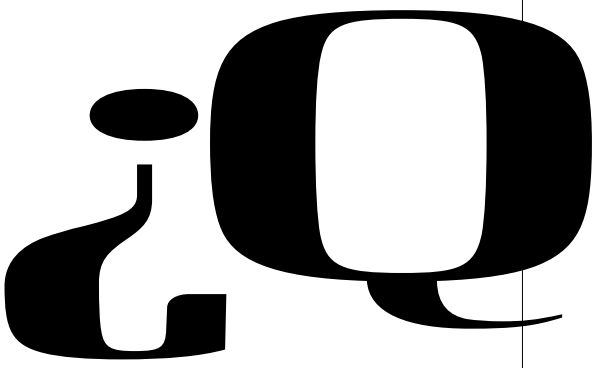
Business People Collection

La *Forma* de la *Belleza* 2025

Suplemento editorial de Business People nº9

I EDICIÓN

La Forma de la *Belleza* 2025



¿Qué es la belleza?

Para inaugurar nuestra primera edición de *La forma de la belleza*, parecía imprescindible plantear esta pregunta esencial. La belleza es un concepto tan elusivo como eterno, y su relevancia sigue siendo indiscutible. Responder a esta cuestión de manera universal y atemporal resulta complicado, especialmente porque a partir de esta interrogante surgen otras que exigen respuestas urgentes. ¿Existe una belleza absoluta o es siempre relativa? ¿Es la belleza inseparable del placer? ¿Podemos cuantificar su valor? ¿Qué estamos dispuestos a sacrificar en nombre de la belleza? Estas preguntas podrían extenderse indefinidamente... En un esfuerzo por ilustrar el concepto de belleza en la producción artesanal e industrial de alta gama contemporánea, hemos seleccionado cuidadosamente 20 productos que encarnan la estética moderna en diseño, gusto y calidad. Para profundizar aún más en esta exploración, nos hemos adentrado en el mundo de los museos, espacios donde cada pieza se transforma en símbolo de esa belleza. Conoceremos de cerca este concepto a través de entrevistas con importantes representantes de tres prestigiosos museos españoles.

Vito Sinopoli

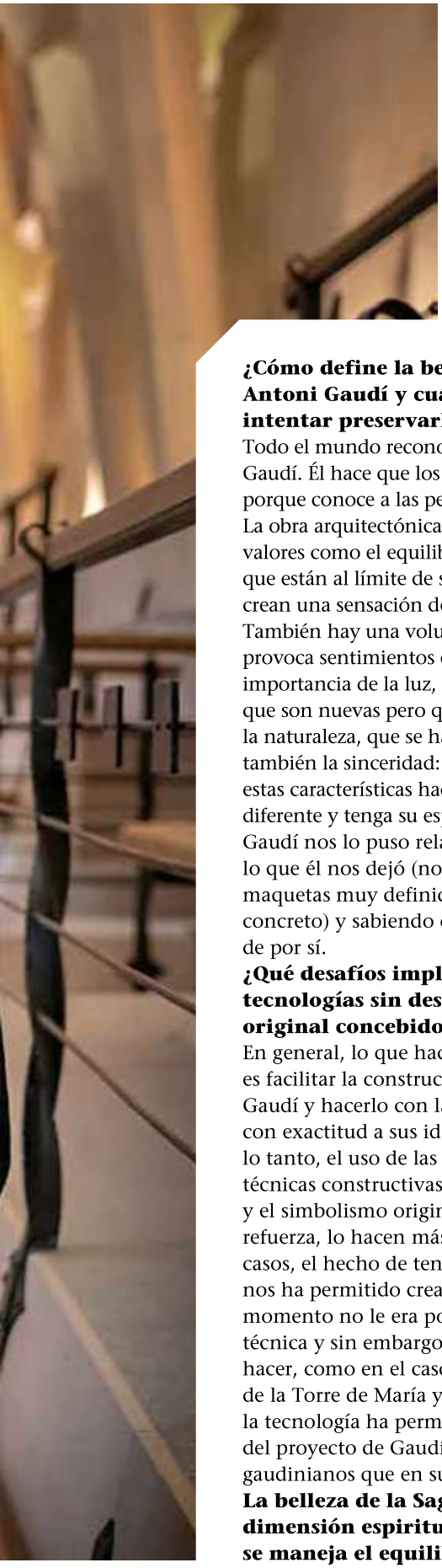
Jordi Faulí

Preservar el legado de Gaudí

El inmortal arquitecto español, que se convirtió en el máximo representante del modernismo catalán, logró exponer la belleza a su máximo nivel y materializarla en una de las obras más visitadas del mundo: La Sagrada Familia

