

# interLOOK

la visión de la innovación



**Informe: Colores y cuidados para tus uñas**  
**Evento: Nueva edición de Artelleza en la ciudad de Córdoba**



PASIÓN POR LA BELLEZA, AMOR POR LOS RESULTADOS.

# TU PELO SIEMPRE AL NATURAL

Protector  
Térmico  
2 en 1.  
Óleos Vitales



Aceite para  
el cabello  
Jjoba y Argán



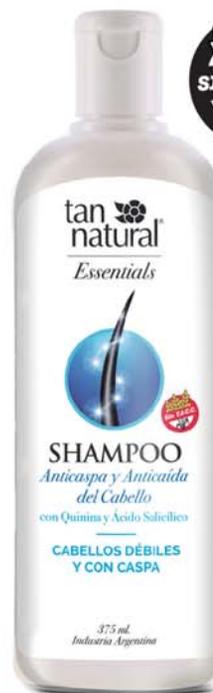
Aceite para  
el cabello y la piel  
Coco & Almendras



Tratamiento  
Acondicionador  
Intensivo  
1 Minuto



Shampoo  
Anticaspa y Anticaída



DESDE 1991

HECHO CON AMOR

[www.hannahcollins.com.ar](http://www.hannahcollins.com.ar)

[f /System3](https://www.facebook.com/System3) y [Tan Natural](https://www.facebook.com/TanNatural)

[@system3argentina](https://www.instagram.com/system3argentina) / [@tannaturalargentina](https://www.instagram.com/tannaturalargentina)

Atención al consumidor: 54 9 116 570 2310

 HANNAH COLLINS®  
LABORATORIO

MAS DE 30 AÑOS  
AL SERVICIO DE LA BELLEZA

 TAN NATURAL®  
System 3®

# BOMPASSY SMART GEL

NUEVA LINEA - NUEVA IMAGEN



Lográ unas uñas perfectas en minutos con nuestra fórmula revolucionaria.  
Fácil de aplicar, de larga duración y con un acabado impecable.

***¡Llevá tu manicura al siguiente nivel con Smart Gel!***



Accesorios  
de Peluquería y Perfumería

Distribución exclusiva C&T S.A.  
mail: [atencionalcliente@cytnet.com.ar](mailto:atencionalcliente@cytnet.com.ar)  
[www.cytnet.com.ar](http://www.cytnet.com.ar)

f @ bompassyarg





# Bellissima

COSMÉTICA CAPILAR

## ARGÁN Y MACADAMIA

COMBINA LOS ACEITES DE  
**ARGÁN Y MACADAMIA**  
PARA BRINDARLE AL CABELLO  
**HIDRATACIÓN  
Y RESTAURACIÓN.**

PARA CABELLOS  
**DAÑADOS Y SECOS.**  
OTORGA DOCILIDAD Y UN  
**BRILLO FABULOSO.**



  [Bellissima.Profesional](https://www.instagram.com/Bellissima.Profesional)



Mundial  
**SILKEY** SK

## Colores y cuidado para tus uñas

El invierno ya está entre nosotros. Y como toda nueva temporada, trae consigo nuevos colores para las uñas. Te mostramos las tendencias en esmaltes y cuidado para las uñas.



## Nudes

“Los nudes, serán la vedette en gama de rosas y transparencias para acompañar la tendencia de nudes nails durante 2024”, explica **Sabrina Nahon, Directora de Marketing Idraet Grupu.**

Su marca **Kiki KIKI** ha desarrollado una amplia cartera de productos que varían según la necesidad de cada profesional en función del diagnóstico de la uña. Para esta temporada, las profesionales del manicure y sus clientes podrán obtener los beneficios de los 10 nuevos productos específicos para cada caso:

**PORCELAIN BASE**, minimiza imperfecciones; **ANTI-AGE BASE**, escudo protector para uñas que hidrata y reduce quebraduras; **COCONUT NUTRITIVE BASE**, brinda mayor resistencia a uñas delgadas y débiles; **7 IN 1 TREATMENT**, estimula el crecimiento de la uña, nivela las imperfecciones, hidrata, fortalece, protege, refuerza y aporta brillo; **VITAMIN TREATMENT**, hidratante y revitalizante; **DIAMOND STRENGTHENER**, estimula el crecimiento de las uñas mientras fortalece la superficie; **CALCIUM SHIELD**, crea una capa protectora que brinda mayor resistencia a los quebres y mayor rigidez. **AVOCADO REVITALIZER**, fortalece las uñas desvitalizadas o deterioradas; **CUTICLE REMOVER**, removedor de cutículas de manos y pies. Limpia y ablanda las cutículas para facilitar la manicuría; **CUTICLE SERUM**, promueve el crecimiento saludable de las uñas y ayuda a mantener la piel luminosa e hidratada. ♦

