LEVI'S.

lo más hoooot



5. MARELLA REINVENTÓ LE MUSE PARA DARNOS LA BOLSA PERFECTA ESTA TEMPORADA. LISTA PARA ACOMPAÑARNOS SIEMPRE. EL DISEÑO SE INSPIRA EN UNA FEMINIDAD TAN AUDAZ Y LIBRE COMO NOSOTRAS.

ES.MARELLA.COM



6. BIRKENSTOCK DEMUESTRA QUE CUANDO EL CON-FORT Y EL GRAN DI-SEÑO COEXISTEN, EL RESULTADO TRASCIENDE ETI-QUETAS, CONVIR-TIENDO AL BOSTON EN UN OBJETO DE DESEO CULTURAL.

BIRKENSTOCK.MX



8. LA NUEVA ERA DE BA-LENCIAGA LLEGA CON UNA CAMPAÑA QUE PRESENTA A SUS EM-BAJADORES Y CELE-BRA ESTILO, ACTITUD Y AUTENTICIDAD.

BALENCIAGA.COM



7. Acqua di Parma cumple 110 años y lo celebra en casa. Con Michael Fassbender y Sabrina Impacciatore al frente de la campaña, la esencia italiana se vuelve nuestra inspiración diaria.

ACQUADIPARMA.COM

ÚNETE A LA COMUNIDAD SUSCRÍBETE AHORA

EXPANSION

Quién

ELLE



ESCANEA PARA
INGRESAR AL
SITIO



tienda.grupoexpansion.com

Suscríbete en tienda.grupoexpansion.com, llámanos al (55) 9177 4342 o escríbenos por WhatsApp: (55) 1410 3361 y ¿tienes dudas? Escríbenos a servicioalclientes@grupoexpansion.com.
Términos y condiciones: <https://tienda.grupoexpansion.com/pages/términos-de-promocion>.



ELLE

LA ERA
FEMME
FATALE DE
KENIA OS
(P. 74)

54. EL COOLNESS
BRITÁNICO DE OLIVIA
DEAN + EL SAVOIR-FAIRE
PARISINO DE CARTIER =
FORMULA PERFECTA

66. LAS MUJERES QUE
ADMIRAMOS POR
REDEFINIR ESPACIOS
Y ABRIR CAMINOS

STO RIES

FOTO: KHRISTIO
LOOK: SUETER, DIOR.
ARETES, SIDEJOB JEWELRY.

51



REZAR SIN FE: LA GEN Z Y LA ESTÉTICA CONSERVADORA

HAY ALGO CAMBIANDO EN EL IMAGINARIO DE LOS JÓVENES: UNA ATRACCIÓN NUEVA POR LO “CLÁSICO”, PERO LO QUE SUENA A ORDEN, A RITUAL, A CALMA NO SIEMPRE ES CONVICCIÓN, A VECES ES INTUICIÓN. Y ESO, HOY, DICE MUCHO.

POR ULISES GARCÍA @ULISES.GAARCIA

La primera vez que lo noté no fue en una urna, fue en un *feed*. Un rosario rosa con moñito. Una falda tableada “de colegio” combinada con una medallita de virgen. Un *Sunday reset* que parece misa pero es *skincare*. Y, de pronto, el algoritmo empezó a empujarme la misma idea una y otra vez: lo conservador ya no se discute solo como política. Se consume como estética.

Hay algo hipnótico en cómo la Generación Z, la misma a la que se le colgó el letrero de activista por *default*, está remezclando símbolos de tradición como si fueran filtros de Instagram. No necesariamente por fe, sino por forma. Como si el catolicismo, la “buena educación”, el pudor, la familia, el orden y el “volver a lo de antes” fueran un *moodboard* que promete calma en medio del caos.

El ejemplo más pop (y más perfecto) es *LUX* de Rosalía: un disco que abraza la iconografía católica y la convierte en espectáculo, en narrativa, en glamour. La conversación alrededor del álbum —su *nun-core*, sus referencias a místicas, sus santas, su imaginario— cayó en el centro exacto de este giro cultural: no es que de pronto todos recen más, es que lo espiritual volvió a ser visible, deseable, tendencia. Y cuando lo sagrado se vuelve estilo, también se vuelve mercancía: portada, videoclip, estilismo, *era*.

Lo interesante (y lo delicado) es lo que pasa cuando un símbolo deja de ser solo eso y se vuelve *vibe*. Porque un rosario puede ser solo un accesorio, sí, pero también puede ser la puerta de entrada a una idea sobre el mundo: una

nostalgia por jerarquías claras, por roles definidos, por una moral sin matices. En tiempos de hiperansiedad, esa promesa de orden pega duro. La fantasía de regresar —a una casa impecable, a una pareja tradicional, a una vida con reglas simples— se siente como un descanso.

Ahí entran otras estéticas primas hermanas: el *quiet luxury*, el *old money*, la obsesión con verse “correcto”, “clásico”, “bien”. No es solo lana y cashmere: es el deseo de pertenecer a algo que parece estable. En paralelo, el fenómeno *tradwife* vende una vida doméstica impecable y muy compartible: pan recién horneado, delantal bonito, feminidad coreografiada. A veces se presenta como elección personal, pero también funciona como un *statement*: lo tradicional como aspiración.

El punto no es moralizar a una generación, es admitir que hay un reacomodo; en ciertos grupos, sobre todo hombres jóvenes, aparece una inclinación más conservadora y la polarización interna se nota. La cultura pop, como siempre, lo absorbe y lo convierte en código. 🏁 FIN

LA PREGUNTA NO ES SI LA GEN Z “VOLVIÓ” A LO CONSERVADOR, ES ENTENDER POR QUÉ LE ESTÁ SEDUCIENDO TANTO SU ESTÉTICA. ¿ES BÚSQUEDA DE CALMA, RITUAL Y PERTENENCIA EN UN MUNDO INESTABLE? ¿UN COQUETEO CON LA IDEA DE QUE EL PASADO TENÍA RESPUESTAS MÁS SIMPLES? Y SOBRE TODO: CUANDO LO CONSERVADOR SE VUELVE LOOK, ¿QUÉ PARTE ES REFUGIO Y QUE PARTE PUEDE VOLVERSE REGLA?



Olivia Dean: La ganadora del Grammy como mejor nuevo artista, ahora es también, la nueva cara de Cartier.

por JESSICA GUTIERREZ



Con un talento innegable, Olivia Dean se ha convertido en un ícono de música y estilo que tiene al mundo observando cada uno de sus pasos. Ella es, sin duda alguna, la nueva obsesión de todas las girlies. Ahora, la casa joyera parisina la apuntó como la protagonista de la nueva campaña de Clash de Cartier, usando joyas de la colección con piedras preciosas y semipreciosas. ¿Es un match made in heaven? Todo parece que sí.

ELLE MÉXICO:

¿Qué es lo que más te gusta de la colección Clash de Cartier?

OLIVIA DEAN

Lo que más me gusta es lo creativa que es. El movimiento de las esferas le da a cada pieza una sensación muy cool y sensorial. Es *bold* pero sin esforzarse demasiado. También me encantan las piezas más nuevas, son más atrevidas en escala y tienen toques inesperados de color que las hace sentirse frescas y divertidas de llevar.

ELLE MÉXICO:

¿Te atrae más el ónix, la calcedonia rosa, el ágata roja o verde, o prefieres un look completamente en oro?

OLIVIA DEAN

Me encantan los momentos de color, pero casi siempre elijo un look totalmente en oro, siento que combina con todo. Es icónico y atemporal.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo te gusta usar tus joyas en el día a día o en ocasiones especiales? ¿Tienes alguna pieza que nunca te quitas al salir de casa?

OLIVIA DEAN

En el día a día mantengo las cosas simples. Normalmente uso algunos anillos o aretes pequeños, combinados en capas de una forma que se sienta muy yo. Si quiero verme más arreglada, elijo una pieza más llamativa que eleve el look, pero siempre quiero que se sienta natural.

Y siempre llevo aretes de oro, se han convertido en mi sello personal; simplemente unifican todo.

ELLE MÉXICO:

¿Cuál es tu primer recuerdo relacionado con la joyería que tenga un significado especial?

OLIVIA DEAN

Todas las mujeres de mi familia tienen un brazalete con oro de Guyana. Yo lo uso todos los días y tengo uno igual que mi mamá y mi tía. Me encanta sentir esa conexión a través de la joyería.

ELLE MÉXICO:

¿Cómo es trabajar con una Maison tan legendaria como Cartier?

OLIVIA DEAN

Es una experiencia muy especial. Cartier tiene una mezcla increíble de historia y creatividad: honra la tradición, pero al mismo tiempo se siente moderna. Me encanta que realmente celebren la individualidad. Se siente como un *match* genuino y me enorgullece formar parte de ello.

ELLE MÉXICO:

¿Puedes contarnos un poco sobre los proyectos creativos en los que estás trabajando actualmente?

OLIVIA DEAN

Acabo de lanzar mi segundo álbum, *The Art of Loving*, y estoy muy emocionada por llevarlo de gira alrededor del mundo y conectar con la gente a través de la música.

TEXTO,

ANDRÉS



VALENCIA



El 28 de enero del año en curso, cuatro mujeres mexicanas consiguieron cruzar el Océano Atlántico remando. La hazaña las convirtió en el primer equipo latinoamericano, de hombres o mujeres, en navegar los 4,800 kilómetros que separan La Gomera —en las Islas Canarias— de Antigua y Barbuda, en el Caribe, propulsándose sólo con la fuerza de sus cuerpos. A lo largo de 45 días, 1 hora y 35 minutos, Ana Lucía Valencia, Andrea Gutiérrez, Eugenia Méndez y Lucila Muriel remaron sin detenerse, dividiéndose esta ardua tarea en parejas que alternaban entre sí para impulsar “La Chalupa”, su embarcación de 8.6 metros de largo y 1.75 metros de ancho. Bajo el nombre de Oceanida, completaron esta travesía epopéyica en el marco de la World’s Toughest Row, la carrera de resistencia en la que, por momentos, las personas más cercanas a ellas estaban en la Termósfera, en la Estación Espacial Internacional, y cuyo objetivo es ser completamente autosuficiente en el cruce, sin embarcaciones de apoyo que brinden comida, agua, ayuda o, incluso, un lugar donde dormir o ir al baño.

OCEANIDA



Instrucciones para cruzar un océano remando.

Hay muchas preguntas que surgen alrededor de una empresa de esta magnitud. Las primeras que se plantean, ayudan a empezar a entender la dimensión de esta proeza, como un faro en un cabo escarpado que alumbra el océano de lo desconocido: ¿cuánto reman? ¿qué comen? ¿cómo van al baño? ¿cómo duermen? ¿qué hacen si les pasa algo? Sus respuestas, como pulsos de luz de la cima del faro, revelan pequeños fragmentos de este enigma entre la neblina borrosa: cada una rema 12 horas por jornada, dividiendo su día –y noche– en 6 guardias de remo y 6 periodos de tiempo para hacer todo lo demás. A lo largo de las guardias, cada una acumulaba, en dos horas, un promedio de 54 kilómetros recorridos, un consumo de 4 mil kilocalorías y un nivel de intensidad física comparable al de un ultramaratonista o un ciclista del Tour de France. Además, con cada remada, coleccionaban ampollas en las manos, rozaduras en las pompas, golpes de los remos en toda la extensión de las piernas, mareos y fatiga muscular en todo el cuerpo. Una vez concluido el turno de propulsar la embarcación, comenzaba el armado del rompecabezas de vivir en una Chalupa a la mitad del océano. Para alimentarse, había que rehidratar una de las 520 bolsas de los casi 400 kg de comida deshidratada que llevaban consigo. Para ello, había que mezclar este tentempié con agua hirviendo, utilizando una estufa compacta especializada para calentarla. Sin embargo, para poder calentarla, antes había que usar el desalinizador que llevaban a bordo, que les permitía convertir agua salada en agua potable.

No obstante, antes de poder usarlo, había que tomar en cuenta el momento del día y el estado del clima, ya que este proceso consumía una parte importante de la energía solar que suministra todos los sistemas eléctricos del barco, incluyendo los instrumentos indispensables: el plotter cartográfico, el GPS, el radio VHF y el sistema AIF, que le permite a La Chalupa detectar y ser detectada por otros barcos. Por ello, esta tarea sólo se llevaba a cabo cuando el sol alumbraba con mayor intensidad. Una vez que llegaba ese momento indicado y el agua había sido potabilizada, esto agregaba nuevos pendientes, como limpiar el barco, lavar ropa y bañarse. La limpieza del bote y de su ropa ocurría utilizando jabones biodegradables multiusos, que no contaminan el océano. Para bañarse, la regadera de casa se transformaba en una cubeta con una esponja, una jícara y más jabón sostenible. El baño funcionaba de manera similar, aunque el excusado doméstico era reemplazado por otra cubeta, bautizada cariñosamente con el seudónimo de Gladys.

Todas estas actividades sucedían en un área de un metro cuadrado, delimitada por el espacio en cubierta que no era ocupado por las dos remadoras en turno. Esto imposibilitaba que las dos integrantes que no estaban remando pudieran realizar sus tareas de manera simultánea. Por si no fuera poco, el enredoso proceso de armar este rompecabezas de incomodidad sucedía mientras olas de dos a tres metros mecían el tablero flotante a diestra y siniestra.

Además de todo esto, ese periodo entre guardias también debía incluir el tiempo de sueño de cada atleta. Ubicadas en la proa y la popa de La Chalupa, dos cabinas de 2 metros cuadrados actuaban como suites presidenciales, donde, antes de tener que salir a remar nuevamente, cada una pernoctaba lo más posible: periodos cortos de 60 a 90 minutos, dependiendo de qué tantas tareas había que realizar previas a poder dormir. Por cada 24 horas, cada Océanida acumulaba solamente 4 o 5 horas de sueño.

Como última pieza de este monumento a la resiliencia, el carácter autosuficiente de esta aventura implicaba que cualquier situación de emergencia debía de poder manejarse sin ayuda externa, obligando a los participantes a sobrevivir con lo que les sea posible, a merced del océano hasta que un rescate suceda. Por ejemplo, unos días antes de la llegada de Océanida a Antigua, Benoit Bourguet, de Bélgica, tuvo que esperar más de 18 horas sobre su balsa de emergencia, sin comunicación, comida, agua o ropa sobre su cuerpo, antes de que un buque carguero lo salvara en alta mar. La causa de su rescate: dos olas gigantes q voltearon su embarcación mientras dormía.





Olas, Ofrendas y Visitantes Inesperados

Con todas estas respuestas, el faro del descubrimiento revela un manchón visible pero inexplicable. Para cruzar el Atlántico, las mexicanas tuvieron que remar doce horas diarias, manteniendo la exigencia física de un ultramaratonista, con privación de sueño crónica severa, sin ningún tipo de comodidad, privacidad o asistencia, durante más de mes y medio, en medio de la nada.

Una pregunta invita a dejar la seguridad del faro para poder observar la naturaleza de ese misterio marino más de cerca: ¿qué hay a la mitad del océano que hace que todo esto valga la pena? Al repasar lo ocurrido entre el millón y medio de veces que introdujeron sus remos en el Atlántico, el relato de las vivencias del equipo femenino era cautivador, como un canto de sirenas que venía desde más allá de lo que ven los ojos. Las primeras semanas se encontraron olas enormes de casi 6 metros, vientos fortísimos de más de 50 kilómetros por hora y mareo tan severo que no pudieron dejar de vomitar por días, impidiéndoles ingerir alimentos mientras se adaptaban a la vida a bordo. Después, cuando el temporal disminuyó, descubrieron la prueba mental de la monotonía, el aislamiento y el carácter repetitivo de remar más de una tonelada flotante sin el empuje del viento. Otro día, experimentaron la experiencia agri dulce de pescar un Dorado, inundadas en partes iguales por la alegría de disfrutar un sashimi fresco y por la amargura de presenciar la manera en que se extingue el brillo de este ser majestuoso al matarlo. A la mitad de su trayecto, Eugenia y Ana ofrendaron parte de su cabello al mar, comulgando con la inmensidad. En un momento, fueron presas de una tormenta que las envolvió en oscuridad absoluta, las atacó con lluvia que se sentía como navajas y las obligó a resguardarse a todas en sus cabinas, previniendo ser lanzadas sobre la borda. En otra instancia, el sueño de Ana Lucía tuvo que ser interrumpido súbitamente por sus compañeras, evacuándola de su camarote momentos antes de que un marlín azul arremetiera contra la Chalupa, atravesando el casco con su espada en el lugar donde habían descansado sus pies. Después de reparar el daño, las cuatro amigas decidieron bautizar con el nombre de Silvio —en honor a Silvio Rodríguez—, al pico de casi 10 centímetros que se volvió un elemento permanente del diseño de interiores de ese cuarto.



Mar

adentro.

Cada narración era más interesante que la otra, como un hechizo hipnótico que arrastra la curiosidad mar adentro, hacia lo desconocido. ¿Qué había allá adentro? ¿Por qué cruzar el Atlántico remando?