de José A. Puglisi

Jordi Faulí, arquitecto director de la Sagrada Familia, considera que su labor es relativamente fácil. ¿El motivo?: "Todo lo que nos dejó Gaudí es bello de por sí". La labor de preservación y culminación de la obra maestra del arquitecto catalán, profundamente arraigada en la naturaleza y simbolismo, se mantiene vigente mediante el uso de las nuevas tecnologías y métodos constructivos innovadores, sin sacrificar su esencia original.



¿Cómo define la belleza en la obra de Antoni Gaudí y cuál es el mayor reto al intentar preservarla a diario?
Todo el mundo reconoce la belleza de la obra de Gaudí. Él hace que los ambientes sean acogedores, porque conoce a las personas y llega a su corazón. La obra arquitectónica de Gaudí es una obra con valores como el equilibrio estructural, hay elementos que están al límite de su función estructural que crean una sensación de ligereza al conjunto. También hay una voluntad de verticalidad que provoca sentimientos de elevación. Los colores y la importancia de la luz, las formas naturalistas, formas que son nuevas pero que las personas reconocen en la naturaleza, que se hacen cercanas. Es relevante también la sinceridad: lo que ves es lo que es. Todas estas características hacen que cada edificio sea diferente y tenga su especificidad.
Gaudí nos lo puso relativamente fácil: construimos lo que él nos dejó (nos deja unos dibujos y unas maquetas muy definidas y un método de trabajo concreto) y sabiendo que lo que él nos deja es bello de por sí.

¿Qué desafíos implica incorporar nuevas tecnologías sin desvirtuar el simbolismo original concebido por Gaudí?
En general, lo que hacen las nuevas tecnologías es facilitar la construcción del proyecto de Gaudí y hacerlo con la mayor precisión posible, con exactitud a sus ideas y con rapidez. Por lo tanto, el uso de las nuevas tecnologías y técnicas constructivas no desvirtúa la belleza y el simbolismo original de Gaudí, sino que la refuerza, lo hacen más construible. En algunos casos, el hecho de tener estas nuevas tecnologías nos ha permitido crear espacios que a Gaudí en su momento no le era posible crear por una cuestión técnica y sin embargo ahora lo hemos podido hacer, como en el caso de los espacios interiores de la Torre de María y de Jesucristo. En definitiva, la tecnología ha permitido hacer posible dentro del proyecto de Gaudí estos espacios claramente gaudinianos que en su tiempo no podía construir.

La belleza de la Sagrada Familia tiene una dimensión espiritual profunda. ¿Cómo se maneja el equilibrio entre la función religiosa y la estética arquitectónica al tomar decisiones clave?
Siempre es necesaria una síntesis entre significado y arquitectura. El significado es siempre el punto de partida y se tiene que convertir en arquitectura, escultura o arte. A veces esto está definido al detalle en las maquetas de Gaudí, pero otras veces tenemos que convertir en arquitectura este significado, siguiendo la arquitectura de Gaudí, siguiendo siempre el simbolismo gaudiniano y el método de diseño que propone.

En un entorno donde la sostenibilidad es cada vez más importante, ¿cómo se enfrenta el reto de mantener la belleza en la arquitectura sin comprometer sus valores ecológicos y sostenibles?
Utilizamos materiales que propuso Gaudí y miramos aprovechar al máximo estos materiales, creando el mínimo de residuos posible. Para ello, las nuevas tecnologías también nos ayudan. Por ejemplo, la tecnología de hoy día nos permite resolver temas de confort climático con unos sistemas de ventilación que estudiamos con programas informáticos.

La percepción de la belleza puede ser subjetiva. ¿Cómo abordan el diálogo entre la conservación y las expectativas cambiantes de la sociedad moderna?
Intentamos ir a lo esencial. Por ejemplo, creemos que siguiendo el proyecto de Gaudí tenemos que evitar todo lo que puede ser superfluo, buscar todo lo que puede ser atemporal y que pueda pasar mejor con el paso de los años.