## Spa

Para preparar tus uñas, recomendamos limpiarlas con alcohol o agua y jabón para remover cualquier exceso de gras; Vogue presenta la base Efecto Spa. La marca también cuenta con una Base Fortalecedora con aceite de coco y aloe vera. El aceite de coco y aloe vera, conocidos por humectar y fortalecer las uñas naturalmente. Para el crecimiento de las uñas: cuenta con la Base Pro Crecimiento con calcio. E calcio es conocido por su capacidad de promover e fortalecimiento y la protección de las uñas, ayudándolas a que crezcan naturalmente. Y también ofrece Esmaltes Efecto Gel, con colores de otoño. Brindan hasta 10 días de color y brillo. ♦



## Inteligencia

**Bompassy** presenta su innovadora línea “Smart Gel”. Esta colección incluye cinco geles en pomodoro, disponibles en colores versátiles:

- Clear: Gel transparente que se funde con el color natural de la uña.
- Vía Láctea: Tono iridiscente que aporta un efecto luminoso.
- Nude: Beige natural que realza el tono de piel.
- Nude Skin: Sutil rosa que ilumina las uñas.
- Nude Pink: Rosa más intenso que aporta calidez.

Estos geles, de viscosidad óptima, permiten lograr un acabado perfecto al construir la uña. La línea “Smart Gel” es parte del reciente rebranding de Bompassy, una renovación de imagen que subraya el compromiso de la marca con la innovación. El resultado es una propuesta moderna y atractiva que cautivará a sus seguidores. ♦



## Tierra, Aire, Fuego y Agua

La nueva colección **OPI Big Zodiac Energy** para el otoño de 2024 ofrece una paleta que canaliza tonos Tierra, Aire, Fuego y Agua. Un universo de 12 colores para hacerte brillar de manos a pies. El resto es misterio. “Miramos al cielo y a las estrellas en busca de información, de pistas sobre quiénes somos y hacia dónde vamos. Pero esta vez no hay necesidad de buscar respuestas en las alturas, **OPI** ha visto el futuro, y **Big Zodiac Energy** canaliza todos los colores más populares de la temporada, desde tonos brillantes con una profundidad increíble hasta tonos nacarados con un toque contemporáneo”. La fascinante salvia, la menta y el oro capturan la naturaleza tranquila de los signos de tierra, mientras que los signos de agua salpican con un azul bebé de ensueño, cobalto y plateado holográfico. Los signos de fuego iluminan el camino con un rojo feroz, borgoña y dorado, mientras que los signos de aire emiten blanco nacarado, azul marino y violeta. ♦



## Manicura en 5 minutos

Masglo lanzó al mercado su sistema profesional de 3 pasos, **Masglo Gel Evolution**. Una línea de esmaltes que ofrecen un secado extra rápido en 5 minutos al tacto, dando como resultado un efecto gel sin lámpara con una duración hasta de 12 días manteniendo un brillo intenso. Es importante destacar que esta línea es cruelty free y 13 free, es decir, libre de 13 componentes que pueden llegar a ser perjudiciales para la uña (Tolueno, formaldehído, dbp, formaldehído resin, camphor, paraben, xylene, triphenyl phosphate, glycol ether, bisphenol a, styrene, nonylphenol ethoxylate, nitrocelulosa), ♦



# CLIPPER OIL

**Clipper Oil High Quality**  
Especialmente formulado con Grafito.

El nuevo lubricante con grafito en suspensión favorece el roce de los metales, obteniendo así un corte mucho más suave con cualquier tipo de cuchillas. Además prolonga la vida de las mismas, obteniendo una mayor duración de los filos. Se obtiene igual resultado en cualquier tipo de tijeras.