Una posible lectura es el carácter altruista del cruce, que apoyó a las Sirenas de Natividad y al Fondo Guadalupe Musalem, organizaciones de mujeres mexicanas que buscan mejorar las condiciones de vida de otras mujeres. Otra perspectiva puede ser el compromiso con el medio ambiente, pues la misión estuvo llena de decisiones congruentes con preservar los océanos, desde que casi el 90% de la basura que generaron fue compostada o reciclada, hasta que La Chalupa misma se consiguió usada, para evitar el impacto de fabricar una embarcación nueva. Existe también la lectura social de un hecho como este, en el que, viniendo de un país donde hay 11 feminicidios diarios, y de una región del mundo donde las mujeres son objetos — cuyo único rol es ser sumisas y “bonitas”—, cuatro mujeres ordinarias se proponen algo extraordinario como remar un océano y lo consiguen, haciendo historia en el proceso.

A ciencia cierta, es prácticamente imposible saber qué se esconde en el centro de este misterio. ¿Qué hay más allá del horizonte que nos llama? Lejos del faro de lo conocido, las conversaciones con Ana, Andrea, Eugenia y Lucila revelan una paradoja: el “qué” y el “por qué” de esta hazaña resultan secundarios. Este cruce transatlántico no buscaba romper récords, conseguir trofeos o conquistar a la naturaleza, buscaba entablar un diálogo con el océano y, en el proceso, con ellas mismas. Como en todo buen diálogo, lo central es el “cómo” y, desde este lugar, lo desconocido comienza a sentirse cercano.

ZSONAMACO **ARTE, MODA Y CULTURA EN LA SEMANA MÁS COOL DEL AÑO**

Con más de 82 mil
asistentes, galerías
de 27 países y una
ciudad hambrienta
de inspiración,
ZSONAMACO
2026 confirmó que
la creatividad es
fundamental para un
statement de estilo.



**DURANTE LA SEMANA
DEL ARTE, ZSONAMACO
CONFIRMÓ SU
IMPORTANCIA COMO
UNO DE LOS EVENTOS
CULTURALES TOP DE
MÉXICO, LATINOAMÉRICA
Y EL MUNDO.**



En la Ciudad de México, febrero significa una sola cosa: arte. Y ZSONAMACO lo confirmó de nuevo. Del 4 al 8 de febrero, el Centro Banamex se transformó en el epicentro donde el arte contemporáneo, el diseño, la moda y la cultura se cruzaron para marcar la agenda creativa del año.

Esta edición reunió a más de 200 galerías provenientes de 27 países de América, Europa y Asia, consolidándola como la plataforma más influyente del arte en Latinoamérica y una parada obligada en el circuito internacional. Y es que ZSONAMACO reúne en un mismo espacio galerías, diseño coleccionable, fotografía, piezas históricas y conversaciones. Todo sucede a la vez, y eso es parte de su energía.

Entre galerías de renombre y espacios emergentes, sitios clave como kurimanzutto, OMR, Proyectos Monclova, Labor, Nordenhake o Galleria Continua dialogaron con propuestas jóvenes, confirmando que ZSONAMACO es un punto de encuentro entre tradición e innovación. La feria también reforzó su mirada hacia el Sur Global con ZSONAMACO Sur, apostando por narrativas que exploran identidad, libertad, memoria y nuevas materialidades, temas que hoy atraviesan al arte contemporáneo en todo el mundo.

Además, se reconoció el talento de los y las artistas. El Premio de Arte AXA México distinguió el trabajo de Maruch Sántiz Gómez, mientras que el Premio Tequila 1800 impulsó a artistas como Cirse Irasema, Naufus

Ramírez-Figueroa y Milena Muzquiz. Finalmente, el Premio de Residencia Casa Wabi fue otorgado a Wynn Timer, se trata de un reconocimiento para artistas mujeres que reafirmó el compromiso con las nuevas voces que están redefiniendo el panorama artístico.

Pero no todo sucedió entre muros. Los pasillos de ZSONAMACO se convirtieron en un espacio donde el street style habló tan fuerte como las obras: looks effortless, piezas de diseñador con básicos cool, tote bags de galería y ese aire bohemio que solo se ve durante la Semana del Arte. Coleccionistas, creativos y fashion insiders compartieron espacio y llevaron el estilo a las calles de la CDMX.

Y cuando cayó la noche, la experiencia se extendió fuera del recinto. Como motor de la Semana del Arte ZSONAMACO, la feria conectó a más de 70 instituciones culturales, museos y espacios independientes,

convirtiendo la Ciudad en un escenario creativo donde el arte dialogó con el público. Charlas, cenas, openings y experiencias multidisciplinarias hicieron de la ciudad un mapa cultural en movimiento.

La respuesta del público fue contundente. Más de 82 mil visitantes, hicieron que ZSONAMACO 2026 demostrara que el arte ya no es un mundo distante o exclusivo, sino parte del lifestyle urbano, del tejido social y la conversación digital. No solo se trató de presentar obras, sino de generar escenas, reforzar conexiones y evaluar tendencias, porque en el mundo del arte ya no solo vive en los museos, ahora se camina, se viste, se comparte y se vive.



FOTOS: JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ

En el camino...

<<DE LA PASARELA>
>>A LA TIENDA

POR **jordi linares rivas**

»PASÓ HACE 10 AÑOS, PERO AÚN VIVE EN MI MENTE ESE MEME QUE MOSTRABA A JARED LETO EN EL DESFILE DE GUCCI PRIMAVERA VERANO 2017 CON CARA DE ASOMBRO ANTE UNA CHAQUETA COLOR VERDE, Y TAN SOLO UNAS SEMANAS DESPUÉS, APARECIÓ USÁNDOLA EN LA ALFOMBRA ROJA DE LA PREMIERE EUROPEA DE *SUICIDE SQUAD* EN LONDRES. TODAVÍA LO VEO Y PIENSO EN LO SATISFACTORIO QUE ES CUANDO LOGRAS CUMPLIR CON EL SUEÑO DE COMPRAR ESA PIEZA QUE LLAMÓ TU ATENCIÓN EN PASARELA, PERO ¿CONOCES TODO EL CAMINO DE DECISIONES POR EL QUE TRANSITA UNA COLECCIÓN ANTES DE LLEGAR A LA TIENDA?



¿Por qué no todo lo que ves en una pasarela llega a tiendas? ¿Cómo funciona la cadena de decisiones que determina qué pieza sobrevive y cuál no?



El viaje de una colección comienza con la parte más poética de la moda: **la inspiración**. En este punto, el director creativo tiene libertad para crear una propuesta a partir de su instinto y, por supuesto, de los códigos de la firma para la que trabaja. Existen parámetros a seguir cuando no se trata de una marca propia pues se debe de garantizar la continuidad del ADN de la casa, pero este es el momento en el que la creatividad se echa a andar al máximo. En la pasarela, los diseñadores presentan la fantasía completa que han ideado para la colección, pensando en el desafío de las normas y en el arte. Es aquí cuando se pueden olvidar por un momento de la funcionalidad y priorizar la narrativa. Es el momento en el que —para enojo de los que amamos la moda— alguien se puede preguntar “**¿eso quién se lo va poner?**” Y lo cierto es que no están del todo mal, pues es probable que la versión comercial de ese vestido imposible sufra modificaciones o ni siquiera llegue a tiendas.



Después de un desfile, la marca debe tomar decisiones y establecer cuáles serán las referencias que se llevarán a producción y cuáles serán descartadas. Por ejemplo, si en pasarela presentaron 20 nuevos bolsos, es probable que para el lanzamiento de la colección, solo lleguen menos de la mitad a la venta. Estas decisiones dependen de factores como la **viabilidad de su producción masiva**, los costos de realización, los márgenes de ganancia y la posible recepción del mercado. En esta parte también suele definirse cuáles serán las *hero pieces* de la colección, que se refiere a esos objetos de deseo que se convierten en íconos de una temporada, y de éstos suelen existir un número limitado de piezas. Por ejemplo, piensa en las tote bags con carátulas de libro de la primera entrega de Jonathan Anderson para Dior. Las piezas *core* componen el corazón de la colección y la mayor extensión de lo que llega a tiendas; después están los básicos que suelen ser un *always on*, es decir, no son piezas de tendencia y su disponibilidad es alta.

DE LA TIENDA > A TU CLÓSET



El visual merchandising es clave para convertir los productos en auténticas piezas de deseo.



En los días posteriores a un desfile, las marcas organizan **re-sees** de lo presentado en pasarela para los compradores. Estos pueden ser internos o externos, es decir, los internos pertenecen a la organización y los externos a tiendas multimarca. Ambos deben de decidir cuáles son las piezas que funcionarán para sus mercados. Este también es un paso crítico que modificará la producción, ya que como voz de sus regiones, tienen el poder de solicitar ciertos ajustes dependiendo del clima sociopolítico y cultural del país para el que compran. Por ejemplo, pueden pedir cambios de color en las prendas, ajustes para que ciertas piezas sean menos reveladoras o hasta distintos materiales que obedecen a las necesidades climáticas. Esta es la parte más matemática del proceso pues **el comprador debe de ser analítico y conocer los históricos de su clientela** para decidir cuántas referencias y tallas de cada una comprar.

Entre **cuatro y cinco meses después** de que todo lo anterior sucede, la compra llega finalmente a tiendas. Este es el punto en el que el área de **visual merchandising** entra en juego, pues ellos son los encargados de hacer el **display** de la nueva colección en tienda. Bajo ciertos lineamientos globales, elegirán los looks que llegan a los escaparates y cuáles tendrán una presencia prioritaria en punto de venta. Por lo regular, siempre se trata de las **hero pieces**, que son las más representativas de la temporada y las que aparecen en campaña.

También son las que el departamento de relaciones públicas tratará de impulsar por lo que probablemente también las verás en **editoriales y en celebridades e influencers**. Pero el viaje de una colección no termina aquí, existe toda una logística también para apoyar el traslado de ciertas piezas entre tiendas y cuando la temporada se acerca a su fin, es momento de incentivar la venta a través de descuentos. Cuando la temporada termina definitivamente, el excedente es colocado en **outlets** o ventas especiales y algunas veces incluso dentro de estos mismos espacios, vuelven a tener descuentos.

»ES POR ESO QUE PARA QUIENES TRABAJAN DETRÁS DE TODA ESTA LOGÍSTICA, LA VIDA COMERCIAL DE UNA COLECCIÓN TIENE UNA DURACIÓN DE HASTA DOS AÑOS DESDE EL MOMENTO DE SU PRESENTACIÓN HASTA SU LIQUIDACIÓN.

MUJERES CHINGONAS

Ellas no se conforman con ocupar espacios: los están redefiniendo. Desde sus trincheras, transforman y resisten, pero sobre todo, son el claro ejemplo de que a pesar de las adversidades, es posible abrir camino.

Fotos, JORDI LINARES RIVAS. Texto, TAMARA SANTILLÁN.



Estilismo, NATALIA SÁNCHEZ. Maquillaje y Pelo, GUSTAVO RODRÍGUEZ.
Asistente de maquillaje y pelo, SAHIRA RAMÍREZ.



Falda y gabardina ADOLFO DOMÍNGUEZ
zapatos RÔGER VIVIER

Tania Franco Klein

Artista

Su trabajo ha sido expuesto en el MoMA en Nueva York, en Almanaque en la Ciudad de México y en The Getty en Los Ángeles, por mencionar algunos museos. Retrató la colección Dior Cruise 2019 y recientemente colaboró con Versace. A partir de la pandemia, Tania notó que el cansancio, la ansiedad, la presión y el agotamiento se convirtieron en síntomas compartidos por personas –específicamente por mujeres– de todos los estratos sociales, generaciones y geografías. Ser consciente de esa realidad la llevó a mirar a estas emociones con mucha honestidad y decidió abrazar lo que estaba pasando y convertirlo en el principio de sus fotos. Desde ese momento se dio cuenta de que ser mujer viene acompañado de la carga de ser la mejor en todos los aspectos: la mejor amiga, la mejor hermana, la mejor mamá, la mejor compañera, la que mejor duerme, la que mejor se cuida, la que mejor hace su rutina de skincare... una idea de excelencia que ella describe como inhumana. Ella ve su trabajo como una invitación para que las mujeres entiendan que su agotamiento no es una experiencia individual, sino una experiencia del sistema al que pertenecemos.

Desde ese momento se dio cuenta de que ser mujer viene acompañado de la carga de ser la mejor en todos los aspectos: la mejor amiga, la mejor hermana, la mejor mamá, la mejor compañera, la que mejor duerme, la que mejor se cuida, la que mejor hace su rutina de skincare... una idea de excelencia que ella describe como inhumana. Ella ve su trabajo como una invitación para que las mujeres entiendan que su agotamiento no es una experiencia individual, sino una experiencia del sistema al que pertenecemos.

Su pasión por la cocina nació desde que era pequeña gracias al talento de su bisabuela, su abuela y su mamá. Por eso, en su imaginario la industria gastronómica siempre ha estado dominada por mujeres, aunque reconoce con orgullo que hoy es una realidad en la que ella es un referente para las generaciones más jóvenes. Una de las cosas que distingue a Daniela Soto-Innes es que procura colaborar con creativos mexicanos incluso en los detalles más mínimos. Los uniformes, las sillas y la vajilla de su restaurante Rubra, en el W de Punta Mita, fueron creados al 100% por manos mexicanas. En su cocina, fomenta un ambiente laboral positivo y libre de toxicidad. Al momento de elegir a quienes forman parte de su equipo, prioriza la buena actitud y busca darle oportunidades a personas que normalmente no las tendrían. Para mí, lo más admirable de Daniela es su mente abierta; no busca encasillarse únicamente en el papel de chef. Si algo le interesa, lo explora y experimenta, desde su faceta profesional hasta la personal, tal como lo hace con la moda.

Daniela Soto-Innes

Chef

Reloj CARTIER





Chamarra y falda COS
zapatos ROGER VIVIER

Renee

Cantante y compositora

Es la primera mujer mexicana en ganar el Latin Grammy en la categoría *Mejor Canción de Rock* en 2025 y hasta hoy, continúa asimilando el peso que implica ese logro. Más allá del reconocimiento, Renee busca que su música deje una huella que recuerde la importancia de vivir sintiendo. Con frecuencia se cuestiona si el mundo necesita más artistas o más canciones, pero está convencida de que en el fondo, lo que realmente hace falta es sentir, sentir más. Su experiencia en la industria le ha permitido construir su propia visión sobre el éxito. Es consciente de que alcanzar los sueños exige constancia y disciplina (rituales que describe como poco cómodos) sin embargo, tiene claro que si una oportunidad no está alineada con su verdad, prefiere dejarla pasar, incluso si eso significa avanzar más lento. El año pasado visitó el Centro Femenil de Reinserción Social en Tepepan y al convivir con las mujeres en prisión, se dio cuenta que tenía un regalo que darles: la música, pues es una vía para conectar con los sentimientos más profundos de las personas.



Paola Fernández

Actriz

Para Paola Fernández, lo más importante de ser actriz es disfrutarlo y jugar, por eso eligió esta profesión. Entre los aprendizajes que le ha dado su experiencia está la importancia de tomar riesgos, una práctica que la ha ayudado a silenciar el síndrome del impostor que en ocasiones busca apoderarse de sus pensamientos. Está consciente de que aún hay mucho por hacer para que la industria del entretenimiento sea un espacio más equitativo, pero confía en que estamos en un buen momento para que

surjan más roles en producciones mexicanas donde las mujeres sean protagonistas de sus propias historias y no solo acompañantes de los personajes masculinos. Además de su carrera, una de las causas que más motiva a Paola es visibilizar la falta de accesibilidad que existe en México para las personas con discapacidad, especialmente en eventos musicales. Su experiencia personal con su hermana, quien tenía una discapacidad, le despertó la empatía y la impulsó a crear *Música Accesible*, un proyecto que busca concientizar y vincular a artistas, locaciones y festivales con una postura clara: si las personas con discapacidad no están presentes en los eventos, no es por falta de interés, sino por falta de condiciones adecuadas.

La vida de Valeria De la Torre cambió tras sufrir un accidente que derivó en la amputación de sus piernas. Desde entonces, ha decidido compartir con el mundo su manera optimista de enfrentar la vida. Para ella, la resiliencia es una elección y también un superpoder al que todos tenemos acceso: puedes resignarte y victimizarte o levantarte. Cuando comenzó a compartir su historia con el objetivo de recaudar fondos para sus prótesis, descubrió lo valioso que era conectar con otras personas y ver la disposición de la gente para ayudar. Al mostrar cómo entrena y cómo afronta cada reto con actitud positiva, ha logrado inspirar a otros a mantenerse fuertes ante sus propias circunstancias. A través de sus redes sociales, demuestra que puede haber emoción, alegría, superación y plenitud incluso cuando tu vida da un giro de 360 grados. ¿Qué le gustaría que dejara de ocurrir? Que las personas con discapacidad sean miradas con condescendencia, porque la falta de agilidad no equivale necesariamente a falta de capacidad.