¿Cómo creen que la globalización y la interconexión cultural afectan la percepción de la belleza?
Probablemente vamos hacia ideales de belleza cada vez más globales. Tenemos modelos de belleza de diferentes partes del mundo. Esto se produce cada vez más porque estamos más interconectados. Podemos apreciar los valores de belleza de diferentes partes del mundo. Además, los criterios de belleza pueden influir en las producciones culturales de una manera positiva, sin perder las raíces y la especificidad cultural de cada lugar, sino haciéndolas más universales.

© Fundació Junta Constructora del Temple Expiatori de la Sagrada Família

Hugo Boss

Una prenda que redefine la elegancia moderna. Este abrigo, confeccionado con el más fino cashmere, ofrece una suavidad y calidez incomparables, convirtiéndolo en una pieza esencial para el guardarropa de cualquier hombre sofisticado. El diseño de la pieza refleja la atención al detalle y el estilo impecable que caracteriza a la colaboración entre BOSS y David Beckham. Su corte clásico y líneas limpias se combinan con detalles contemporáneos, creando una prenda que es tanto atemporal como actual. Los botones de alta calidad y los acabados meticulosos añaden un toque de lujo discreto. El color del abrigo, un tono neutro y versátil, permite combinarlo fácilmente con una variedad de atuendos.

Hugoboss.com

Patek Philippe

Una verdadera joya de la relojería, donde la elegancia y la innovación se encuentran en perfecta armonía. Este reloj, con su distintiva combinación de acero y oro rosa, captura la esencia de la sofisticación moderna. La caja, con su forma cuadrada y ángulos suavemente redondeados, ofrece un perfil delgado y refinado que se adapta cómodamente a la muñeca. La esfera azul sol, adornada con un relieve horizontal acuñado, es un espectáculo visual que cambia sutilmente con la luz. Cuenta con un calibre automático 26-330 S C y un rotor central de oro de 21 quilates y resistencia al agua de 30 metros, que garantiza su durabilidad.

Patek.com

Las Sola

Esta lámpara combina lujo y modernidad. Diseñada para transformar cualquier espacio con su presencia elegante y sofisticada, está fabricada en metal y cerámica. Además, presenta un acabado en oro radiante que añade un toque de opulencia. La estructura está adornada con delicadas flores y hojas blancas, creando una estética botánica que aporta frescura y elegancia. Su forma en U imita las curvas suaves de la naturaleza, ofreciendo una silueta armoniosa y atractiva.

Lassola.es

Hermès

Inspirado en la rica herencia cultural de Samarcanda, este pisapapeles está elaborado con materiales de alta calidad. Cada detalle está meticulosamente trabajado, en madera lacada a mano y base en piel de brida. Tiene un efecto patinado obtenido mediante lijado parcial en varias capas de laca de colores distintos. Este objeto no solo mantiene tus documentos en su lugar, sino que también añade un toque de elegancia y sofisticación a cualquier escritorio. El peso y la textura del pisapapeles transmiten una sensación de solidez y durabilidad, mientras que su acabado pulido le confiere un brillo sutil que capta la luz de manera encantadora.

Hermes.com

Chanel

Bleu es una fragancia diseñada para capturar la esencia de la libertad y la elegancia masculina, utilizando una mezcla de notas cítricas, especiadas y amaderadas. Este perfume se distingue por su carácter atemporal e inesperado, ofreciendo una estela cautivadora que deja una impresión duradera. Su envase, de un azul enigmático, refleja el espíritu inconformista de la fragancia. Más que un perfume, es una declaración de independencia y fuerza, ideal para el hombre que elige su propio camino. La línea Bleu de Chanel incluye una gama completa de productos esenciales para el afeitado y el cuidado del cuerpo, permitiendo que la experiencia de esta fragancia se extienda más allá del simple uso del perfume.