Av. San Martín 1456 - (1704) Ramos Mejía, Pcia. de Buenos Aires, Argentina  
Tel.: 011-20620535 | [geotec@geotecs.com](mailto:geotec@geotecs.com) | [www.geotecs.com](http://www.geotecs.com)

[geotecsadiseñosdeavanzada](https://www.facebook.com/geotecsadiseñosdeavanzada)

## Hidratación

La Crema para manos y uñas hidratante de Karina Rabolini es un tratamiento que contiene Glicerina y emolientes. Previene el agrietamiento de la piel en las manos y cutículas. Protege, brinda suavidad y elasticidad a la piel. Hidrata en profundidad gracias a su contenido en glicerina. Este activo es como una esponja o un imán para el agua: la atrae naturalmente. Tiene una doble acción: puede tomar la humedad del ambiente o bien puede retener el agua que la piel almacena en las capas más profundas para mantener tersa y suave la superficie. También protege las uñas, porque las uñas forman parte de nuestra piel como órgano protector del entorno. Lo que caracteriza y diferencia a la uña es su dureza como consecuencia de que la componen una gran cantidad de capas de queratina. Pero si bien es en apariencia más fuerte que el resto de nuestra piel, la uña es permeable y contiene hasta un 12% de agua. Por lo tanto también necesita hidratación y protección. La crema Hidratante también ayuda a fortalecer las uñas, suavizar las cutículas y mantenerlas sanas. ♦



## Colores vivos

Las uñas reclaman su protagonismo. Son una forma de reflejar nuestras emociones y cómo nos sentimos. En Relance cosméticos lanzaron una línea pastel de esmaltes EVERGREEN para acompañar a estas emociones. Colores vivos y a la vez delicados. Pueden aplicarse plenamente en la uña o solamente a modo de manicura francesa. Esta última se ha mantenido en la carta de todos los centros. Combinable con cualquier estilismo y situación, su naturalidad hace que las imperfecciones que podamos tener en las manos destaquen menos. Podes encontrar los esmaltes en: [www.relanceshop.com.ar](http://www.relanceshop.com.ar). ♦



## Creatividad

ZEKI presenta su línea de esmaltes semipermanentes. Zeki es una marca increíble y respetuosa con los animales ya que todo su portafolio, con más de 100 productos son Cruelty free y están pensados, no solo para dejar uñas deslumbrantes sino cuidadas y protegidas. Aprobada por ANMAT, Zeki es la primera marca del país que posee la misma paleta de colores en esmalte común y en esmalte semipermanente protegiendo la relación precio – calidad. Sus colores despiertan la creatividad para uñas con estilo. ♦

**Zeki**  
PROFESSIONAL NAILS



## Regeneración y tonificación

Hand Cream FRUITS AND VITAMINS de Karina Rabolini tiene una amplia gama de cremas para manos y uñas. La línea Aloe y Argan KR gracias a sus ingredientes brinda una regeneración celular y tonificación, y tienen una alta penetración en la epidermis. Previene el envejecimiento prematuro de la piel. La línea Alantoína KR es ultraantioxidante, vitaminizada y humectante, reduce la deshidratación de la piel por los aportes beneficiosos de la Alantoína y las Nanosferas, que al aplicarla rompen una millicapsula y liberan Vitamina C. Hidrata, suaviza y protege la piel. Todo tipo de piel. Y la línea Manteca de Karité KR previene el envejecimiento prematuro de la epidermis. La manteca de Karité y Cacao son profundamente humectantes e hidratantes. Nutren, relajan y tonifican la piel. Reconstituyente. Todas son aptas para todo tipo de piel. ♦



# Manos sanas y bellas



**E**n nuestra vida diaria, la piel de las manos sufre un desgaste. Por eso, darles un cuidado adecuado es necesario para que puedan estar saludables y lucir estupendas. Por ejemplo, las venas en el dorso de la mano es una temática que afecta a muchas personas y, hoy en día, existe una solución: la Flebología restaurativa. Cuando miramos las manos de otras personas y las comparamos con las nuestras, podemos observar que, en el dorso, las venas estarán más o menos marcadas. A lo largo de la vida es posible ver cómo poco a poco se marcan aún más, llegando a quedar en algunos casos, muy abultadas. Si bien esto no constituye un problema de salud, es un inconveniente estético. “Muchas veces, con el paso de los años, las venas de las manos se comienzan a notar cada vez más, pero son venas sanas. Pero estas venas no deben ser eliminadas porque significaría un grave daño a la mano, dado que allí no hay una circulación colateral de reemplazo como en las piernas”, explicó Gramajo Booth, quien es pionero en procedimientos de recuperación funcional sin extirpación. A diferencia de los métodos esclerosantes, que llevan a la abolición de las venas, con la Fleboterapia Restaurativa se puede observar cómo la vena que se va reduciendo, es decir, se va curando. “Las venas de las manos se tienen que ver y si no se ven, no es