Valeria de la Torre

Speaker y creadora de contenido



Falda y suéter
H&M STUDIO

Estilismo, NATALIA SÁNCHEZ. Maquillaje y Pelo: GUSTAVO RODRÍGUEZ.
Asistente de Maquillaje y Pelo, SAHIRA RAMÍREZ.

HARIEMOS DE MODA

El primer **podcast de moda** en México

EL PODCAST DE MODA FAVORITO
EN ESPAÑOL

¡ESCÚCHANOS TODOS LOS MARTES!

ELLE

PODCAST

CLAUDIA CÁNDANO
EDITORA GENERAL

JORDI LINARES
EDITOR DIGITAL



DISPONIBLE EN:



DEEZER



amazon
music



KENIA OS *está entrando a su siguiente capítulo con una idea clara: no se trata solo de sacar música, sino de DISEÑAR UNA ENERGÍA. Después de una pausa y de anunciar su regreso con un video que encendió redes, arranca la era BELLADONA —femme fatale, teatral y precisa— como el primer golpe de lo que viene con K DE KARMA. Entre pre-saves que revelan “karmas”, una propuesta pop más ambiciosa y un universo visual que se siente hecho para el escenario (y para la moda), Kenia habla de lo que implica reinventarse sin perder su esencia: la artista, sí, pero también la persona que SE PROTEGE, SE OBSERVA Y APRENDE A SOLTAR.*

FOTO
KHRISTIO

ESTILISMO
JESSICA GUTIÉRREZ

TEXTO
ULISES GARCÍA

PRODUCCIÓN
ELLE MEXICO



SET DE TOP Y FALDA, KYTHE.
SANDALIAS, TISSIMUM.
ARETES, SIDEJOB JEWELRY.
PULSERA, CARTIER.





PÁGINA OPUESTA:
SUÉTER, DIOR.
FALDA, THE BASIC LINE.
ARETES, SIDEJOB JEWELRY.

ULISES GARCÍA : Te fuiste a una pausa justo cuando estabas en un *peak*. ¿Qué te hizo detenerte y cómo nace *K de Karma*?

KENIA OS : Todos mis álbumes los estaba creando en medio de *tour* y *marketing*. Hacía todo al mismo tiempo y eso no me ayudaba a disfrutar los procesos creativos. Por primera vez dije "Necesito tomarme mi tiempo de creación y disfrutar el proceso", por eso decidí no estar de *tour* el año pasado, para enfocarme en la creación de *K de Karma*.

ULISES GARCÍA : ¿Cuál es el motor principal de este nuevo álbum?

KENIA OS : La energía. En otros álbumes era más lo que quería representar, sanar o transmitir con las letras. Esta vez es la energía que quiero transmitir a las personas que lo escuchen y con la que quiero que me vean en el escenario, en mi *performance*.

ULISES GARCÍA : Anunciaste tu regreso el 1 de enero. Si esta nueva era fuera un solo look, ¿cómo lo describirías de pies a cabeza?

KENIA OS : Lo describiría como *femme fatale*, como *Belladonna*. Un look de piel, algo rojo, joyas, zapatillas muy altas. Ese sería el look perfecto de este nuevo álbum.

ULISES GARCÍA : *Belladonna* es bonita, pero peligrosa, ¿en qué momentos tú también eres así? ¿Y cómo se ve en tu forma de vestir?

KENIA OS : En mi día normal no soy tan *Belladonna*, la verdad, pero siempre me gusta esa parte sensual y esos colores. Es la paleta que más me representa ahora. En *Pink Aura* fue un proceso de

sanar y hablé mucho de eso, desde el color rosa. En este álbum me representa más cuando salgo y me visto con colores neutrales, rojo, de repente amarillo, azul... Es una paleta con la que me siento muy conectada.

ULISES GARCÍA : ¿Qué atributos traes de tus álbumes pasados a este nuevo proyecto?

KENIA OS : Siempre me gusta experimentar con el sonido, pero para *K de Karma* quise mantener esos sonidos que sé que a mis fans, a través de todos estos álbumes, les han gustado. Hay una canción con sonidos de K-pop, otra de reguetón, otra balada, otra pop.

ULISES GARCÍA : Si tuvieras que describir este álbum en tres palabras, ¿cuáles serían?

KENIA OS : *Femme fatale*, empoderada y... justicia.

ULISES GARCÍA : Ahora que estás descubriendo esta nueva faceta, ¿qué has descubierto de ti misma, de tu cuerpo, de tu estilo, en el escenario y al probar cosas nuevas?

KENIA OS : En *Pink Aura* descubrí que tenía muchísimas capacidades de hacer las cosas, pero sobre todo a mi manera. Es algo en lo que sigo trabajando: bailar a mi manera, vestir a mi manera, proyectar mi forma de ser. Creo que todos buscamos eso, encontrarnos, ver qué nos gusta más. También lo descubrí con la edad. Me sigo sintiendo muy chiquita, pero aprendo todos los días; la danza, los ensayos, estar ahí todo el tiempo me enseña muchísimo.

ULISES GARCÍA : ¿Cuál fue el reto más importante que tuviste que superar para empezar este nuevo proyecto?

VESTIDO, DESIGUAL.
PULSERA, CARTIER.



SET DE TOP Y SHORTS, SKIMS.
ZAPATOS, CHRISTIAN LOUBOUTIN.





TOP, MINENA.
PULSERA, CARTIER.

MAQUILLAJE, ABIGAIL MEDINA.
PELO, JULIO DE LA TORRE.
UNAS, PAMELA MEJÍA.
ASISTENTES DE FOTO, SANTIAGO
BECERRIL, ERNESTO AYALA,
FERNANDA CERVANTES.
ASISTENTES DE MODA, NATALIA
SÁNCHEZ Y LUCÍA YBARRA.

KENIA OS : Soltar una de mis otras eras. El reto más grande fue preguntarme: "¿Qué quiere Kenia... la persona, qué quiere representar y cómo quiere sentirse en esta nueva era? ¿Qué tipo de música? ¿Qué colores? ¿Qué quiero decirle al público?"

ULISES GARCÍA : ¿Hubo algo o alguien que te ayudara a definir eso?

KENIA OS : Yo hago mis *mood boards* y digo: "Esto es lo que quiero, esto es lo que me gustaría". Me junto con gente creativa —las personas que van entrando a cada proyecto aportan algo nuevo, porque cada proyecto es diferente— y voy bajando esas ideas con gente súper pro y creativa.

ULISES GARCÍA : ¿Dónde encuentras inspiración en tu día a día para crear música?

KENIA OS : En lo que voy viviendo y cómo me siento. No soy una persona que comparta tanto su vida privada, pero la energía con la que he llevado todos los álbumes de mi carrera está muy conectada a quién

es Kenia actualmente: la persona, no la artista.

ULISES GARCÍA : En medio de giras, foco y conversación en redes, ¿qué te ayuda a mantenerte conectada a lo que eres?

KENIA OS : Mi terapeuta y mis amigos son las personas que más me mantienen conectada a lo que yo soy.

ULISES GARCÍA : Hoy que estás en el centro de la conversación, ¿qué te dice el apoyo de tus fans? ¿Cómo se traduce en tu proceso creativo?

KENIA OS : Tengo unos fans que son lo máximo. Estaba muy nerviosa por este regreso, no sabía cómo se lo iban a tomar y sigue siendo un nervio, porque a veces a los fans les encanta una era y para ellos ese momento es lo máximo. Va a haber muchos fans nuevos o fans a los que esta era les encanta, y va a haber algunos que no. Yo estoy feliz con el proyecto que realizamos: es increíble, muy diferente. Personalmente no había visto algo así en el pop en México. Me encanta que estoy rodeada de personas súper creativas y que logramos esto.

"NO LO PIENSES, ¡DILO!" CON KENIA

¿TEAM DRAMA O PAZ MENTAL?

Qué difícil... soy las dos. Cincuenta-cincuenta, depende, pero la mayoría del tiempo elijo mi paz mental.

¿QUÉ EMOJI LE MANDAS MÁS A TU NOVIO?

El corazoncito rojo.

ALGO QUE LA KENIA DE 15 AÑOS NO CREERÍA DE LA KENIA DE HOY.

¡Los *venues* en los que me voy a presentar para mi próxima gira!

UN LUGAR DONDE SIEMPRE TE SIENTES TÚ AL 100%.

En casa de mi mamá.

¿PRIMERO GASTAS EN ZAPATOS, BOLSAS O MAQUILLAJE?

Perfumes. Y de esas tres... bolsas.

FRASE QUE REPITES ANTES DE SALIR AL ESCENARIO.

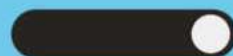
Mi abuela me decía desde chiquita "Jesús, yo confío en ti", y se volvió un mantra. Así me subo al escenario, me lo digo por dentro.

TU VENTAJA COMPETITIVA

EN FORMATO DE AUDIO.



EXPANSIÓN
**en
modo
smart**



**EPISODIO NUEVO
CADA VIERNES
A LAS 9 AM.**

DISPONIBLE EN



Apple Podcasts



YouTube



Spotify



ELLE

ME
GUSTAS TU
(P. 102)

84. NUEVOS AIRES

92. BLUEPRINT

112. "CODIGO ROJO"

MODA

FOTO: JOSEMRA.
LENTES, A\$AP ROCKY X RAY-BAN.

83



LOOK TOTAL, DIOR.

**NUEVOS AIRES
FOTO ALEXANDER
SALADRIGAS ESTIL-**

**ISMO
JEN-
NY
KEN-
NEDY
PRO-
DUC-
CIÓN
ELLE
UK.**



**LOOK TOTAL,
FERRAGAMO.**

LOOK
TOTAL,
HERMÈS.





**LOOK TOTAL,
LOUIS VUITTON.**



**LOOK TOTAL,
DOLCE&GABBANA.**

LOOK
TOTAL,
FENDI.



MODELO
LINEISY MONTERO
@NEXT MODELS.
MAQUILLAJE
MITCH YOSHIDA
@STREETERS.
PELO
ANTON ALEXANDER
@STREETERS.
ASISTENTE DE MODA
HADYA TUOFIQ.
PRODUCCIÓN
GIGI GULDAS.
ASISTENTE DE
PRODUCCIÓN
PAIGE ROTH AUS.

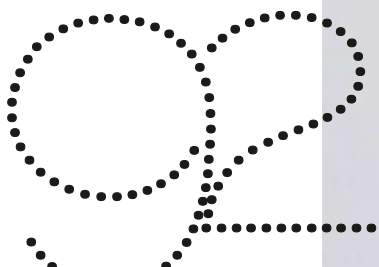
LOOK TOTAL, GUCCI.



**LOOK TOTAL,
MAX MARA.**



foto ALEX Brunet y OLGA Varova
estilismo CAMRYN Shell
producción CIBER Productions
para ELLE México



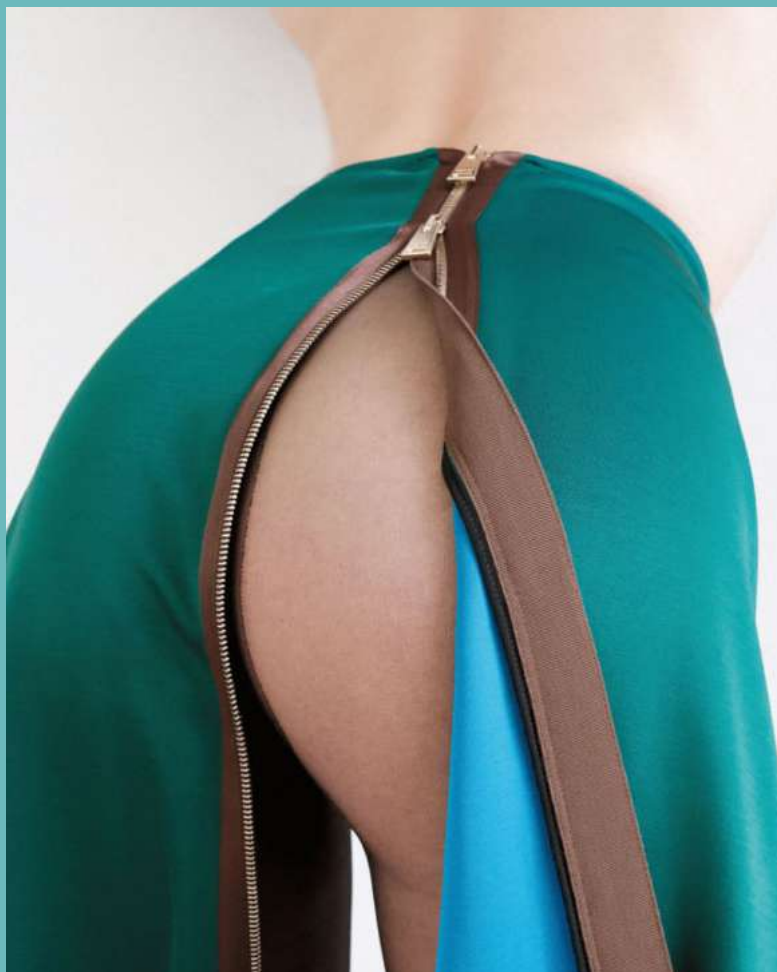
lentes archive CHLOÉ via PYRN ARCHIVE,
pin TIFFANY&CO.