Chanel.com

Apple

El iPhone 16 Pro Max es la cúspide de la innovación y el diseño en el mundo de los smartphones. Con un acabado en titanio de grado 5, este dispositivo no solo es increíblemente resistente, sino también sorprendentemente ligero. Disponible en cuatro tonos espectaculares, incluido el nuevo titanio color desierto. La pantalla Super Retina XDR de 6,9 pulgadas ofrece una experiencia visual inigualable, con bordes más finos que maximizan el área de visualización. Equipado con el potente chip A18 Pro, que garantiza un rendimiento sin precedentes y una eficiencia energética superior.

Apple.com

Kartell

Símbolo icónico del diseño de los años 60 y famoso por ser la única pieza de la firma hecha completamente de madera en su forma original. La versión actual utiliza materiales modernos como el PMMA (polimetilmetacrilato), que permiten mantener la forma curva y la estética original con mayor durabilidad. La silla presenta una estructura curva y sinuosa, que combina elegancia y modernidad. Su diseño atemporal y su construcción innovadora lo convierten en un elemento destacado en cualquier espacio, desde salones modernos hasta oficinas elegantes.

Kartell.com

Mühle

La EDITION Meissen Limited de MÜHLE y MEISSEN es una celebración de la artesanía y la tradición en su máxima expresión. Esta colaboración exclusiva entre dos icónicas manufacturas sajonas ha dado lugar a una serie limitada de herramientas de afeitado que combinan lujo y funcionalidad. Cada pieza de esta edición limitada está meticulosamente elaborada a mano, utilizando la más fina porcelana de Meissen y componentes de titanio pulido. Los mangos, decorados con el motivo del koi en vibrantes tonos de rojo y dorado, parecen cobrar vida sobre el blanco resplandeciente de la porcelana, simbolizando la fuerza, la prosperidad y la longevidad, atributos asociados al koi en la cultura japonesa y china.

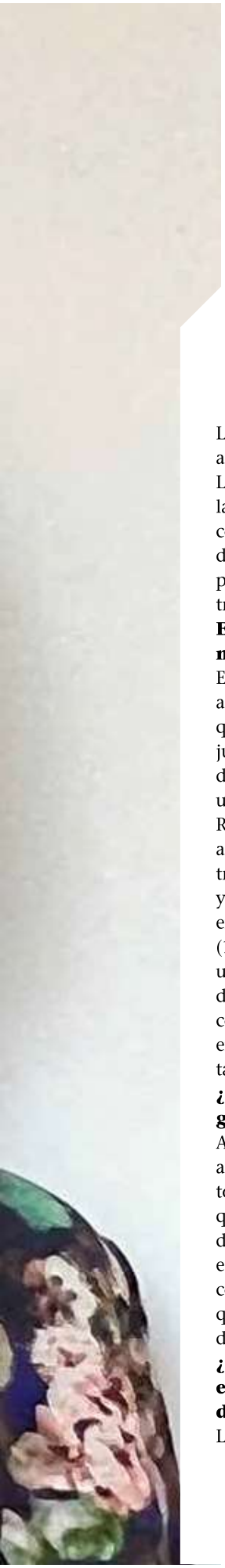
Muehle-shaving.com

Entre efímero y disruptivo

La belleza está en constante evolución y los museos están danzando al ritmo que marcan las nuevas tendencias artísticas. Las nuevas tecnologías no sólo están cambiando las formas de creación y percepción, sino que también están reescribiendo los ‘manuales’ de aquello que se considera “bello”

de José A. Puglisi

Lekha Hileman Waitoller



Los museos están transformándose para dar cobijo a un enfoque más amplio y diverso de la estética. Lekha Hileman Waitoller, curator y responsable de la Colección Propia del Museo Guggenheim Bilbao, confía en que, a pesar de las resistencias, la presencia de la tecnología y del arte digital serán los grandes protagonistas que "cambiarán bastante la forma de trabajar con la belleza".

En base a su experiencia con el arte y los museos, ¿cómo define la belleza?

Es algo que genera una experiencia de placer, admiración o satisfacción de quienes la perciben, pero que, para cada uno, puede ser una cosa distinta. Es justamente esta diversidad lo que hace que el concepto de la belleza sea tan interesante. Me viene a la mente una pintura de nuestra colección del artista Mark Rothko, llamada *Sin Título* (1952-53), que permite al espectador tener una experiencia casi inmersiva a través del color. Sin embargo, la belleza es subjetiva y puede tener una cualidad efímera, como se observa en la obra titulada *Escultura de niebla nº 08025 (F.O.G.)* (1998), de la artista japonesa Fujiko Nakaya. Su obra, ubicada detrás del Museo, crea impresionantes plumas de nubes cada media hora, que varían según factores como el viento. La experiencia de ver o estar envuelto en su niebla me recuerda que la belleza puede ser algo tan fugaz como la propia niebla.