natural. Es como si no tuviéramos nariz.

Afortunadamente son resistentes, porque son venas sanas, entonces tienen una muy buena respuesta al tratamiento, mucho mejor que las venas enfermas. Con una sola aplicación, en una semana, se ve la reducción de la arquitectura venosa. Pero si la paciente quiere que queden más pequeñas, se pueden hacer más aplicaciones. Al comparar al final del tratamiento, las venas se siguen observando pero ya de manera mucho más estética y sanas. Y están transportando sangre, que es su función”, destacó el prestigioso flebólogo. El doctor Gramajo Booth afirmó que generalmente las aplicaciones se dan cada 20 días, pero reiteró que “a la semana ya se pueden observar los resultados. Muchos pacientes están bien con una sola aplicación”. De todos modos, para lograr un buen efecto de reducción de las venas de las manos, deben realizarse de una a tres aplicaciones. “Se cura porque la vena es un tejido que tiene un gran poder de regeneración. No todos los tejidos del cuerpo se regeneran igual. Ante un estímulo determinado se engrosa la pared, disminuye la luz, disminuye la presión y se reduce el volumen. En una palabra, recuperó tejido la pared. El resultado estético es impresionante”, destacó. El experto aseguró que sólo el 1% de los pacientes llega al consultorio para consultar por este motivo. En general, las manos se tratan como un complemento a tratamientos de várices. Si bien son más las mujeres que tratan sus manos, los hombres también lo hacen y según Gramajo Booth “vienen menos pero son más constantes”. ♦

#### Fleboterapia Restaurativa en pocas líneas:

- 1) Restablece la función a la normalidad. 2) Su ejecución es rápida y los resultados inmediatos. 3) Máxima prioridad en lograr los mejores resultados estéticos. 4) El tratamiento es indoloro 5) Inmediato reintegro a las actividades cotidianas. 6) Mejor evolución futura con menos factores de riesgo.

# ISSUE PROFESSIONAL



Aliados  
de tu talento



# Todo para ellos

Camperas, zapatillas, relojes, perfumes y cuidado de la piel. Te mostramos los mejores productos para aquellos hombres que cuidan su estilo.



## Para el cabello

Para hacer frente a las nuevas exigencias del hombre contemporáneo, Alfaparf Milano Professional, propone la línea Blends of Many, integrada por productos masculinos de tratamiento y styling.

ENERGIZING LOTION es un tratamiento intensivo para cabellos debilitados. Favorece el crecimiento capilar, aportando cuerpo y volumen. REBALANCING TONIC es un tónico reequilibrante que restablece y reequilibra el estado óptimo del cuero cabelludo. Y BEARD & SKIN BALM, bálsamo para la barba y la piel que suaviza la barba e hidrata la piel sin engrasarla. ♦

## Para la piel

L'Oréal Paris presenta su Revitalift Kit Para Piel Mixta O Grasa. Este Kit está compuesto por un Gel de Limpieza Revitalift Anti Brillo y la Crema Hidratante con Ácido Hialurónico de la misma línea.