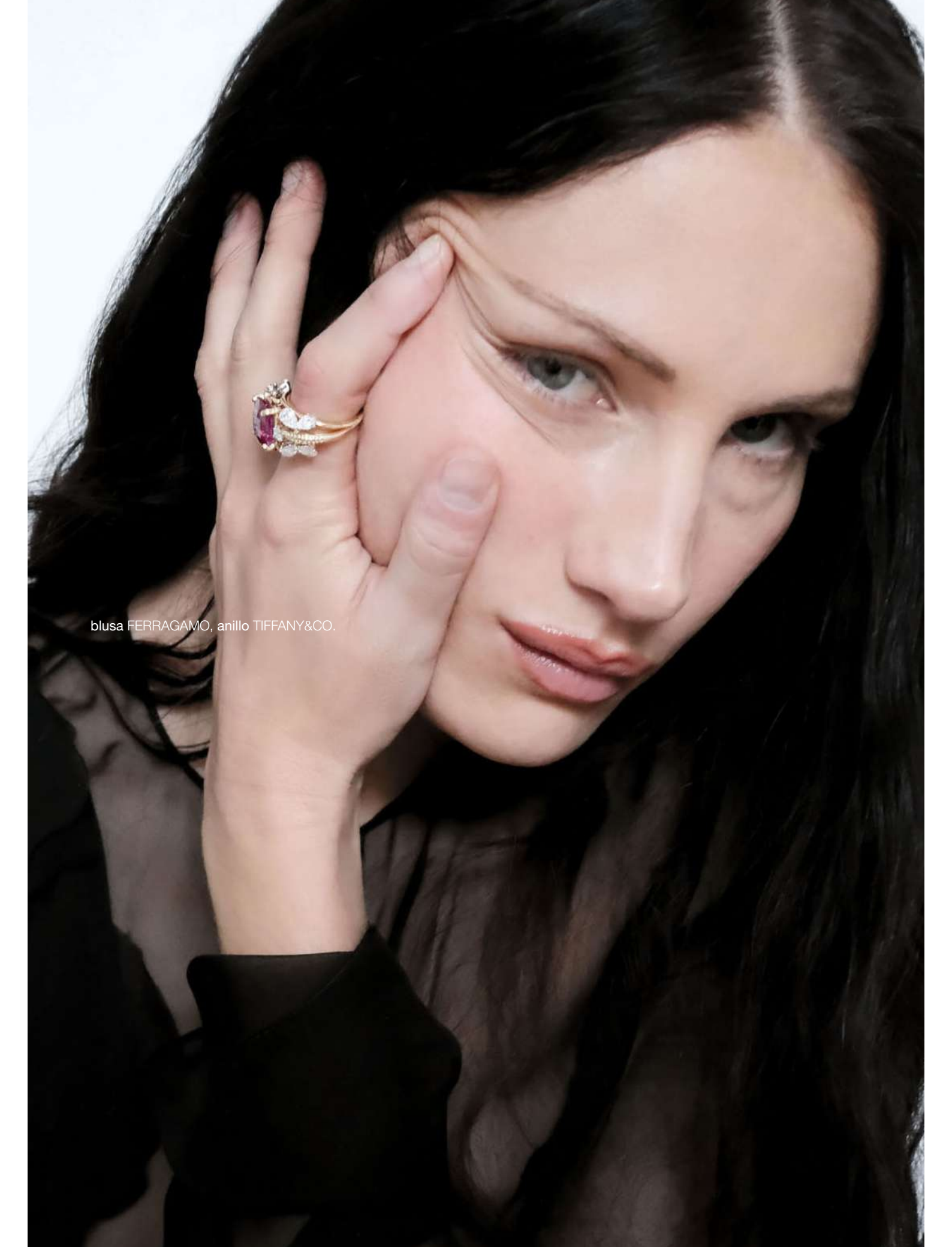
blueprint



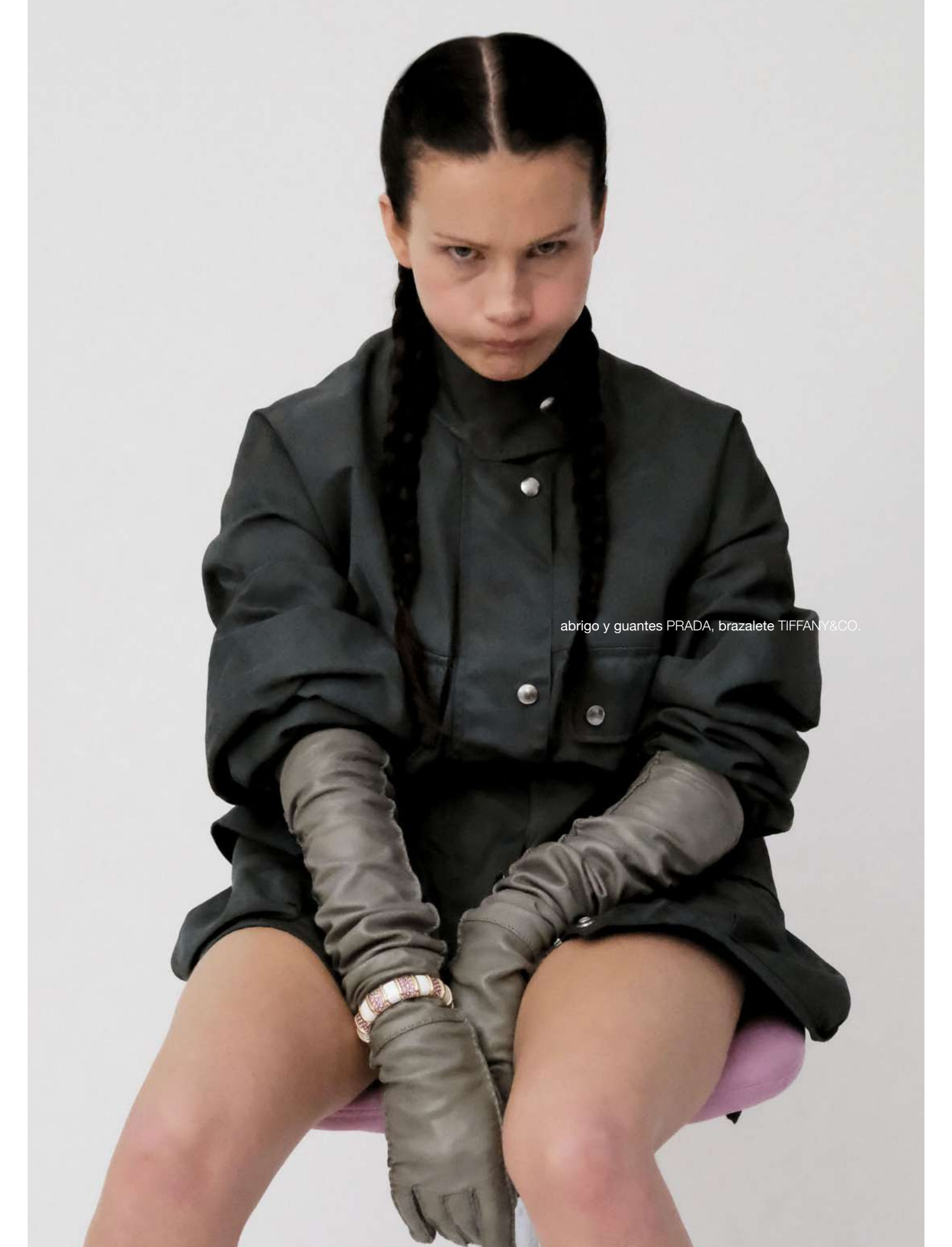
página opuesta. camisa, falda y zapatos DIOR.



falda FENDI.

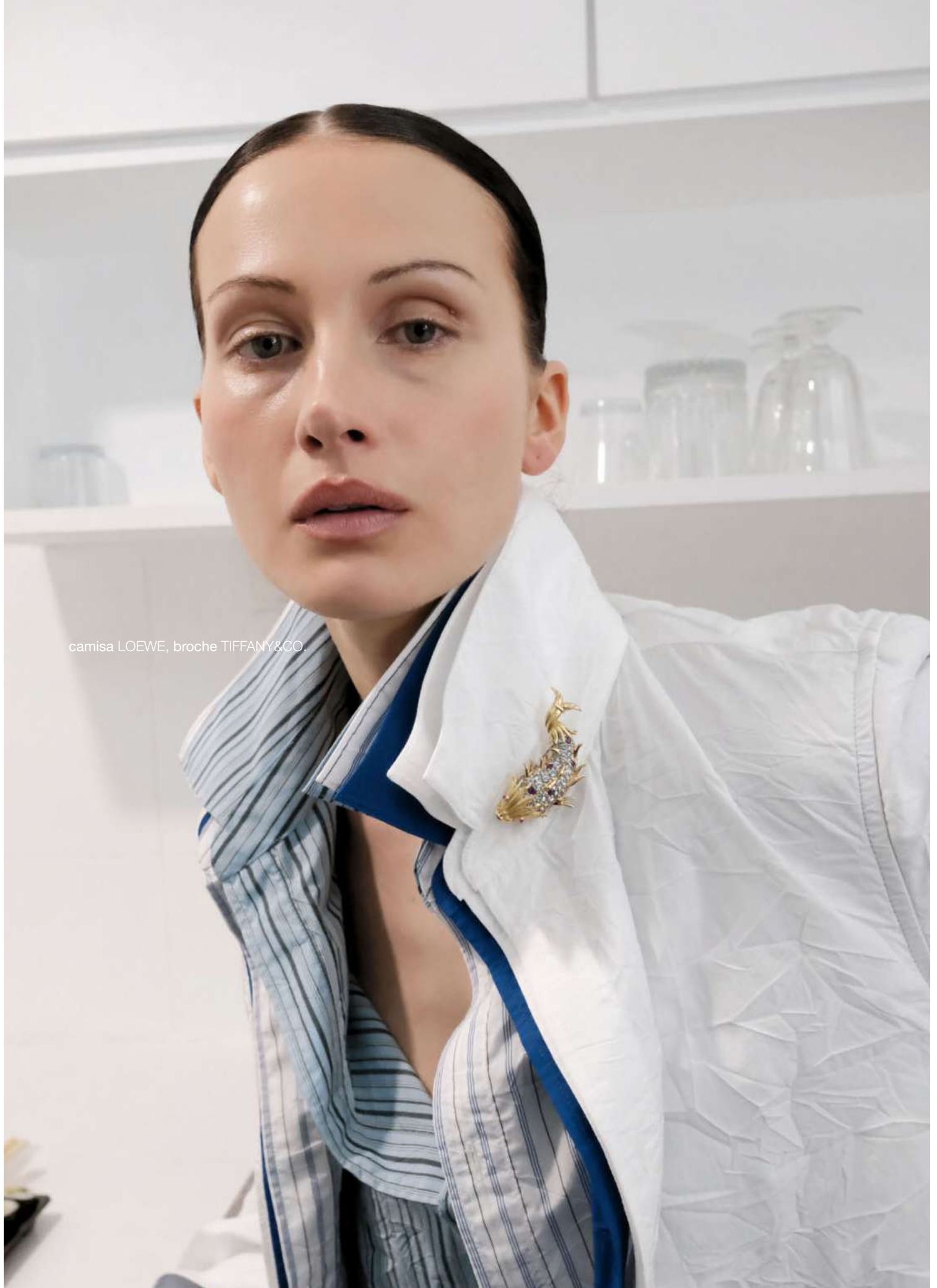


blusa FERRAGAMO, anillo TIFFANY&CO.



abrigo y guantes PRADA, brazalete TIFFANY&CO.

camisa LOEWE, broche TIFFANY&CO.





look total, ALAÏA.

10

página opuesta. top archive PRADA vía PYRN ARCHIVE,
zapatos ALAÏA, lentes MM6 MAISON MARGIELA.



camisa, suéter y pantalón MIU MIU, anillo TIFFANY&CO.



modelo SOAP Collins @antiagency UK. maquillaje GIULIO Pandiera. pelo TOMOKO. post producción MARTIN Cole.

FOTO
JOSEMRA

ME
GUSTAS
TU



**ESTILISMO
JESSICA GUTIERREZ**



BOLSA, DIOR.

**PRODUCCIÓN
ELLE MEXICO**

ZAPATOS, CHANEL.

LOCACIÓN: LOLO MISCELÁNEA EDITORIAL.



BOLSA, LOUIS VUITTON.



BOLSA, MIU MIU.

ZAPATOS, GUCCI.



A photograph of a single, long, yellow leather glove hanging vertically from a horizontal metal pipe. The glove is positioned in front of a blue chain-link fence. The fence is made of interlocking metal rings, and the blue material is draped over it. To the right of the glove, there are vertical metal pipes and a horizontal pipe with a clamp. The lighting is bright, casting shadows on the glove and the fence.

GUANTE, PRADA.

TELEFONO



ZAPATO, FERRAGAMO.



BOLSA, BOTTEGA VENETA.

ZAPATOS, DOLCE&GABBANA.



DIRECCIÓN DE ARTE, DANIELA FONSECA. ASISTENTE DE FOTO, ALONSO DÍAZ. ASISTENTE DE MODA, BERENICE BUENDÍA.

esta página. look total CHANEL, joyería CARTIER.
página opuesta: romper VICTORIA BECKHAM, bolsa STELLA MCCARTNEY,
calcetas ELISSA POPPY, zapatos FLORRIE, joyería y reloj CARTIER.





“CÓDIGO ROJO”

foto EKUA KING.
estilismo RUDY SIMBA BETTY. producción ELLE UK.



abrigo, vestido y zapatos GUCCI, chaleco CALVIN KLEIN, joyería y reloj CARTIER.



chaleco 16ARLINGTON, top y cardigan SIMONE ROCHA, shorts BUTTRESS & SNATCH, botas UGG, joyería y reloj CARTIER.



esta página: camisa, chamarra y pantalón CELINE, guantes PAULA ROWAN,
joyería y reloj TIFFANY&CO.
página opuesta: vestido y falda PRADA, zapatos STELLA McCARTNEY,
joyería y reloj CARTIER.





maquillaje TINA KHATRI, pelo LAURAINÉ BAILEY usando DYSON HAIR PRO
& OWAY, modelo GEORGIA PALMER @KATE MOSS AGENCY, uñas ABENA ROBINSON
@AGENCY41, USANDO LEIGHTON DENNY, asistente de moda OLIVIA SANDFORD-WILSON.



EN LAS
VOCES
DE NUESTROS
EDITORES
LUNES A VIERNES 6AM

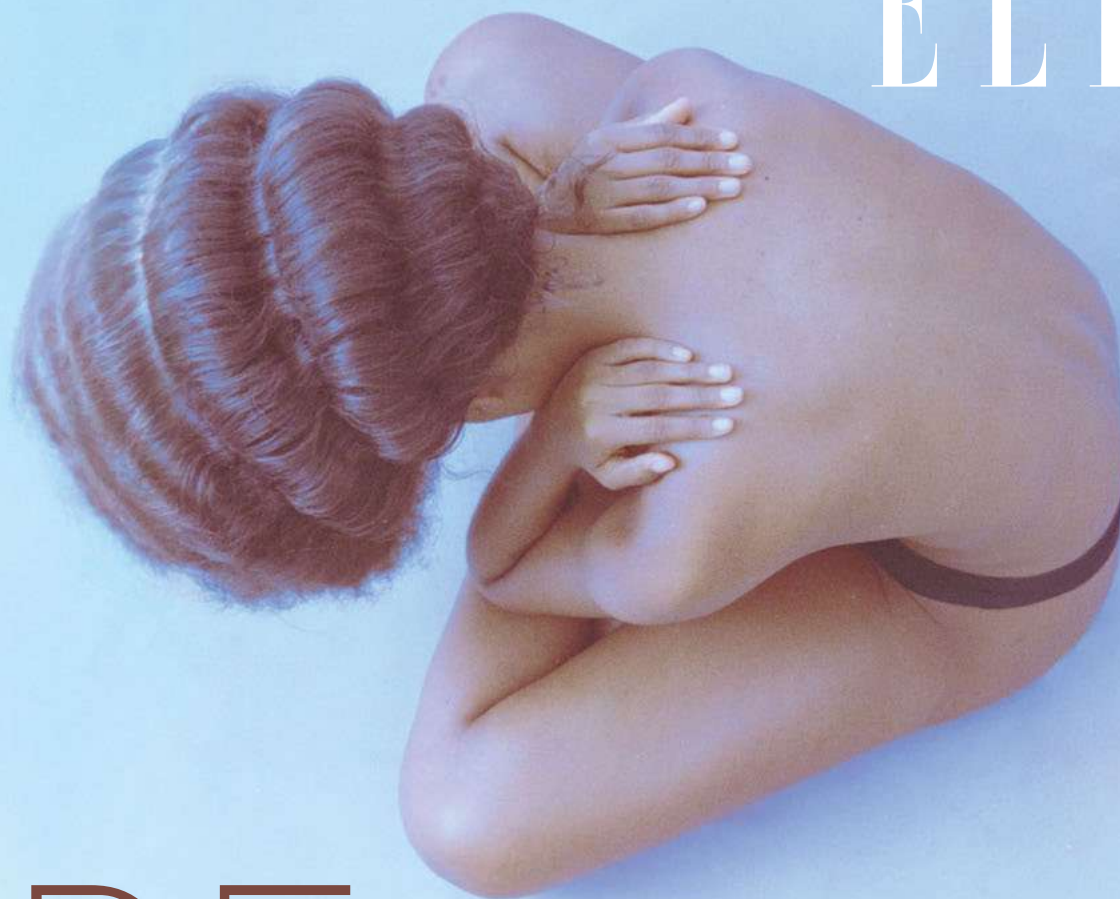
ESCÚCHANOS EN:



amazon music



ELLE



BE
LIE
Z
A

FOTO: ISRA QUIROZ

PEINADOS
QUE NO
PUEDES DEJAR
DE VER (P. 120)

130. TERAPIA LED: LO QUE
SÍ HACE, (Y LO QUE NO)

142. LAS TÉCNICAS MÁS
FAMOSAS DE TRES
MAKEUP ARTISTS QUE
NOS ENCANTAN

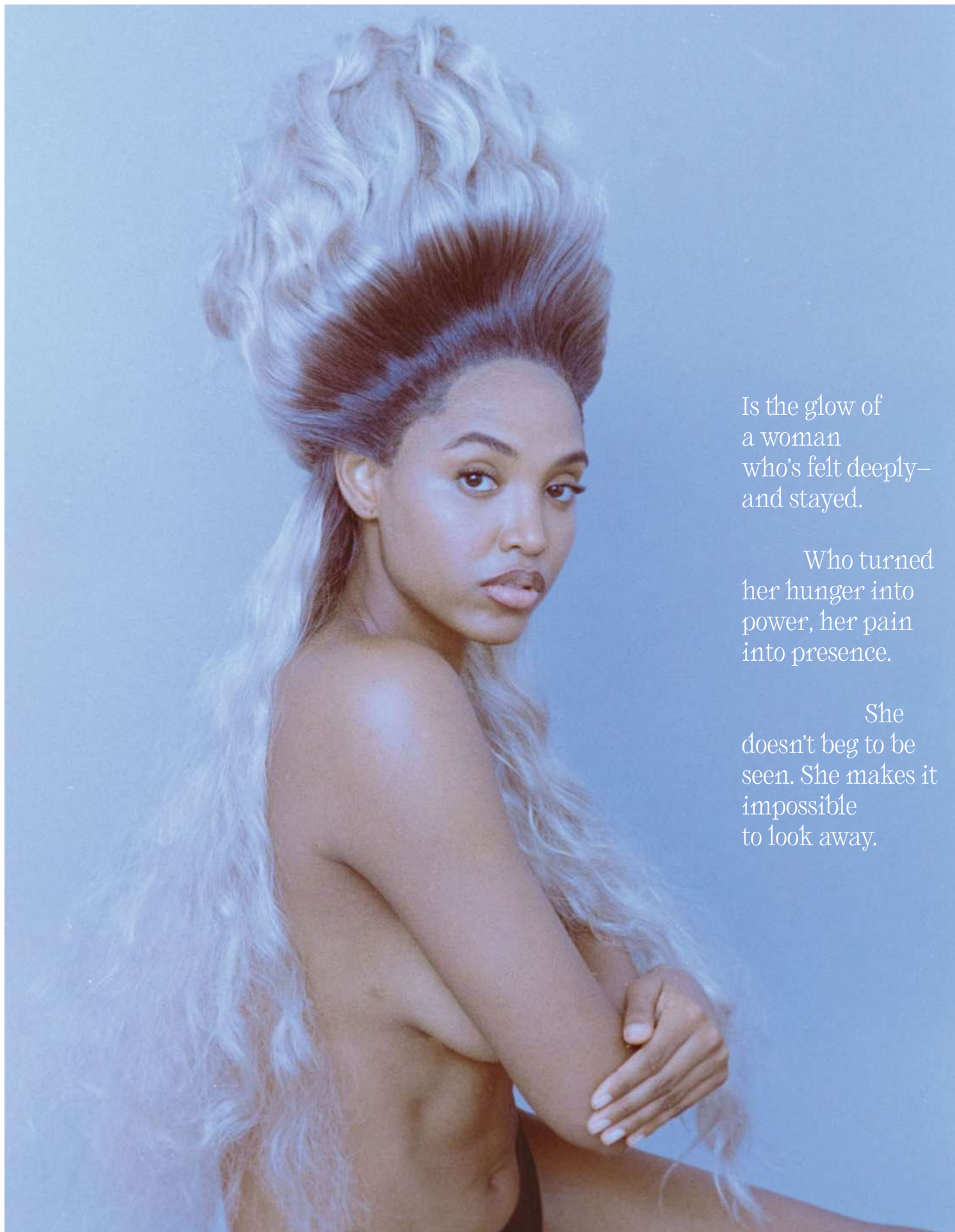
fotos y realización
ISRA QUIROZ

pelo y maquillaje
ISRA QUIROZ

producción para
ELLE MÉXICO



Hot, like sad girls



Is the glow of
a woman
who's felt deeply—
and stayed.