¿Cuáles son las obras que, por bellas, le gustaría que estuvieran en el Guggenheim?

Antes de estar en el Guggenheim, trabajé durante ocho años en The Art Institute of Chicago (EE.UU.) y, de todo lo que vi durante esta etapa, hubo una pintura que me impactó especialmente: *City Landscape* (1955) de Joan Mitchell. Creo que lo que me gustó tanto de esta pintura es cómo la artista ha trabajado con los colores y el juego de la perspectiva para comprender que se trata de un paisaje de la ciudad desde la distancia.

¿Qué papel juega la educación artística en enseñar al público sobre las distintas formas de belleza?

La educación artística ayuda a que las personas puedan aprender a observar con mayor sensibilidad y a entender las distintas formas de belleza más allá de los estándares convencionales, como puede ser el arte clásico. En este sentido, les dota de una mirada más crítica y abierta que les permite reconocer la belleza en la diversidad de expresiones artísticas y culturales. Además, invita a explorar las distintas épocas, culturas y movimientos artísticos que han interpretado y redefinido la belleza. Es, sin duda, un proceso fundamental y los museos públicos deben desempeñar un papel educativo para el público en este sentido.

¿La belleza está relacionada con el éxito?

No creo que el éxito dependa de la belleza, aunque sí existe una relación entre ambas. Si bien la belleza es muy subjetiva y dependerá de cada persona, también es cierto que dentro de una misma cultura la belleza juega un papel importante y ayuda a dar mayor visibilidad al éxito. ¡Cuántas cosas han sido exitosas, pero no han logrado tener un reconocimiento mayor por el solo hecho de no ser estéticas! La belleza es un valor añadido al éxito.

En un mundo donde las estéticas están cada vez más influenciadas por la tecnología y las nuevas formas de comunicación, ¿cómo ve el futuro de la belleza en la sociedad?

Los museos son espacios diseñados para posibilidades amplias y cambios constantes. Las nuevas tecnologías no sólo están cambiando las formas de creación y percepción, sino también están expandiendo los límites que tradicionalmente se considera 'bello'. Por ejemplo, hemos visto cómo han cambiado las experiencias en el mundo del arte a través de la realidad virtual y realidad aumentada, donde cada vez las obras de arte son más inmersivas y los espectadores participan directamente en ese contacto con la belleza.

¿Qué cambios cree que podrían surgir en la manera en que el museo aborda la belleza en las próximas décadas?

En la próxima década es posible que los museos adopten un enfoque más amplio y diverso hacia la belleza, redefiniendo su papel para reflejar los cambios sociales y tecnológicos. Esto es algo que ya estamos viendo dentro de las instituciones culturales. Por otro lado, también se incrementará la presencia de la tecnología y del arte digital. Por ahora hay resistencias y dudas al respecto, pero vemos que cada vez más son modelos que se están integrando en las instituciones y espacios artísticos. Una tendencia que cambiará bastante la forma de trabajar con la belleza.

Lexus

Este vehículo combina la elegancia y el lujo con una experiencia de conducción emocionante. Su motor V8 de 5.0 litros, que genera 477 CV, ofrece una potencia impresionante y una aceleración suave. El exterior del LC Cabrio mantiene la silueta galardonada del coupé, con un techo retráctil que se pliega perfectamente bajo una cubierta moldeada, creando una línea fluida y aerodinámica. La capota de lona de cuatro capas no solo asegura un aislamiento acústico óptimo, sino que también puede abrirse o cerrarse en solo 15 segundos, incluso en movimiento a velocidades de hasta 50 km/h. Los asientos a medida, el tacto de cada botón y la calidad de los materiales utilizados crean un ambiente que hace que cada viaje sea una ocasión especial.