El gel de limpieza constituye el primer y fundamental paso en la rutina de cuidado facial. Elimina las impurezas del rostro sin reseca, resultando en una piel limpia e hidratada. Además, gracias a su contenido de ácido salicílico mantiene la piel sin brillo y disminuye la visibilidad de los poros. Se complementa con la crema hidratante con textura ultra ligera, refrescante y de rápida absorción. ♦



## Abrigo

Para este invierno Perramus presenta camperas cortas y largas, trenches y pilotos en tejidos diferenciados así como tapados y gabanes en diferentes tipos de hilados. También se encuentran camperas de plumas de la mejor calidad, camperas y pilotos reversibles, productos con abrigo desmontable y otros empaquetables (pueden guardarse en prácticas bolsitas y llevarse a

todas partes por ejemplo en una cartera, bolso, maletín o valija). En todos sus locales exclusivos también se pueden encontrar algunos tapados en piel ecológica y otros en tejidos italianos exclusivos, manteniendo los más altos estándares de calidad nacional e internacional. Dentro de la colección hay pantalones, camisas, sweaters, blusas, jeans, vestidos y accesorios para el público masculino. ♦

# System 3<sup>®</sup>

# 0%

*Coloración Permanente  
sin Amoniaco con Keratina  
y Libre de Gluten*

# COLORES INCREÍBLES

**0% AMONIACO. 0% GLUTEN. 100% CUIDADO Y COLOR PARA TU PELO.**

**TU PELO MÁS SUAVE QUE NUNCA.  
CON KERATINA Y LIBRE DE GLUTEN.**

Preparate para sentir en tu pelo un cambio sorprendente.  
System 3 te presenta su exclusiva línea de Coloración  
Permanente sin Amoniaco.  
Con ingredientes activos que lo protegen y nutren en profundidad,  
brindándole un brillo intenso, una suavidad y una cobertura perfecta.

Por su delicada formulación, para obtener el resultado esperado  
esta coloración solo debe usarse en combinación con el  
Revelador en Crema System 3 de 15 Vol.



**HC ALTA TECNOLOGÍA EN COLORACIÓN  
COLORTERAPIA DE HC<sup>®</sup>**

www.hannahcollins.com.ar  
f /System3 y Tan Natural  
i @system3argentina/@tannaturalargentina  
Atención al consumidor: 54 9 116 570 2310

DESDE 1991  
**HANNAH COLLINS<sup>®</sup>**  
LABORATORIO  
MAS DE 30 AÑOS  
AL SERVICIO DE LA BELLEZA

**System 3<sup>®</sup>**  
TAN NATURAL<sup>®</sup>

## Tiempo



Para los fanáticos de los relojes, Casio tiene varias opciones de su línea G-Shock. GA-100CY-1A es un reloj ideal para usar tanto de modo casual como formal. Es resistente y tiene un diseño en una atractiva combinación de colores en negro y amarillo brillante. Con luz LED automática de color ámbar con duración de la luminosidad seleccionable (1,5 ó segundos) y persistencia luminosa. Hora dual. Hora mundial. Cronómetro de 1/1000

seg, timer de cuenta regresiva, 5 alarmas diarias (1 con función despertador). El GA-700BNR-1A es un modelo icónico de G-SHOCK en negro y rojo fuego encarna la máxima fortaleza. La exclusiva carcasa de gran tamaño transmite la fuerza y pasión indestructible. Tiene iluminación por LED- Super Illuminator. Hora mundial (48 ciudades). Cronómetro de 1/100 seg. Timer de cuenta regresiva. 5 alarmas diarias (1 con función de despertador). Calendario automático completo (hasta el año 2099). El GX-56RC-1D, además de ser resistente al agua y a los impactos, es un reloj que tiene resistencia al barro, lo que lo hace especial para aquellos padres amantes de la aventura. Con tecnología Tough Solar y full auto luz EL con persistencia luminosa y selección de la duración de la luz. Casio también ofrece el modelo DW-5040PG-1D, una edición limitada del primer G-Shock que se creó hace 40 años. El reloj tiene un innovador diseño, revestido con acero inoxidable recristalizado y endurecido en capas profundas, desarrollado para ser indestructible. Los procesos de recristalización y endurecimiento profundo se aplican a la parte posterior de la carcasa atornillada, la hebilla y el sujetador de la correa. El diseño en iones negros y dorados se unen para ofrecer un aspecto original de un brillo extraordinario. El marco y la correa están hechos de plásticos de biomasa que reduce el impacto medioambiental. ♦