Who turned
her hunger into
power, her pain
into presence.

She
doesn't beg to be
seen. She makes it
impossible
to look away.



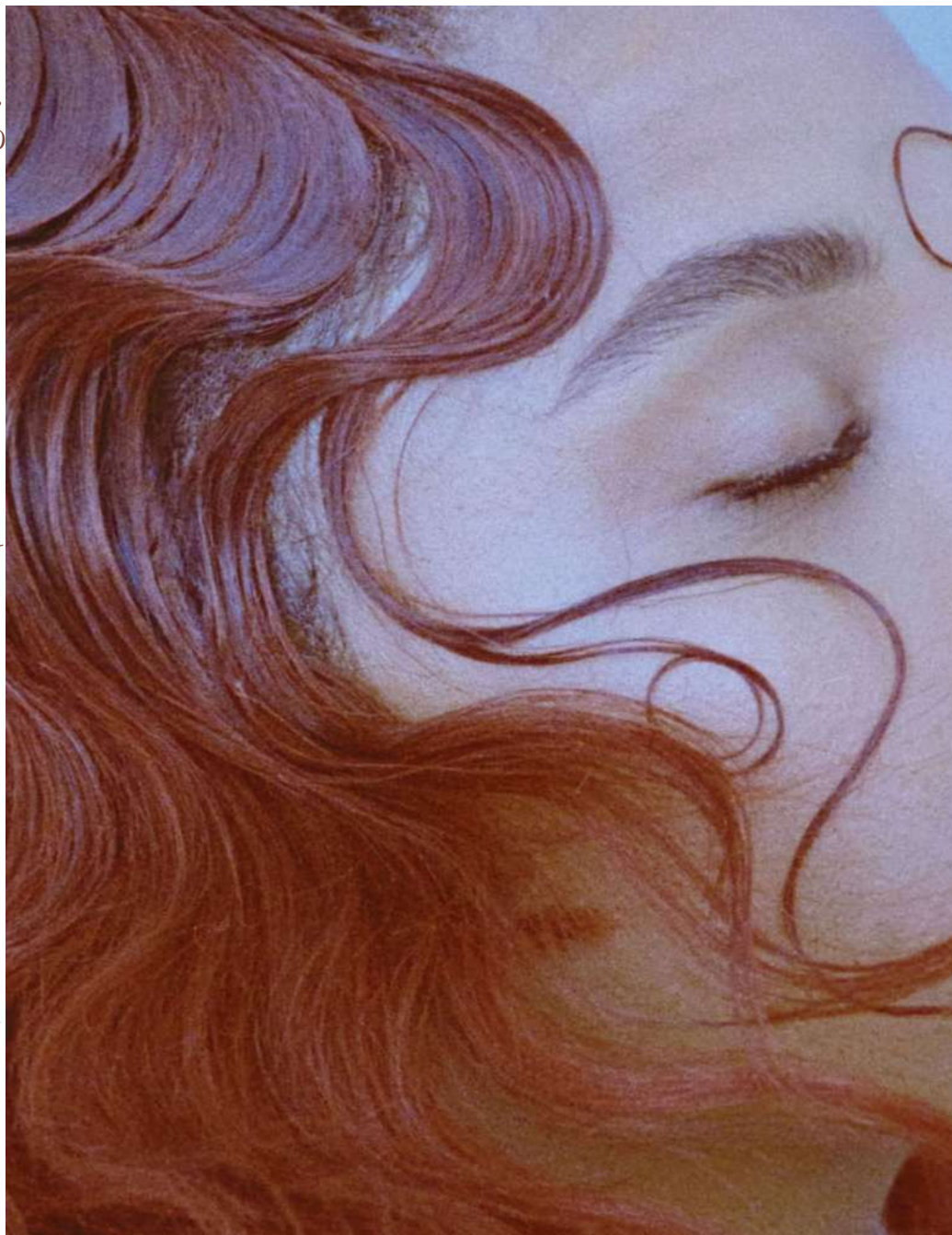
ESTA ES UNA CARTA DE AMOR a la compleja belleza del anhelo.

Habla del deseo profundo de ser vista, tocada, abrazada – esa hambre silenciosa de cercanía que habita en la soledad. Pero también sobre el poder que surge en su ausencia. La emoción de ser autosuficiente. La sensualidad de estar sola y disfrutarlo. De conocer tu propio peso, tu propia luz, y aprender a disfrutar del

anhelo
saciarlo.
Hay algo
en esa
suave
de una
que
desea,

profun-
se queda
Que
soledad
Habla
vencia
quimia

dolor en
la
en
el
en mag-
se ha
solo
truirse
más



en lugar de

magnético
tensión: la
melancolía
mujer

pero no
persigue.
Que siente
damente, pero
quieta.
convierte su
en lujo.
de la supervi-
– de la al-
que
convierte el
belleza,
tristeza
presencia,
hambre
netismo. Que
derrumbado,
para recons-
más suave,

luminosa, más imposible de ignorar.

Esa resiliencia no grita – pero brilla.

Esta serie existe en ese espacio entre un susurro y un grito.
Entre lágrimas que brillan como brillo de labios y un silencio
que se siente como música.







modelo
ZULEIKA SUÁREZ.
asistente de belleza y producción
FERNANDO
PORTOCARRERO.





YO TAMBIÉN PENSABA QUE *las pesas* TE HACEN ANCHA

Repite después de mí : si un cuerpazo quieres tener... pesas tienes que hacer.

SI HABLAMOS DE MITOS DEL EJERCICIO, HAY UNO MUY COMÚN ENTRE LAS MUJERES: **CREER QUE HACER PESAS Y LEVANTAR CARGAS MÁS ALTAS NOS VA A HACER VER ANCHAS O "GRANDOTAS"**. PERO EL MIEDO A VERTE "MASCULINA" POR CARGAR PESO ES SOLO ESO, MIEDO. PRIMERO QUE NADA, PORQUE NUESTRAS HORMONAS FUNCIONAN MUY DIFERENTES A LAS DE LOS HOMBRES.

YA SÉ LO QUE ESTÁS PENSANDO. VAS AL GIMNASIO, VES CUERPOS VOLUMINOSOS, A LOS QUE TÚ NO ASPIRAS, QUE PRECISAMENTE ESTÁN CARGANDO PESAS. PERO DÉJAME DECIRTE QUE LOGRAR **EL CUERPO DE UNA FISICOCULTURISTA REQUIERE MUCHO ESFUERZO**, COMO UNA DIETA ESPECIAL QUE TE HAGA CRECER PARA VERTE ASÍ. ÓSCAR LAZCANO, ENTRENADOR PERSONAL CON ESTUDIOS ENFOCADOS EN EL CULTURISMO NATURAL, NOS DICE QUE "PARA LLEGAR A NIVELES DE MASA MUSCULAR MUY DESARROLLADOS ES PROBABLE QUE HAYA QUE EMPLEAR ESTEROIDES". POR LO TANTO, TENDRÍAS QUE SOMETERTE A UN RÉGIMEN ESTRICTO PARA SER LA NUEVA MRS. OLYMPIA.

POR DANIELA FONSECA

Aún así, me di a la tarea de hablar con expertos en entrenamiento físico para entender por qué es importante hacer pesas si eres mujer y desmentir los mitos que hay alrededor.

Lo primero es la salud ósea, que debería ser tu mayor motivación. Con los años, los huesos empiezan a perder densidad, se vuelven más frágiles y aumenta el riesgo de osteoporosis, una enfermedad que afecta aproximadamente a una de cada cuatro mujeres. Esta pérdida suele acelerarse a partir de la menopausia, cuando los niveles de estrógeno bajan y el hueso deja de renovarse con la misma eficiencia. El entrenamiento de fuerza es una forma increíble de combatir la falta de densidad, ya que activa células llamadas osteoblastos, responsables de construir hueso nuevo. Cargar pesas también tiene beneficios hormonales importantes: mejora la sensibilidad a la insulina, reduce los síntomas del SPM y del SOP, ayuda a manejar mejor el estrés reduciendo los niveles de cortisol y mejora considerablemente la calidad del sueño.



Pero hablemos de los cambios físicos que podemos ver y lograr (ya sé que por eso estás leyendo).

Primero hay que entender cómo se construye el músculo. Al cargar pesas, el músculo se somete a un peso al que no está acostumbrado, provocando microrupturas en las fibras musculares (esto no es malo, es justo lo que quieres lograr). El propósito es lograr que el cuerpo repare las fibras y las vuelva más gruesas, fuertes y resistentes. Piensa en esas pequeñas cortaduras; un cuerpo sano siempre regenera la herida y te deja una cicatriz que vuelve esa zona mucho más firme para evitar que se lastime de nuevo.

Algo muy importante es que el músculo es más compacto que la grasa, por eso ocupa menos volumen en el cuerpo aunque pese más; cuando tienes más músculo que grasa, los cambios se ven en el espejo. La otra buena noticia es que el entrenamiento de pesas acelera el proceso de pérdida de grasa. Óscar Lazcano nos explica que “lo que vemos como un cuerpo tonificado, es una persona con un buen tono muscular y un porcentaje de grasa moderado o bajo. Si nosotros queremos lucir de esta manera, entonces el entrenamiento de pesas no es negociable”.

Frank Barone, exatleta de élite y ahora entrenador personal con más de 10 años trabajando con los mejores atletas del mundo, modelos y actores de primer nivel, nos dice que “el músculo no debería ser algo a lo que le tengamos miedo. Tienes músculos en tu cuerpo entrenes o no. Cuanta más masa muscular magra tengas, más eficiente será tu cuerpo usando la grasa como fuente de energía. El músculo es un tejido metabólicamente activo, lo que significa que quema calorías incluso en reposo”. En pocas palabras, si creas músculo gastas más calorías sólo existiendo (emoji de carita con corazones).

Y ENTONCES, ¿CÓMO LO LOGROOOOO?

Primero, tienes que ser consistente. Aquí sí aplica la de “mejor 15 minutos que nada”. Después, ponte metas alcanzables. No sirve de nada que te propongas pintar toda una casa si ni siquiera logras acabar una pared.

Empieza mínimo dos veces por semana y ve progresando en repeticiones, series o peso. La carga que estás usando te tiene que retar, que cada flexión o ejercicio te deje solo con una o dos repeticiones en reserva, o mejor dicho, sentir que “si hago una repetición más me muero”. Ahí es cuando el músculo está teniendo esas microlesiones. Si te detienes antes de eso, solo estás crean-



do resistencia, pero no aumentando la masa muscular.

Después sentirás que ese mismo peso ya no es suficiente y será momento de agregar más kilos, una serie o más repeticiones. Esa es la forma de progresar.

¿QUIÚBOLE CON LA DIETA?

Sea cual sea tu objetivo físico, la realidad es que para ver un resultado contundente sí necesitas poner atención a lo que comes. No me refiero a tener una relación tóxica con la comida, al contrario, tienes que comer conscientemente. Pero ojo con toda la desinformación que hay en internet.

Barone explica que la idea es elegir un sistema que realmente puedas sostener, no uno que abandones después de tres semanas. “El cambio más rápido que hago con la mayoría de mis clientas es asegurarme de que cada comida sea un plato balanceado, que incluya proteína, carbohidratos (te prometo que no son el enemigo) y grasas saludables.”

Y aunque me odies por decirte esto, cada cuerpo es un mundo, así que un profesional debe ser quien te de un plan de alimentación adecuado a tus objetivos.

Volvamos a nuestro mantra: *las pesas no me van a hacer ancha, las pesas no me van a hacer ancha, las pesas no me van a hacer ancha...* pero ahora **SABIENDO** que en realidad es lo mejor que puedes hacer para tu salud.

NO TE PREOCUPES, PUEDES SEGUIR TOMANDO TUS CLASES DE PILATES, YOGA O BARRE; DE HECHO, ES IDEAL COMBINAR EL ENTRENAMIENTO DE PESAS CON OTRAS ACTIVIDADES FÍSICAS.

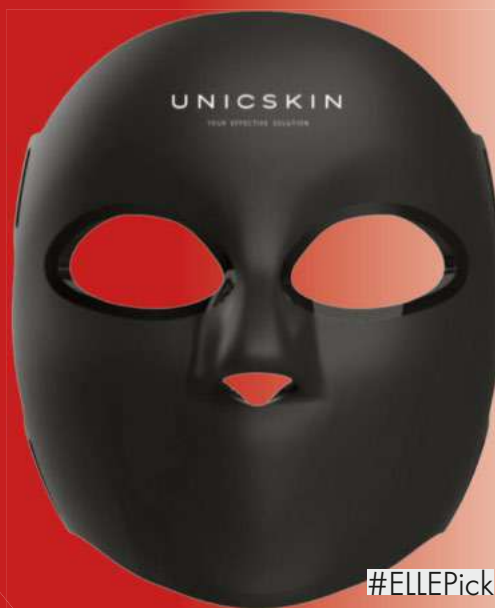
Nuestras expertas

ÓSCAR ALBERTO LAZCANO ES PSICÓLOGO (UNAM) Y ENTRENADOR PERSONAL CERTIFICADO, ESPECIALIZADO EN ENTRENAMIENTO DE FUERZA, HIPERTROFIA Y FISICOCULTURISMO NATURAL. CON MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA, ENFOCA SU TRABAJO EN LA ESTÉTICA CORPORAL Y LA MEJORA DEL RENDIMIENTO FÍSICO DESDE UN ENFOQUE CIENTÍFICO.

FRANK BARONE ES ENTRENADOR PERSONAL CON AMPLIA EXPERIENCIA EN FÚTBOL DE ALTO RENDIMIENTO. ACTUALMENTE SE DEDICA AL ENTRENAMIENTO PERSONAL Y TRABAJA CON ATLETAS Y CELEBRIDADES. COMBINA RENDIMIENTO DEPORTIVO Y ACONDICIONAMIENTO FÍSICO.

(L) Terapia (E) con luz (D)

Uniled 5.0 centurian korean mask, UNICS-KIN, \$19,500, El Palacio de Hierro Polanco.



#ELLEPick

Una guía para entender la fototerapia y elegir el mejor dispositivo.

por VALERIA Baqueiro

Mi algoritmo insiste en que necesito un nuevo dispositivo de luz LED, ¿el tuyo también? Cada vez hay más opciones para más partes del cuerpo (cara cuello, escote, manos...), con luces de diferentes colores y diferentes modos para cubrir diferentes necesidades. Y aunque todos se ven muy prome-

dores, también es válido preguntarse si realmente funcionan o si todo es una estrategia de mercadotecnia para hacernos consumir. La respuesta corta: sí funcionan. La larga te la explico a continuación.

Empecemos entendiendo la luz LED. La palabra LED es la abreviación de **light-emitting diode** (diodo emisor de luz), una pequeña pieza que produce luz cuando pasa electricidad a través de ella. A diferencia de una bombilla incandescente (o como nos enseñaron en la escuela, el foco de Thomas Alva Edison), un LED no necesita calentarse para iluminar, por lo que es más eficiente y no quema. El primer LED se inventó en 1962, pero fue hasta los 90 que se dieron cuenta de su importancia biológica y de sus posibles beneficios cutáneos.

#ELLEPicks
te recomendamos
algunos de los dispositi-
vos LED mejor calificados

Máscara LED roja FAQ 202, FOREO,
\$18,595, foreo.com.



#ELLEPick

DRx spectralite faceware pro, DR. DENNIS
GROSS, USD455, *no se vende en México.



#ELLEPick

LED neck & décolletage mask, CURRENT-BODY, \$8,588, currentbody.com.



¿Qué tiene que ver la luz LED con la piel?

En los años 60, el médico húngaro Endre Mester descubrió que la luz (en sus experimentos utilizó láseres de baja potencia) podía estimular procesos biológicos como el crecimiento del pelo y la cicatrización en ratones. A este fenómeno se le llamó **fotobio-modulación**. En los 90, retomaron estos hallazgos y los aplicaron a la tecnología LED. De hecho, la NASA desarrolló LEDs capaces de emitir longitudes de onda muy específicas para estudiar la regeneración de tejidos y la cicatrización en el espacio, un avance clave para aplicar esta tecnología en la medicina.