Lexusauto.es

Dolce&Gabbana

Una obra de arte que combina la tradición milenaria del vidrio soplado con un diseño elegante y sofisticado. Cada copa es meticulosamente hecha a mano por artesanos en Murano (Italia), siguiendo técnicas ancestrales que garantizan su autenticidad y calidad. Presenta una forma esbelta y estilizada, con un cáliz amplio que permite una óptima oxigenación del vino, realzando sus aromas y sabores. El vidrio color rojo añade un toque de lujo y sofisticación, haciendo de cada copa una pieza única y llamativa.

Dolcegabbana.com

Bvlgari

La verdadera celebración de la elegancia y la feminidad, inspirados en la belleza atemporal de las divas romanas. Presentan el icónico en forma de abanico, que simboliza la gracia y la sofisticación. Cada pendiente está meticulosamente elaborado, con detalles intrincados que reflejan la maestría artesanal de la firma. La combinación de metales preciosos y gemas crea un efecto visual impresionante. El diseño elegante y sofisticado los convierte en una pieza versátil, perfecta para cualquier ocasión.

Bulgari.com

Fas Pendezza

El Cíclope Capri es una edición especial de la mesa de futbolín Ciclope, inspirada en los icónicos coches *Spiaggina* de los años 50. Este diseño rinde homenaje a la ciudad de Nápoles y su amor por el futbolín y el mar. La estructura de la mesa está pintada en un azul claro que evoca las aguas cristalinas del Mediterráneo, aportando una sensación de frescura y serenidad. Los detalles en madera clara añaden un toque de calidez y naturalidad, creando un contraste armonioso con el color azul de la estructura.

Faspendezza.it

Vanmoof

Una obra maestra de diseño minimalista y funcionalidad urbana. Su estructura elegante y aerodinámica está construida con un marco de aluminio robusto, pintado en un sofisticado color negro mate que exuda modernidad y estilo. Las líneas limpias y el acabado impecable se complementan con detalles sutiles pero impactantes. Las ruedas de 27.5 pulgadas, con llantas negras y neumáticos anchos, no solo añaden un toque de robustez, sino que también aseguran una conducción suave y estable.

Vanmoof.com

Jimmy Choo

El Foxley Oxford Shoe es la encarnación de la elegancia y el estilo clásico. Estos zapatos, confeccionados en piel de ternero de alta calidad, destacan por su diseño atemporal y sofisticado. Cada par de zapatos está meticulosamente elaborado para ofrecer una combinación perfecta de comodidad y distinción. La piel de ternero suave y pulida proporciona un acabado lujoso, mientras que los detalles como el tacón bajo apilado y los cordones de algodón añaden un toque de refinamiento. El diseño de estos zapatos se mantiene fiel a la clásica silueta Oxford, lo que los convierte en una opción versátil para cualquier ocasión formal.

Row.Jimmychoo.com

La directora del Museo Nacional del Romanticismo, Carolina Miguel Arroyo, recuerda que la sociedad decimonónica daba mucha importancia a la belleza y la estética, siendo una pasión que afectaba a todas las esferas de la vida. Una característica de esa época que, a su entender, es capaz de romper las barreras del tiempo para "seguir siendo una importante fuente de inspiración" para los artistas modernos.

Carolina Miguel Arroyo

Poder transformador

La belleza tiene la capacidad de emocionar e inspirar a quienes lo contemplan. El arte es uno de los muchos puentes que le permite conectar el mundo interior de los artistas con el de los visitantes, ofreciendo una experiencia que trasciende el tiempo y el espacio

de José A. Puglisi

¿Qué significa para usted "trabajar con la belleza"?
Me siento una privilegiada, no sólo por poder vivirla a diario en el museo y que sea la base de mi trabajo —ya que afecta a las colecciones, al edificio y, a partir de ahí, a todas las actividades públicas que programamos—, sino porque también me brinda la oportunidad de compartir esa experiencia y hacer partícipes de esa belleza a quienes nos visitan.

¿Cómo cambia la percepción de la belleza cuando se trabaja con ella todos los días?
El mayor peligro al que nos podemos enfrentar quienes trabajamos en los museos es el de acostumbrarnos, darla por hecho, y no fijarnos o reparar en que sigue ahí. Pero más allá de eso, y a nivel personal, me he percatado de que desde hace un tiempo busco de una forma casi instintiva los cánones de belleza del siglo XIX en el resto del arte, y me sorprende cuando, lógicamente, las obras de otra época no responden a esa concepción estética. En ese sentido, ahora veo el arte de otros periodos desde una óptica diferente.