## Un gusto especial

Para aquellos hombres a los que les gusta disfrutar de un vino, Bodegas Fabre Montmayou presenta su Grand Vin 2019, un tinto majestuoso de la bodega boutique pionera en elaboración de vinos de alta gama. Este blend elaborado con uvas seleccionadas de fincas de Vistalba plantadas en 1908 presenta un color rojo intenso con notas violetas vibrantes. En nariz es atractivo y encantador, ofrece una explosión de frutas como la cereza roja y la ciruela. El paso por roble francés añade deliciosas notas de vainilla y de café y aporta una complejidad seductora. En boca, este vino despliega su riqueza y estructura, con taninos suaves que acarician el paladar. Un final largo y elegante sella la experiencia. Grand Vin es perfecto para acompañar tablas de quesos de pastas semiduras y duras, pastas, carnes a la parrilla y postres de chocolate. Y Bodega Viñalba ofrece una gama de vinos provenientes

de Valle de Uco que combinan la pureza de la fruta y la clara expresión de los terruños de la Argentina con la elegancia y complejidad que son el sello indiscutido de Hervé J Fabre. Lanzada en 2007, la bodega ya ha ganado 297 medallas, incluyendo 20 trofeos en los principales concursos internacionales de vino. ♦

## Más perfumes



Versace Eros Flame es una fragancia para un hombre fuerte, apasionado y seguro de sí mismo, que está profundamente conectado con sus emociones. Percibe simultáneamente los sentimientos presentes y saborea la fragancia eterna del verdadero amor, transportándonos del mundo real a un universo mitológico, el hogar de héroes que transforman sus imperfecciones en fortalezas. La fragancia K por Dolce & Gabbana Eau de Parfum Intense es una fragancia masculina fuerte y carismática que combina una consonancia amaderada entre el cuero seductor con notas de azafrán e higo. El

diseño del envase y la tapa de la nueva fragancia K por Dolce&Gabbana Eau de Parfum Intense es consistente con el de la fragancia original K Eau de Parfum, con el elegante gradiente azulado de medianoche que tiñe el vidrio que se deriva del nuevo color del líquido. La nueva fragancia de Azzaro es un shot de adrenalina. Un nuevo Eau de Parfum con notas amaderadas, fresco e intenso. Notas de salida: Bayas de enebro. Notas de corazón: salvia. Notas de fondo: vetiver. ♦



## Café, cafee

Para los amantes del café, Philips presenta la nueva cafetera Grind & Brew, que permite preparar el café a partir de granos frescos molidos en el momento de forma automática, en su jarra de vidrio incluida o directamente en tu taza favorita. Cuenta con un molinillo integrado y una pantalla LED intuitiva, desde la cual se puede ajustar la intensidad y la temperatura del café, el número de tazas y el nivel de molido a gusto. Su depósito de agua desmontable permite rellenar cómodamente hasta diez tazas. También ofrece



la cafetera Espresso Serie 1200 permite disfrutar de un café sabroso y aromático en sólo un instante y sin necesidad de accesorios complementarios, ya que se trata de una máquina all-in-one. Con el sistema Aroma Extract, consigue el equilibrio óptimo entre la temperatura de preparación y la extracción del aroma de forma inteligente, a la vez que regula la velocidad del flujo de agua, para poder disfrutar de un delicioso café. Otra opción es la Cafetera Espresso Philips LatteGo totalmente automática garantiza preparar tres tipos de cafés de forma rápida y sencilla. Su pantalla táctil intuitiva permite seleccionar fácilmente tu café favorito, ajustando la intensidad, la cantidad de la bebida en el menú, y hasta el tipo de molienda. Por último, la Cafetera Espresso Serie 5400 permite preparar hasta 12 distintas variedades de café de grano recién molido, desde un intenso espresso hasta un delicioso cappuccino. Incluye el sistema LatteGo, que permite preparar espuma de leche con sólo presionar un botón, de manera rápida y sencilla. Es apta para todo tipo de leches, incluso la de origen vegetal. ♦



## Sonido perfecto

Para los amante de la música, Sony ofrece vario modelos de parlantes. El parlante inalámbrico portátil XE200 cuenta con un sonido extraordinario de alta calidad en un parlante pequeño y portátil. Este modelo está equipado con un sonido expansivo de alta calidad, posee altavoces X-Balanced y radiadores pasivos duales que proporcionan unos graves contundentes con menos distorsión para una mejor experiencia auditiva. El modelo XP500 combina un sonido excepcional con numerosas funciones para fiestas, lo cual lo convierte en un parlante versátil y divertido. Con el potente sonido de fiesta que ofrece X-Balanced Speaker Unit y el tweeter frontal de alta eficiencia, emite un sonido detallado, nítido y de alta calidad. Además, cuenta con una batería de alta duración. ♦