Al interactuar con la piel, la luz en longitudes de onda específicas estimula la actividad celular al aportar energía, esto activa procesos de reparación y regeneración, impulsa la producción de colágeno y ayuda a disminuir la inflamación.

Un dispositivo de LED doméstico no se compara con los tratamientos médicos profesionales, que son más intensivos y supervisados. Piensa en ellos como un complemento que permite mantener, reforzar y prolongar esos resultados en el día a día.

Cheat sheet

Las longitudes de onda de los dispositivos LED caseros oscilan más o menos entre los 400 y 880 nanómetros (hay algunos, como Currentbody, que llegan hasta 1072nm). Esta medida determina el color de la luz, cómo interactúa la luz con la piel y los beneficios que puede dar.

La luz roja (620-700 nm) ha sido la más estudiada por su capacidad de penetrar las capas profundas de la piel, estimulando la producción de colágeno, mejorando arrugas, líneas de expresión y textura. Su uso constante ha demostrado que puede estimular los folículos pilosos para regenerar el pelo afinado.

La luz azul (400-470 nm) actúa en las capas más superficiales de la piel. Un estudio publicado por la Sociedad Americana de Medicina y Cirugía Láser señala que puede ser eficaz para tratar condiciones inflamatorias como el acné, ya que ayuda a eliminar la bacteria que lo causa y produce un efecto calmante en la piel. Si tienes melasma, probablemente deberías evitarla, ya que en otro estudio de la Universidad de Lodz, observaron que la exposición repetida o prolongada a luz azul de 420 nm o más puede estimular la producción de melanina y causar manchas temporales. Esto no significa que sea mala, sino que debes usarla con precaución y siguiendo el protocolo adecuado para ver cambios positivos.

La luz infraroja cercana o NIR (800-1200 nm) es invisible al ojo humano y puede llegar hasta las capas profundas de la piel para estimular la actividad mitocondrial y elevar la energía celular. Esto activa procesos regenerativos, antiinflamatorios y curativos, que no solo mejoran la apariencia de la piel sino que también ayuda a sanar heridas y úlceras. La luz NIR también activa la producción de colágeno y elastina para revertir el fotoenvejecimiento. Este tipo de luz la usan en hospitales y consultorios médicos y algunos dispositivos caseros la tienen, pero en los espectros más bajos.

Estas tres son las luces con más estudios que las respaldan, pero gracias al *beautytok* ahora sabemos que también hay todo un arcoíris de colores de LED. La verdadera pregunta es, ¿todos funcionan? Bueno, depende. Por ejemplo, la **luz morada** (380-420 nm) es una mezcla de la azul y la roja, así que combina los beneficios antibacterianos y calmantes de ambas en una terapia mixta.

La luz amarilla (570-590 nm) puede ayudar con el foto envejecimiento, en la recuperación después tratamientos de láser y a desinflamar la piel.

La luz verde (500-570 nm) fue de las últimas en llegar al trend y aunque sus beneficios siguen siendo estudiados, algunos afirman que puede servir para disminuir dolores de cabeza y migrañas, regular la producción de melanina para reducir manchas pequeñas y como terapia anti envejecimiento.

Dentro del arcoíris de LED están la **luz cian** (490-520 nm) y la **blanca**. Algunas marcas las han incorporado en sus productos, asegurando que la primera tiene un efecto calmante y revitalizador, especialmente en pieles estresadas; mientras que la segunda, puede penetrar más profundo en la piel y tener un efecto reafirmante y regenerador, aunque realmente no encontramos muchos estudios que lo confirmen.

¿Qué debes considerar al elegir un dispositivo LED?

Mónica Sada, fundadora de la marca de skincare y biotecnología Unicskin, nos dice que para ver resultados con cualquier dispositivo “no solo importa que tenga LEDs, sino cuánta energía llega a la piel (irradiancia) y durante cuánto tiempo”. Estos dos parámetros indican la potencia de un dispositivo. La terapia LED es más efectiva entre 20 y 100+ mW/cm² de irradiancia, siendo 10 y 50 la más común en dispositivos caseros. Otra consideración es la distancia y el contacto que tiene con la piel. “Cuanto mejor se ajusta el dispositivo y más adecuada es la distancia, más eficiente es la entrega de luz (menos pérdidas)”. Para asegurarte de que la exposición sea eficaz y segura, busca dispositivos con certificaciones y sistemas de control tanto térmico como óptico (avalado oftalmológicamente), y que tenga una emisión estable y homogénea (sin puntos calientes ni zonas con menos luz). Si crees que el precio es muy bueno para ser verdad, probablemente lo sea.

La mejor luz LED es la que usas de forma correcta y constante. Elige un protocolo que sea sostenible y síguelo religiosamente. Utilízala sobre la piel limpia y siempre acompaña el tratamiento con una rutina de skincare.



MEXBEST
#ConoceMexBest

VIVI
MEXPER

LA RIENCIA

Síguenos



Mex-Best.mx

SANTUARIO *lleno de historia*

por VALERIA BAQUEIRO



Tras la fundación de Mérida en 1542, una de las primeras casas en levantarse fue la que alberga al Hotel Sevilla.

Pasó de ser una residencia familiar que recibió a viajeros, exploradores e importantes personajes que definieron la historia de la ciudad, a convertirse en un hotel que operó con éxito desde la década de los 50 hasta finales de los 90. Después de casi dos décadas cerrado, el Hotel Sevilla reabre sus puertas gracias a Grupo Habita, quienes conservaron su esencia colonial, pero al mismo tiempo lo convirtieron en refugio para los viajeros que buscan tranquilidad, bienestar y desconexión, entre paredes con cicatrices que recuerdan el paso del tiempo. El spa se inspira en la profundidad de un cenote, rodeado de piedra, agua y luz que transmiten muchísima paz. El menú de tratamientos incluye masajes y faciales, pero también rescata antiguos rituales mayas como el *Sauna Tuj*, un ritual ancestral que utiliza calor seco y piedra natural para relajar y purificar el cuerpo. 😊 **FIN**

DÓNDE

Calle 62 511, Centro Histórico,
Mérida, Yucatán.
@sevilla.merida
hotelsevilla-merida.com



EXPANSION
**POLÍ
TICA**
Y OTROS DATOS

**LA VIDA PÚBLICA,
EXPLICADA
Y A DEBATE**

CONDUCE:

MARIEL IBARRA

EDITORA DE
EXPANSIÓN POLÍTICA

En México,
cada decisión política tiene
una historia, sus consecuencias
Y MÁS DE UNA VERSIÓN.

DISPONIBLE EN



SONORO

face to face



Gaby Agúndez, la clavadista
que está cumpliendo sus sueños
dentro y fuera de la alberca.



Tiene 25 años, es mexicana, clavadora, medallista y un orgullo nacional. No es sorpresa que Chanel Beauty la eligiera como una de las siete deportistas que integran CC League, un nuevo programa que apoya a mujeres atletas de alto rendimiento y las acompaña en su desarrollo dentro y fuera del deporte. En entrevista, Gaby nos platicó sobre esta experiencia, su carrera, el deporte en México, y de quién es afuera de la alberca.

ELLE MÉXICO:

*Además de ser clavadora, ¿quién es Gaby?
¿Cómo te defines como mujer?*

GABY AGÜNDEZ:

Como una mujer aguerrida y disciplinada que trabaja por alcanzar sus objetivos, así como en la alberca y en mis entrenamientos lo doy todo, fuera también me comprometo a alcanzar mis sueños. Me considero una mujer trabajadora y sonriente, me gusta mucho disfrutar de los pequeños momentos de la vida.

ELLE MÉXICO:

¿Qué significa la belleza para ti? ¿Ha cambiado tu definición ahora que estás con Chanel?

GABY AGÜNDEZ:

Para mí, la belleza de una persona, de una mujer, es su esencia, lo que tiene dentro de ella para transmitirle a los demás. Ahora que voy de la mano con Chanel Beauty, agregaría que el trabajo, el cómo nos sentimos y cómo lo reflejamos, el compañerismo y el empoderamiento femenino también son parte de lo que te hace bella.

ELLE MÉXICO:

¿Por qué crees que es importante tener estas alianzas para el desarrollo del deporte y de las atletas?

GABY AGÜNDEZ:

Como deportistas, a veces olvidamos que también somos mujeres. Lo damos todo cada día, en cada entrenamiento y competencia, pero también necesitamos voltearnos a ver y valorar todo este esfuerzo, todo el camino recorrido. Que Chanel reconozca y visibilice todos estos años de trabajo, es para mí un sueño que no sabía que tenía. Este programa permite que nuestras historias lleguen más lejos para que muchas niñas puedan verse reflejadas y pensar "algún día, yo también puedo estar ahí".

ELLE MÉXICO:

Si tuvieras que darle un porcentaje a tu motivación vs tu constancia, ¿cuál sería?

GABY AGÜNDEZ:

Diría que 60% constancia y 40% motivación. El año pasado me quedó muy claro. Los primeros meses fueron bastante complicados y la motivación no siempre estuvo ahí, pero la constancia sí. Tenía un compromiso conmigo misma, con México, así que aunque estuviera pasando por un mal momento, había que seguir. Esa constancia fue la que me hizo tener un muy buen año deportivamente hablando.

ELLE MÉXICO:

¿Hubo algún momento en tu carrera en el que entendiste que cuidar tu mente era tan importante como entrenar tu cuerpo?

GABY AGÜNDEZ:

Por supuesto. A veces hay que tocar fondo para poder empezar a subir. Hubo un momento en el que pensé en tirar la toalla, incluso antes de llegar a mis primeros Juegos Olímpicos. Ahí entendí que, aunque amaba los clavados, ya no los estaba disfrutando; si no los disfrutaba, las cosas tampoco saldrían como yo quería. Me cambié de ciudad y de equipo con la idea inicial de retirarme. Pero al final, esa Gaby exigente y aferrada apareció y dijo "todavía tengo más para dar, quiero saber lo que se siente estar en unos Juegos Olímpicos". En 2019 empecé a trabajar la parte psicológica, llegué a Tokio tras haber fortalecido tanto la parte mental como la física; regresé como medallista olímpica y con un cuarto lugar en la categoría individual.

ELLE MÉXICO:

Como mujer, ¿qué conversaciones te gustaría que se normalizaran más dentro del deporte?

GABY AGÜNDEZ:

Aceptar nuestros cambios físicos. Que nuestro cuerpo cambie cuando crecemos es algo natural, pero en el deporte pesa mucho más, especialmente en los de apreciación. Estamos acostumbradas a vernos con cuerpo de niñas, y muchas veces no sabemos cómo reconciliarnos con los cambios físicos que vienen con la adultez; esto también afecta nuestra salud mental. Como deportistas, es importante cuidar el cuerpo y trabajar con nutriólogos para mantener una buena condición física, pero "embarner" es normal. Es una conversación que debería hablarse abiertamente.

ELLE MÉXICO:

Si estar en CC League te dejara una sola enseñanza para el futuro, ¿cuál sería?

GABY AGÜNDEZ:

A valorar y a reconocer. Reconocerme a mí, por supuesto, pero también a todas las mujeres. Gracias al programa, he tenido la fortuna de conocer a deportistas de otros países y de compartir historias, experiencias que, aunque son muy diferentes, tienen algo en común, y es que ninguna nos hemos rendido. Cuando realmente quieres algo, luchas por ello sin importar lo que digan los demás, creo que esto conecta mucho con la historia de Coco Chanel.



@MONICA.RAVIII

MONICA RAVICHANDRAN

TODO SOBRE EL COLOR

Empezó a crear contenido de belleza como *hobby* mientras trabajaba como ingeniera de software. Hoy, comparte su *expertise* en teoría del color y maquillaje para pieles oscuras a su comunidad de más de 1M de seguidores.



COLOR THEORY

1/2. NO SOLO ES CÁLIDO O FRÍO Encontrar tu tono de base requiere educación y entender el subtono es lo más complicado, pues hay que entender cómo funciona la piel y cómo interactúan sus pigmentos. Por ejemplo, la piel oliva suele clasificarse como cálida o neutra, pero también puede ser fría. Como punto de partida, lo más importante es conocer la profundidad de tu piel y en qué parte del espectro entras (que va de muy claro a muy profundo), así puedes probar únicamente los tonos que correspondan a tu rango. Busca marcas que tengan muchos subtonos dentro del mismo tono, como Armani Beauty. **3. EL ACABADO PERFECTO** Para la base, soy una *brush person*. Mis favoritas son Rephr, BK Beauty y del lado accesible, Real Techniques, aunque las esponjas son buenas para principiantes. Es común ver videos en los que aplican el producto directo en el rostro, pero a mí me gusta ponerlo primero en la mano o en una paleta para mezclar maquillaje e irlo aplicando en capas ligeras para construir la cobertura y lograr el acabado que busco. **4. NO ES MAGIA, ES COLOR** Algunas marcas incluyen azul ultramar y óxido de cromo verde en sus fórmulas. Estos pigmentos azul y verde contrarrestan el amarillo y hacen que el color final sea más parecido al de la piel humana. También puedes conseguirlos por separado y mezclarlos con tu base para corregir el tono. **5. ALGO CONTROVERSIAL** Me encantan los productos con siliconas. Hay mucho alarmismo a su alrededor, pero personalmente me gustan porque mejoran la apariencia de los poros sin taparlos, difuminan la textura y dan una aplicación más uniforme, algo que le sirve mucho a las pieles grasas y con acné.

1. Base de maquillaje Luminous Silk, **ARMANI BEAUTY**, \$1,600, El Palacio de Hierro. 2. Base de maquillaje Superstay Lumi-Matte, **MAYBELLINE**, \$329, Walmart. 3. 402 Setting Brush, **REAL TECHNIQUES**, \$140, Amazon. 4. Pigmento para mezclar base de maquillaje, **L.A. GIRL**, \$235, dax.com.mx. 5. Poreless Putty Primer, **E.L.F. COSMETICS**, \$320, sephora.com.mx.

¿Conoces a alguien
que no sabe
LEER y escribir?

Descubre cómo
ayudarlo



Entra a: **leermx.org**
o llama al
800 00 60 300

Río Roma
Cantantes

Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas



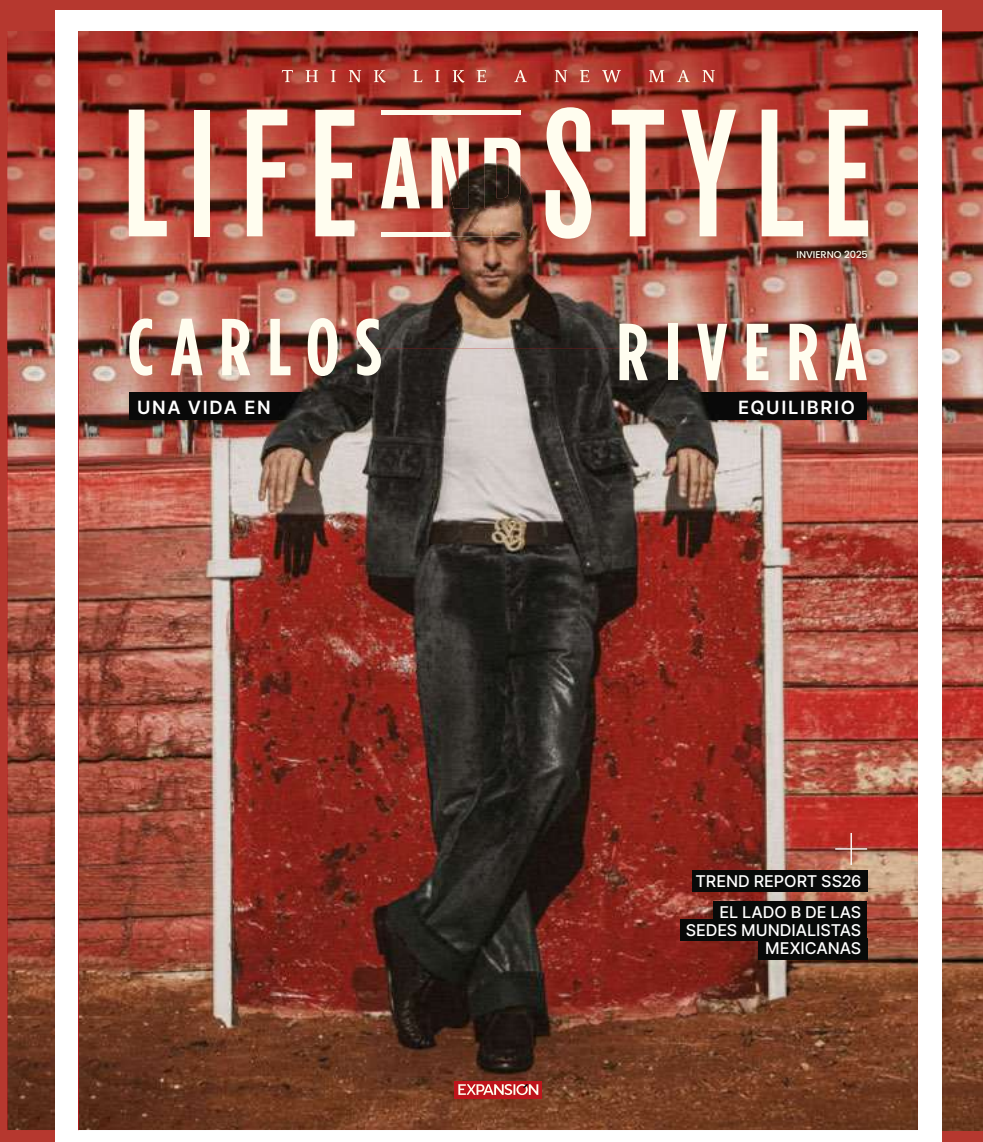
Una herramienta que lo hace todo

SECA, ALACIA, RIZA Y DA VOLUMEN

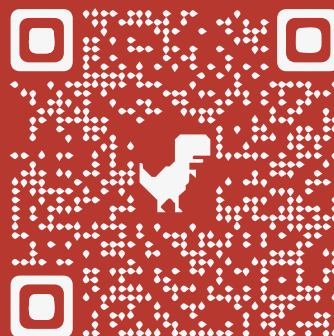
Este innovador sistema de secado y peinado con cerámica y potente flujo de aire, te ayudará a lograr un pelazo en minutos sin que te preocupes por el daño. Su tecnología de control de calor regula la temperatura y permite usar cualquiera de sus cabezales con el pelo seco o húmedo, incluso su nueva plancha que seca y alisa al mismo tiempo. Tiene más opciones para peinar, dar volumen, rizar y secar. Literalmente, todas tus peticiones de pelo en una sola herramienta.