¿Cree que la belleza tiene una función terapéutica o transformadora para los visitantes del museo?
Creo firmemente en el poder transformador del arte. Es precisamente la capacidad que tiene de interpelarnos la que provoca que el arte nos emocione. Los artistas traducen sentimientos en los diferentes lenguajes artísticos, actúan como mediadores entre el mundo subjetivo y su obra. Cuando visitamos un museo, todas esas emociones están ahí, nos están esperando para que las hagamos nuestras, las reinterpretemos. En el caso del Museo del Romanticismo, todos los objetos, e incluso los sonidos (como el tic tac de los relojes), envuelven la visita, que de alguna manera se convierte en un pequeño viaje a un momento suspendido en el tiempo.

¿Qué lecciones puede enseñarnos el Romanticismo sobre la importancia de la belleza en la vida moderna?
La sociedad decimonónica daba mucha importancia a la belleza y la estética, y estas se imbricaban con todas las esferas de la vida, no sólo en lo relativo al arte, sino en las cuestiones más cotidianas como la forma de vestirse o de peinarse. Prueba de ello es la rapidísima evolución de la moda en este siglo, que comienza con el estilo imperio y, apenas cuarenta años después, destaca por el uso de corsés y crinolinas. Y por supuesto, la belleza estaba presente en la casa, que era un reflejo de ese gusto, especialmente la zona más pública o de representación, corazón social de la vivienda, como puede apreciarse en el *Salón de Baile* y los antesalones del Museo del Romanticismo.

¿Considera que los conceptos de belleza del Romanticismo pueden influir en el arte contemporáneo y el futuro del arte?
La visión decimonónica de lo bello era muy amplia y albergaba sensibilidades muy distintas, desde la concepción de lo sublime y lo elevado que apreciamos en algunos paisajes de las salas del museo, hasta lo realista, lo más tangible y, en ocasiones, hasta grotesco. En ese sentido, es posible rastrear muchas obras que se han imbuido de la estética de la época. También hay artistas que han tomado el testigo de esa conceptualización intelectual de la belleza romántica. No me cabe duda de que en el futuro seguirá siendo una importante fuente de inspiración.

Tras cumplir 100 años, ¿cómo imagina el museo en el futuro?
Desde 1924, año en que abrió sus puertas el entonces Museo Romántico, la institución ha crecido y evolucionado, pasando de 12 salas visitables a las 26 actuales, o de los 86 cuadros fundacionales hasta los más de 18.000 fondos que el museo conserva en la actualidad. En estos 100 años, gracias a la investigación, se ha podido enriquecer también la visión del arte de la época. Afortunadamente para las personas apasionadas del Romanticismo como yo, aún quedan muchos estudios por acometer y artistas a quienes recuperar, por lo que el museo seguirá, sin ninguna duda, creciendo y contribuyendo a conservar la belleza de esa época.

Agusta MV

La MV Agusta Superveloce 1000 Serie Oro es una obra maestra de la ingeniería y el diseño italiano, limitada a solo 500 unidades numeradas. Esta motocicleta combina una estética deslumbrante con innovaciones tecnológicas de vanguardia. Cada detalle ha sido meticulosamente diseñado y fabricado a mano en el Centro Stile MV Agusta en Varese. Su motor de cuatro cilindros en línea de 998 cc proporciona una potencia impresionante de 208 CV a 13,000 RPM, asegurando un rendimiento excepcional. El diseño rinde homenaje a la legendaria MV Agusta F4 750 Serie Oro, con elementos distintivos como los faros redondos, las llantas en forma de estrella y los tubos de escape de titanio con cuatro salidas.

Mvagusta.com

Oluce

Una verdadera joya del diseño contemporáneo, creada por el renombrado diseñador Vico Magistretti. Su forma geométrica distintiva, compuesta por un cilindro, un cono y una semiesfera, se combina para crear una silueta armoniosa y equilibrada que es a la vez moderna y atemporal. El acabado en oro satinado le confiere un brillo suave y elegante, que añade un toque de lujo y sofisticación a cualquier espacio. Este acabado no solo resalta su diseño icónico, sino que también refleja la luz de manera cálida y acogedora.

Oluce.com

Philipp Plein

Estas gafas de sol combinan la estética distintiva de la firma con una funcionalidad excepcional. La montura de acetato negro brillante presenta una forma hexagonal, que no solo es moderna y vanguardista, sino que también rinde homenaje al diseño característico de la marca. Las patillas de acetato están adornadas con el logotipo metálico de la marca, añadiendo un toque de lujo y reconocimiento. Además, las puntas de las patillas también presentan detalles metálicos en forma de hexágono.

Plein.com

Nohrd

Una cinta de correr que combina el diseño elegante y funcionalidad avanzada. La estructura curva de la cinta no solo mejora la ergonomía y la eficiencia del entrenamiento, sino que también añade un toque moderno y sofisticado. Fabricada con listones de madera flexible y un marco de madera de alta calidad, la superficie de carrera está compuesta por listones de con revestimiento de linóleo, proporcionando un agarre óptimo y una carrera silenciosa. Su elegante manillar incluye una pantalla para el seguimiento de datos de rendimiento, combinando tecnología y diseño minimalista.

Nohrd.com

Dior

Este bolso confeccionado en piel es una pieza que combina lujo y funcionalidad con un diseño atemporal. Esta pieza, con el icónico motivo Dior Oblique delicadamente repujado, aporta un toque de sofisticación y exclusividad, reflejando el virtuosismo de los ateliers de la firma. La textura granulada de la piel de becerro añade durabilidad y un aspecto elegante, creando un contraste armonioso con la piel Dior Gravity. El amplio compartimento principal con cremallera es ideal para guardar todos los esenciales, con sus asas superiores de piel y una bandolera ajustable y extraíble, este bolso ofrece versatilidad en su uso, permitiendo llevarlo en la mano o al hombro.

Dior.com

Cartier

El alfiler de corbata Juste un Clou es una pieza que redefine la elegancia y la sofisticación. Inspirado en el diseño icónico de un clavo, este accesorio transforma un objeto cotidiano en una joya de lujo. Fabricado en oro amarillo de 18 quilates, destaca por su simplicidad y su audaz diseño. Las dimensiones de 58,3 mm x 8,3 mm le confieren una presencia notable sin ser ostentoso. Además, está disponible en versiones de oro rosa y oro blanco, algunas de las cuales están engastadas con diamantes talla brillante, añadiendo un toque de luz y exclusividad.

Cartier.com

Business People Collection

I.R. DE BUSINESS PEOPLE N.9 – DICIEMBRE 2024

Director responsable
Vito Sinopoli

Consultor editorial
Linda Parrinello

Redactor jefe y coordinación editorial
José Antonio Puglisi

Redacción
Mª Gabriela Sivira

Coordinación gráfica
Alda Pedrazzini

Maquetación
Jangala Media

Coordinación técnica
Paola Lorusso

Publicidad
Elisabetta Pifferi - elisabetta.pifferi@e-duesse.es

Publicación mensual - 10 números al año
Precio de la copia 3,90 euros

Preimpresión: Target Color srl, Milano
Impresión: Rotocobrhi/Walstead
Ronda de Valdecarrizo, 13
28760 Tres Cantos
Madrid
Distribución: SGEL
Avenida de Suiza, 18 – Planta Baja.
28821 Coslada (Madrid)
Depósito Legal: M-30765-2023
ISSN 3020-6618

Todos los derechos reservados.
Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL
C/ Fernando el Católico, 17
28015 Madrid
www.e-duesse.es

Las Sola
Lassola.es

Hugo Boss
boss.com

Dolce&Gabbana
Dolcegabbana.com

Bvlgari
Bulgari.com

Dior
Dior.com

Nohrd
Nohrd.com

Philipp Plein
Plein.com

Fas Pendezza
Faspendezza.it

Oluce
Oluce.com

Vanmoof
Vanmoof.com

Kartell
Kartell.com

Patek
Patek.com

Agusta MV
mvagusta.com

Jimmy Choo
row.jimmychoo.com

Cartier
cartier.com

Apple
apple.com

Mühle
muehle-shaving.com

Lexus
lexusauto.es

Chanel
Chanel.com

Hermès
Hermes.com

Business
People
Collection