#¿DÖÖONDE?
Shark Glam, SHARK, \$8,000,
El Palacio de Hierro.

HAY **MUCHAS MANERAS** DE PENSAR COMO **HOMBRE**.



DESCÚBRELAS EN
► **LIFE AND STYLE**
#ThinkLikeANewMan



TRES TÉCNICAS *para replicar*

Algunos makeup artists tienen técnicas de maquillaje tan reconocibles que se han convertido en su sello. De hecho, algunos han lanzado productos para lograrlas. Elegimos a tres maquillistas que admiramos y te explicamos cómo lograr esos looks que las distingue a kilómetros de distancia.



LISA ELDRIDGE

PINPOINT

Consiste en utilizar base, corrector y polvo solo en áreas donde realmente lo necesitas para un look natural y discreto. Utiliza muy poca base en zonas donde quieras corregir el tono de la piel; después, aplica corrector de alta cobertura sobre las imperfecciones que quieras disimular. Hazlo con una brocha muy pequeña, como de sombra, para ser más precisa y que el producto se funda mejor en la piel.

1. Secret Camouflage Brush, **LAURA MERCIER**, \$740, sephora.com.mx. 2. Le Teint Eclat, **YSL BEAUTY**, \$1,410, yslbeauty.com.mx. 3. Soft Matte Concealer, **NARS**, \$815, elpalaciodehierro.com.



CAROLINA GONZALEZ

SUPERGLOW

Carolina es experta en hacer pieles jugosas y saludables. Su técnica se basa en la preparación de la piel, enfocándose especialmente en la hidratación. Tampoco le tiene miedo al blush, no escatima y lo aplica estratégicamente sobre pómulos para levantar el rostro. Pero su mejor truco es usar skincare como maquillaje, aplicando suero de ojos o vaselina como si fuera iluminador para un brillo intenso.

1. Luminous Silk Cheek Tint Shine, **ARMANI BEAUTY**, \$1,100, Liverpool. 2. Facial Treatment Essence, **SK-II**, \$509, yesstyle.com. 3. Healthy Renew Serum de Ojos, **CETAPHIL**, \$630, fahorro.com.



MARY PHILLIPS

UNDERPAINTING

La idea es crear sombras y luces en ciertas zonas para un look esculpido. Para lograrlo, necesitas contour y corrector, de preferencia en crema. El contorno va en donde quieres sombra y estructura, el corrector es para iluminar. Elige una base de cobertura ligera y aplícala con una brocha fluffy para no tapar todo el trabajo. Phillips también es fan de sobredelinear los labios con un tono que se vea natural.

1. Skin All-in-One Face Palette, **MAKEUP FOREVER**, \$2,290, nuestrosecreto.com.mx. 2. F1 Brush, **MAKEUP BY MARIO**, \$890, sephora.com.mx. 3. Lip Pencil, **BOBBI BROWN**, \$469, bobbibrown.com.mx.

ELLE
PODCAST

HABLEMOS DE MODA

El primer podcast de moda en México

JORDI LINARES
EDITOR DIGITAL

CLAUDIA CÁNDANO
EDITORA GENERAL



EL PODCAST DE MODA FAVORITO EN ESPAÑOL
¡ESCÚCHANOS TODOS LOS MARTES!



 GRUPO
EXPANSIÓN

DISPONIBLE EN:



DEEZER



amazon
music



CON B DE BARATO

AUNQUE UNA BASE DE LUJO ES UNA GRAN INVERSIÓN, HAY MUCHAS OTRAS IGUAL DE BUENAS QUE NO AFECTARÁN TANTO A TU CARTERA. ESTAS SON ALGUNAS DE LAS FAVORITAS DEL EQUIPO ELLE PARA EL DIARIO O PARA UNA OCASIÓN ESPECIAL.

\$343



1.



2.

\$399

\$260



3.



4.

\$429

NADA COMO UN CUSHION

"Las bases en *cushion* son lo mejor que existe para usar todos los días. Este es de mis favoritos porque es súper fácil de aplicar, mejora la apariencia de la piel sin ser pesada, y es rellenable".

VALERIA BAQUEIRO,
EDITORIA DE BELLEZA

1. Healthy Green Cushion,
UNLEASHIA, mx.iherb.com

FÓRMULA HIDRATANTE

"Es ligera y como tiene ácido hialurónico también hidrata y deja la piel con un acabado muy lindo, sin cuartearse. Además, tienen una variedad de tonos muy amplia, así que seguro encuentras el tuyo".

SAMANTHA GONZÁLEZ,
DISEÑADORA

2. True Match sérum rellenador,
L'ORÉAL PARIS, Walmart.

ACABADO SATINADO

"Me encanta que no apaga la hidratación de mi rostro y deja la piel como satín. Con un poquito basta para un acabado natural, pero también es construye y dura prácticamente todo el día".

NATALIA SÁNCHEZ,
COEDITORIA DE MODA

3. Soft Glam Satin Foundation, E.L.F.
COSMETICS, ulta.com.mx

RESPIRABLE

"Tiene muy buena cobertura, pero al mismo tiempo deja que la piel respire sin tapar los poros, por eso es ideal para pieles grasas o con tendencia al acné. Además, es pionera de las bases naturales".

JORDI LINARES,
EDITOR DIGITAL

4. Maquillaje Hidratación 24H, YVES
ROCHER, yves-rocher.com.mx

#ELLECONSEJO

Si sientes que tu base es muy pesada y quieres que se vea más natural, puedes mezclarla con un suero o crema hidratante ligera para diluirla. La herramienta que utilices también hace la diferencia. Por ejemplo, una brocha esponjosa funciona para fundir mejor el producto con la piel, mientras que la esponja es ideal cuando quieres mayor cobertura.

BEAUTY OBSESSIONS

(del momento)

Nuestra editora de belleza, Valeria Baqueiro, te recomienda los productos que fueron su obsesión del mes.

TEXTURA DE MANTEQUILLA

Así como la niña de los plumones, yo soy la de los *lip balms*. Tengo toda una colección, pero este subió a mi lista de favoritos porque no solo se ve bonito. Hidrata, no es pegajoso, deja los labios suavitos y con un toque de color muy sutil. Hay uno transparente para que lo uses como mascarilla de labios mientras duermes.

Find Comfort Lip Butter Balm + Overnight Mask, **RARE BEAUTY**, \$400, rarebeauty.com.



AHORA SÍ, TOODOO EL DÍA

Antes solo usaba *setting spray* para ocasiones especiales, pero empecé a usar este diario, incluso cuando solo me pongo blush y ¡qué diferencia! Me encanta que es como una bruma ligera que hidrata y mejora la apariencia de los poros.

Translucent Hydrating Setting Spray Ultra Blur, **LAURA MERCIER**, \$1,000, sephora.com.mx.

#ellepick

ENTIENDO EL HYPE

Por primera vez, no estoy dejando la mitad de mi pelo en la regadera. Llevo casi dos meses usándolo y he visto un cambio drástico en la caída y densidad de mi pelo. Además, ¡tengo muchos *baby hairs* nuevos!

Sérum Anti-Chute Fortifiant, **KÉRASTASE**, \$1,305, El Palacio de Hierro.



¿MAPACHE? NUNCA

Mi peor *red flag* es que me llora muchísimo un ojo. No me gustan las máscaras *water-proof* pero esta *tubing mascara* me entiende. Alarga las pestañas, no se bajan ni se corre y lo mejor es que se quita facilísimo.

Máscara Lash Xtndr, **E.L.F. COSMETICS**, \$230, ulta.com.mx



¿ACEPTAS EL RETO?



INSCRÍBETE



 **GRUPO
EXPANSION**


asdeporte

LA CARRERA
Sports
Illustrated™
MÉXICO

ES MUNDIAL

**LA FIESTA MÁS GRANDE DEL MUNDO
ARRANCA EN LA META**

Quién

ELLE

EXPANSION

THINK LIKE A NEW MAN
LIFE AND STYLE

MEX
BEST



ELLE

EL HOTEL
MÁS COOL
DEL UPPER
EAST SIDE DE
NUEVA YORK
(P. 158)

152. PUEBLOS COSTE-
ROS CLÁSICOS Y CON
MUCHO ESTILO

160. LA CHEF DETRÁS DE
DOS HOT SPOTS CON
SERVICIO IMPECABLE Y
RESPECTO POR LA TIERRA

ESTI LO



arte y cultura

DÓNDE

Av. Juárez 59, Los
Clubes. Ciudad López
Mateos, México.

CUÁNDO

Hasta el 23 de agosto
de 2026.

+INFO

lacuadrabarragan.org

LA CUADRA

UNA DE LAS OBRAS MÁS EMBLEMÁTICAS DE LUIS BARRAGÁN ABRE SUS PUERTAS AL PÚBLICO. *LA CUADRA* MARCA UNA NUEVA ETAPA COMO CAMPUS CULTURAL BAJO LA VISIÓN DE FERNANDO ROMERO. INAUGURA CON DOS EXPOSICIONES: *BARRAGÁN EN BARRAGÁN*, CURADA POR JORGE COVARRUBIAS, OFRECE UN RECORRIDO POR LAS OBRAS MÁS DESTACADAS DE BARRAGÁN, PRESENTADAS A TRAVÉS DE MAQUETAS Y FOTOGRAFÍAS DE GRANDES MAESTROS COMO YUKIO FUTAGAWA, RENÉ BURRI Y ARMANDO SALAS PORTUGAL. A LA PAR, UNA EXPOSICIÓN DE FÉLIX GONZÁLEZ-TORRES ACTIVA UN DIÁLOGO SUTIL Y EMOCIONAL CON EL ESPACIO.

arte, cultura y entretenimiento



#OpenHouseCDMX

LA CIUDAD SE CONVIERTE EN ESCENARIO. OPEN HOUSE CDMX 2026 REGRESA CON SU SEXTA EDICIÓN PARA ABRIR LAS PUERTAS DE ALGUNOS DE LOS ESPACIOS MÁS MONUMENTALES DE LA CAPITAL AL PÚBLICO; DESDE EL ESTADIO ALFREDO HARP HELÚ Y LA PLANTA DE RECICLAJE CIREC, HASTA LA HISTÓRICA CASONA CASO. DEL 16 AL 22 DE MARZO EL FESTIVAL DE ARQUITECTURA TENDRÁ TALLERES, CHARLAS Y VISITAS GUIADAS QUE EXPLORAN CÓMO LA ARQUITECTURA Y EL DISEÑO PUEDEN RESPONDER A LOS DESAFÍOS DE NUESTROS TIEMPOS.

DÓNDE: CDMX
CUÁNDO: 16 - 22 de marzo
+INFO: ohcdmx.org

CARTELERA #MujeresDirectoras

LA HERMANASTRA FEA
EMILIE BLICHFELDT

(2025) Mubi

LA LUZ QUE MAGINAMOS
PAYAL KAPADIA

(2025) Prime Video

LA SUSTANCIA
CORALIE FARGEAT

(2024) Prime Video

EL ECO
TATIANA HUEZO

(2023) Netflix

PRISCILLA
SOFIA COPPOLA

(2023) Mubi

RETRATO DE UNA MUJER EN LLAMAS
CÉLINE SCIAMMA

(2020) Prime Video

SHIVA BABY
EMMA SELIGMAN

(2020) Mubi

¡LA NOVIA!

Maggie Gyllenhall reinventa el mito de Frankenstein. ¡La Novia! protagonizada por Jessie Buckley y Christian Bale, imagina qué sucede cuando la supuesta novia toma el control de su propia historia. Este thriller psicológico nos prepara para cuestionar todo lo que sabemos de la palabra "monstruo".

DÓNDE: Cines
CUÁNDO: 5 de marzo



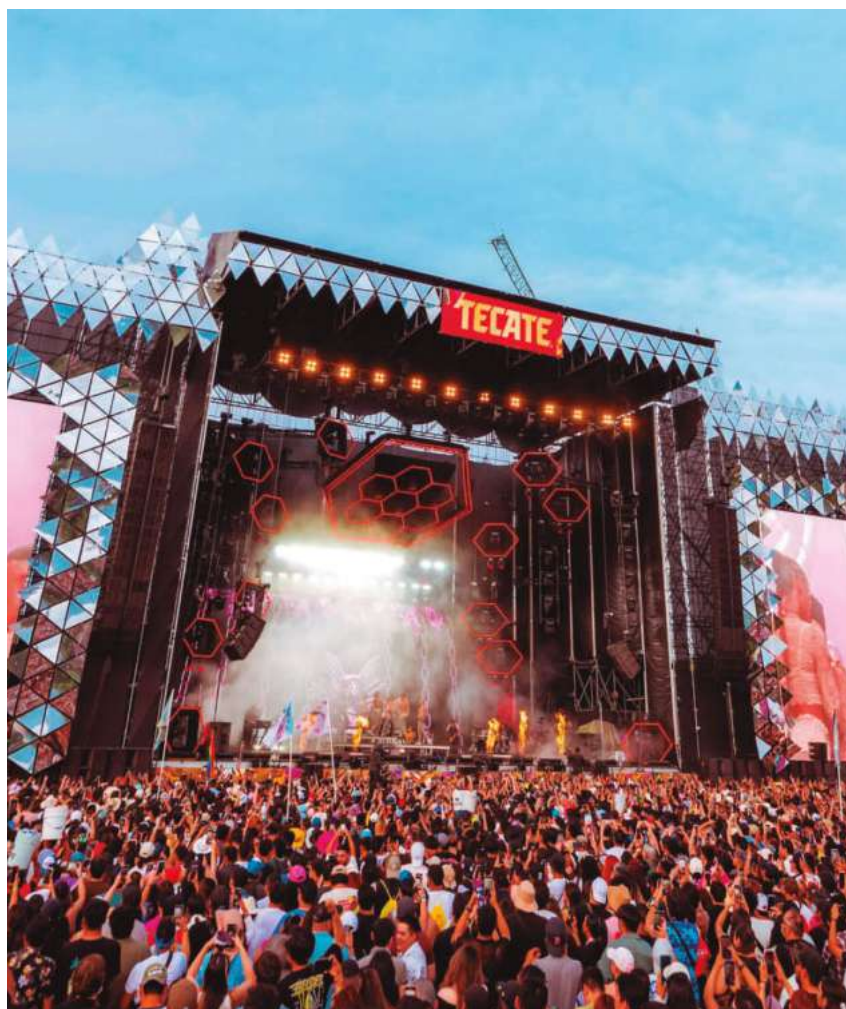
EL REGRESO DE BRAT

The Moment, de A24, convierte el furor de la era BRAT en un falso documental tan ácido como revelador. A través de Charli XCX y los preparativos de su gran gira en pleno pico de éxito, la película explora la fama y la presión de la industria con un humor muy británico y una honestidad incómoda.

DÓNDE: Cines
CUÁNDO: 26 de febrero



AGENDA ELLE *book club + playlist*



festival

CUÁNDO:

27-29 de marzo

DÓNDE:

Parque Fundidora,
Monterrey

+INFO:

tecatepalnorte.com

TECATE PA'L NORTE

MONTERREY SE PONE DE FIESTA CON UN LINE-UP TAN ECLÉCTICO QUE HAY PARA TODOS LOS GUSTOS: DESDE EL UNIVERSO IRREVERENTE DE TYLER THE CREATOR, EL ROCK LEGENDARIO DE GUNS N' ROSES Y THE KILLERS, HASTA LA VIBRANTE MEZCLA DE GRUPO FRONTERA, JUDELINÉ, THE LUMINEERS E INTERPOL. UNA CURADURÍA MUSICAL QUE REFLEJA CÓMO HOY CONVIVIMOS CON GÉNEROS, ÉPOCAS Y ESTILOS DIVERSOS EN UNA MISMA CELEBRACIÓN SONORA. LA ENERGÍA E INTENSIDAD QUE CARACTERIZA AL FESTIVAL NOS HACE QUERER REGRESAR CADA AÑO.



book club

ROGER VIVIER:

HERITAGE AND IMAGINATION

Recorre el legado visionario del legendario diseñador francés, revelando cómo redefinió para siempre el lenguaje del calzado.

\$1,636.65 AMAZON.COM



concierto

MARINA

DÓNDE: Pepsi Center, CDMX

CUÁNDO: 12 de marzo

#FESTIVALEANDO

1. EARFQUAKE TYLER, THE CREATOR
2. EVIL INTERPOL
3. HUMAN THE KILLERS
4. SWEET CHILD O' MINE GUNS N' ROSES
5. NADA ZOÉ
6. MANGATA JUDELINÉ
7. COQUETA GRUPO FRONTERA

MEXBEST

EXPLORA CON NOSOTROS
LOS MEJORES LUGARES Y
ADÉNTRATE EN NUEVOS SABORES

¡YA ESTAMOS AQUÍ!

EL SECRETO MEJOR GUARDADO DE ESTADOS UNIDOS

por TAMARA SANTILLAN



NUEVA INGLATERRA

QUIERO EMPEZAR CON UNA ADVERTENCIA: NI LAS FOTOS NI LO QUE ESCRIBA SOBRE LA COSTA DE NUEVA INGLATERRA LE HACEN JUSTICIA A SU ENCANTO. SU MAGIA ESTÁ EN TODAS PARTES: EN LAS CASAS BLANCAS CUBIERTAS DE HORTENSIAS, EN SUS PUEBLOS, EN LOS MUELLES LLENOS DE BOTES, EN LAS CAFETERÍAS Y TIENDAS LOCALES, EN LAS MANSIONES DE LA ERA DORADA, EN SUS PLAYAS Y FAROS... Y, SOBRE TODO, EN SU GENTE ORGULLOSA DE LLAMAR A ESTE LUGAR SU HOGAR. ¿LA MEJOR MANERA DE CONOCER ESTE DESTINO? UN ROAD TRIP VERANIEGO CON BOSTON COMO PUNTO DE PARTIDA Y CON PARADAS EN MASSACHUSETTS, RHODE ISLAND Y CONNECTICUT. CRÉEME: TIENES QUE PASAR AQUÍ EL VERANO.

01.MASSACHUSETTS

AQUÍ COMIENZA TODO



BOSTON

La aventura inicia con un vuelo directo de Ciudad de México a Boston a través de Aeroméxico. Aprovecha que esta ciudad es tu punto de partida para visitarla. Gracias a sus grandes escuelas, Harvard, MIT y Boston University, su vibra es juvenil y muy cosmopolita. Para conocerla como buen turista, usa el Duck Tour, un recorrido de los puntos más emblemáticos en un vehículo anfíbio. No olvides caminar por Bacon Hill y tomarte una foto en Acorn Street, una de las calles más fotografiadas de EEUU. Pasea por el Jardín Público, ve por un café a Tatte Bakery y date una vuelta por la librería pública, es digna de una escena de Harry Potter.

CAPE COD

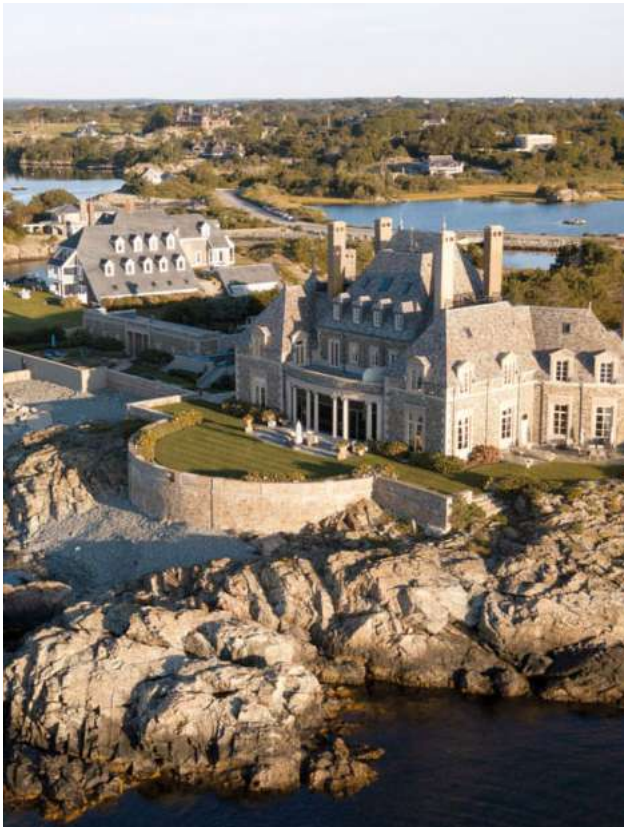
De Boston toma la carretera hasta Cape Cod, llegar te tomará máximo dos horas. Este destino se popularizó gracias a *Jaws*, aquí filmaron algunas escenas de la película. Playas vírgenes, atardeceres inolvidables y mariscos frescos son solo algunas de las cosas que este lugar tiene para ofrecer. Aprovecha esta parada para realizar actividades al aire libre, como senderismo, avistar aves, recorrer en bicicleta caminos pavimentados y bosques. Como recompensa a tu día de aventura, organiza un picnic al más puro estilo de los locales.

MARTHA'S VINEYARD

¿Cómo llegas aquí? En Cape Cod toma el ferry Steamship Authority y te tomará 45 minutos llegar. De toda esta ruta por la costa de Nueva Inglaterra, te advierto que Martha's Vineyard es el destino más pintoresco. Para que te des una idea: si alguna vez viste *Gilmore Girls*, seguramente recuerdas Stars Hollow, el pueblo ficticio donde sucede la serie. Martha's Vineyard tiene esa misma vibra: restaurantes, casas y tiendas coloridas, una comunidad unida en la que todos se conocen y apoyan, y la grata sensación de saber que no hay ningún McDonald's, Starbucks o Walmart cerca.

UN ESTADO MODERNO CON DESTINOS PINTOESCOS





02. RHODE ISLAND

EL QUIET LUXURY SE CONVIERTE EN UN DESTINO

RHODE ISLAND

Este pueblito costero es el destino de verano por excelencia de la alta sociedad de Nueva Inglaterra. Se encuentra al mismo nivel que otros lugares icónicos de Estados Unidos y del mundo, como Palm Beach, St. Barts, Seychelles o Malibú. Para que te des una idea, aquí tuvieron mansiones familias como los Kennedy y los Vanderbilt, y hoy la realeza de Hollywood también tiene casas de verano en la zona, comenzando por Taylor Swift, quien incluso ha compuesto canciones inspiradas en Rhode Island.

Todo aquí parece perfecto: en cada esquina encontrarás encanto, pero tu primera parada debe ser la visita a sus antiguas mansiones, hoy convertidas en museos. The Breakers, donde se han filmado escenas de *The Gilded Age*, es imprescindible, al igual que The Elms, Marble House y Rosecliff. Cada rincón de estos lugares te transporta a una época en la que el lujo definía la vida entre 1870 y 1900.

Dedica tiempo a caminar por sus playas y acantilados, recorrer sus clubes privados y comienza tu propia cata de *clam chowder* y *lobster rolls*. Weekapaug Inn, 22 Bowen's y Castle Hill son excelentes opciones gastronómicas que, además, ofrecen vistas espectaculares. Si buscas un momento digno de una celebridad, visita el spa de Ocean House, el único hotel en Estados Unidos con la distinción AAA Five Diamond.

Si eres runner, este destino te inspirará a romper tu récord personal mientras corres entre casas de verano de ensueño.

Para cerrar con broche de oro, si el clima lo permite y te atrae la adrenalina, animate a hacer un paseo en helicóptero: sobrevolarás paisajes espectaculares que quedarán grabados en tu memoria para siempre.



03. CONNECTICUT

LEGADO ACADÉMICO Y ESPÍRITU MARINO



MYSTIC

Es momento de tomar otra vez carretera. El trayecto de Rhode Island a Mystic, Connecticut, es de poco más de una hora. Este destino es tan pintoresco como los anteriores pero su vibra es mucho más relajada, familiar y menos turística y ostentosa. Según los locales, su magia radica en que sigue siendo un pueblo marítimo de verdad, aquí los barcos entran y salen a través de un puente levadizo que se abre varias veces al día. La distracción favorita de quienes viven aquí es tan simple como sentarse en el muelle y ver a los barcos navegar.

Un dato curioso de este lugar es que aquí se filmó la película *Mystic Pizza* (1988) que lanzó a la fama a Julia Roberts y que gran parte de su trama tiene lugar en Mystic Pizza, un restaurante que hasta la fecha sigue abierto y es uno de los más visitados del pueblo. Si, este es tu llamado para ir a comer ahí. Para viajar al pasado, visita Mystic Seaport, un museo que revive el espíritu marítimo de este destino a través de embarcaciones históricas y calles que recrean el pueblo en 1830. Aprovecha la tranquilidad del río para tomar un paseo en bote y contemplar el paisaje.

S&P Oyster y The Shipwright's Daughter son excelentes opciones gastronómicas. El primero es famoso por sus ostras y por el *chicken yucatán*, un platillo inspirado en la gastronomía del sureste de México, y el segundo, fue nombrado por *The New York Times* como uno de los mejores restaurantes en América en 2024.

NEW HEAVEN

Finalmente, el último destino: New Heaven. Todo aquí gira alrededor de Yale, lo que lo convierte en un destino intelectual, cultural y a la vez, muy cool. Date una vuelta por la reconocida universidad, y aunque te parezca increíble, cuando estés ahí te volverán a dar ganas de estudiar. Recorre sus calles, que están repletas de galerías, cafeterías y bares. Prueba sus *apizzas*, (sí, así se pronuncia), este destino es famoso por tener algunas de las mejores pizzas de Estados Unidos.

PODCAST >



**RESUMEN DIARIO DE LAS
MEJORES NOTICIAS**

LUNES A VIERNES 6 AM

DISPONIBLE EN



Apple Podcasts



Google Podcasts

amazon music



Spotify



PODCAST ➤

**RESUMEN DIARIO DE LAS
MEJORES NOTICIAS**

LUNES A VIERNES 6 AM

DISPONIBLE EN



Apple Podcasts



Google Podcasts

amazon music



Spotify

THE UPPER MARK SIDE

por CLAUDIA CÁNDANO

EL UPPER EAST SIDE EN NUEVA YORK ES FAMOSO POR SER UNA DE LAS ZONAS MÁS EXCLUSIVAS DE MANHATTAN PORQUE ES DONDE VIVE LA ÉLITE NEOYORKINA, EN DONDE ESTÁN EL MET, EL GUGGENHEIM Y EL FRICK, DONDE GRABARON GOSSIP GIRL Y EN DONDE ESTÁ EL HOTEL THE MARK. SEGURO YA HAS ESCUCHADO SOBRE ESTE LUGAR, PORQUE MUCHAS CELEBRIDADES SE HOSPEDAN Y SE ARREGLAN AQUÍ ANTES DE SALIR A LA ALFOMBRA DE LA MET GALA. ESTE AÑO, ASSOULINE PUBLICÓ UN COFFEE TABLE BOOK DEL HOTEL Y LA GUÍA DE VIAJES, TATLER, LO RECONOCIO COMO EL MEJOR HOTEL DE CIUDAD DEL MUNDO.





El lobby diseñado por Jacques Grange, se ha convertido en un landmark de lujo.



Una de las cosas que más me gusta de The Mark es que es 100% pet friendly, al grado que le ponen su camita a tu mascota para que disfrute igual que tú.



Hospedarse aquí es una gran experiencia desde la llegada. Cuando se abren las puertas que conectan la 77th Street al lobby del hotel, te recibe una decoración muy característica de The Mark, un piso de mármol de rayas bicolor en blanco y negro, con una mesa central en estos mismos tonos y material. Antes de llegar al *front desk*, de tu lado izquierdo encontrarás el famoso The Mark Bar y del derecho una pequeña librería Assouline con una selección impecable de *coffee table books* de moda, arte, viajes y arquitectura que no puedes dejar de visitar. La decoración del hotel estuvo a cargo del diseñador de interiores Jacques Grange, quien puso al frente los colores naranja, negro, blanco, hueso y azul marino que se han vuelto representativos del *merch* que puedes comprar en Le Shop, donde también encontrarás colaboraciones que han hecho con diferentes diseñadores, como la fragancia especial para mascotas que crearon con Dolce&Gabbana o el *lipbalm* con Augustinus Bader.

Llegar después de pasar un día en una de las ciudades más agitadas del mundo a un lugar como The Mark, es paz inmediata. Las camas son una nube esponjosa donde pasas la mejor noche, el piso del baño calentito para los fríos extremos de Manhattan se agradece. En la mañana no te puedes perder desayunar en The Mark Restaurant; los pancakes son un *must* (te lo digo yo, que me considero una catadora profesional de pancakes: estos valen toda la pena). Y para cenar, no olvides reservar en Caviar Kaspia, un clásico francés, creadores de la mejor papa al horno con caviar que he probado. Los hot-dogs que se ponen en la entrada durante el día también son imperdibles. ¡Disfruta tu estancia!



DOS ESPACIOS

una visión

SER RESPONSABLE DE UNO DE LOS LUGARES MÁS HOT DE LA CIUDAD DE MÉXICO YA ES UN LOGRO, PERO SER LA MENTE MAESTRA DE DOS DE ELLOS, ES TODO UN HITO, Y LA CHEF FABIOLA ESCOBOSA LO HA CONSEGUIDO CON CANA Y GIA, DOS LUGARES QUE, DESDE SU CONCEPTUALIZACIÓN, COMPARTEN LOS MISMOS VALORES: COMIDA RICA, GRAN SERVICIO, AMOR POR LO QUE SE HACE, RESPETO A LA TIERRA Y TRABAJO CON PROVEEDORES RESPETUOSOS. EL AMOR DE FABIOLA POR LA COCINA COMENZÓ EN CASA, CON SU MAMÁ. EN SU TRAYECTO, TRANSITÓ POR NUEVA YORK Y BARCELONA PARA FINALMENTE VOLVER A MÉXICO A CONSOLIDAR SU PROPIO PROYECTO.

por JORDI LINARES RIVAS



Bistró contemporáneo

CANA

Para Fabiola, Cana nació con la intención de ser tan acogedor que la ocasión para visitarlo pueda ser desde ir a leer a la barra acompañado por un *drink* y una hamburguesa, hasta el lugar donde puedes celebrar tu aniversario. La iluminación, la música y el diseño son clave para crear la atmósfera sofisticada y cosmopolita. Entre los imperdibles están su pan de yuca, ensalada César y *steak and frites*.

DÓNDE: Liverpool 9, Juárez, Cuauhtémoc, CDMX.

Fabiola Escobosa

CHEF

"LAS MUJERES HAN LIDERADO LAS COCINAS DESDE SIEMPRE. NUESTRAS MAMÁS, ABUELAS Y TÍAS HAN COMPARTIDO DESDE LA COCINA LIDERAZGO Y CUIDADO. COCINAR PARA MÍ ES UN ACTO DE AMOR Y UNA MANERA DE EXPRESARSE", DICE FABIOLA, Y DESDE SU PERSPECTIVA, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS ESTE TRABAJO SE HA LLEVADO A PROYECTOS PROFESIONALES SÓLIDOS QUE HAN PUESTO A LAS CHEFS MUJERES EN UNA POSICIÓN DE LIDERAZGO EN LA EFERVESCENTE INDUSTRIA GASTRONÓMICA NACIONAL Y ESTÁ CONVENCIDA DE QUE SE VIVE UN MOMENTO EN EL QUE SE REPLANTEA EL QUEHACER EN LA INDUSTRIA CON UNA PERSPECTIVA DE PROGRESO QUE ABRE CAMINO A OTRAS MUJERES.

All Day Italian American

GIA

La inspiración para Gia fue el paso de la chef Escobosa por Nueva York, y las ganas de traer consigo un lugar del día a día que sirviera comida reconfortante, rica y sin pretensiones. Con una cocina italo americana, la oferta va desde ostiones y almejas hasta deliciosas pastas y pizzas. Es un lugar que se siente relajado sin comprometer la alta calidad y la originalidad de sus platillos.

DÓNDE: Aguascalientes 237, Hipódromo, Cuauhtémoc, CDMX.

**RUEDA COMO
MÁS DE**

**152K
PERSONAS.**

MÁS CARDIO, MENOS EXCUSAS.



Patrocinado por



HSBC



ECOBICI



Cartier

Ciudad de México - Guadalajara - Monterrey - Cancún
800 847 02 17