## Clásicos

Aquellos hombres a los que le gustan los perfumes, siempre pueden volver a los clásicos. Ralph Lauren - Polo Blue Eau De Toilette es una mezcla de melón jugoso y acuoso que proporciona un vigorizante estallido de frescor y se complementa con las suaves notas aromáticas de la salvia y la verbena de albahaca. El característico acorde de ante lavado se combina con un inconfundible pachulí amaderado para crear esta fragancia acuática. Moderna y masculina, con una frescura inconfundible. Acqua Di



Giò Eau De Parfum captura la poderosa frescura del mar. La fragancia se abre con notas de salida marinas y Mandarina verde, con corazón de Salvia esclarea y

Lavandín, Vetiver y Pachulí en su base. Como parte del compromiso de Giorgio Armani con un futuro mejor, Para los que quieren innovar, Yves Saint Laurent presenta MYSLF, la nueva fragancia que es una declaración de masculinidad moderna para celebrar tu verdadero ser. MYSLF celebra todas las facetas de quien sos, no de quien deberías ser. Es la primera fragancia amaderada floral de Yves Saint Laurent. Al aplicarla, se fusiona instantáneamente con la piel, revelando un aroma único en cada persona. ♦

## Una declaración de estilo

PUMA continúa redefiniendo el panorama de la moda urbana con su última innovación: la Suede XL y anuncia la llegada de nuevos colorways, que sin duda capturarán la atención de los entusiastas del calzado. Los amantes de la moda podrán elegir entre una variedad de nuevos colorways que incluyen Dark Olive, Ocean Tropic, Team Regal Red-White y Grape Mist, los que presentan una paleta vibrante para complementar en cualquier outfit. La Suede XL de PUMA es mucho más que una zapatilla de deporte; es una declaración de estilo audaz que fusiona la nostalgia del skate de los 90 y principios de los 2000 con la innovación contemporánea. ♦





## “El mundo de la peluquería avanza a pasos agigantados”

**R**IZOS es una firma que se caracteriza por ser cuna de grandes profesionales del sector. A lo largo de su historia (desde 1975), su método y buen hacer han conquistado, y despertado la pasión, a muchos peluqueros y estilistas que han alcanzado su expertise. Uno de sus integrantes es Raúl Santos, miembro del equipo artístico internacional y claro ejemplo de un desarrollo profesional paciente y perseverante que se inició como shampunier hasta lograr situarse como referente en el apartado educacional.

*InterLOOK: ¿Podría resumirnos su trayectoria en la firma RIZOS?*

Raúl Santos: RIZOS es la empresa que me abrió las puertas, hace veinticuatro años, al sector laboral

comenzando a la antigua usanza: como aprendiz de peluquero. Este rango que está en peligro de extinción (ríe) es importantísimo a la hora de forjar un carácter y asentar la decisión de encaminarse en la aventura de ser peluquero. ¿Por qué digo esto? Porque siendo aprendiz no te regalan nada y te permite valorar cada pequeño paso. También el alimentar el ferviente deseo de ser como los oficiales de los que aprendes cada día y poder construir un sueño por el que luchar. Durante dos años compaginé mi desarrollo en salón con la formación que me otorgaba la empresa. Utilizaba cualquier tiempo libre para acudir al centro avanzado de moda y empezar a vislumbrar el futuro que deseaba: el artístico/formativo. En ese momento fui solicitado por el departamento de formación y pasé a ser monitor de la escuela de iniciación.

A los dos años siguientes pasé a realizar formación intermedia, y al año siguiente (2006) estaba a cargo de la dirección de una escuela de educación para profesionales. También ese mismo año debuté sobre el escenario en el show Intermoda RIZOS, evento insignia de la firma. De ahí en adelante compaginé labores de dirección, formación y artístico, llegando a cruzar el charco hasta México donde estuve a cargo de varios shows y formaciones privadas.



*I: ¿Podría contarnos brevemente la historia de Rizos, tanto en lo que refiera al área de peluquería como lo que tiene que ver con la academia?*

RS: RIZOS se creó en el año 1975 bajo una filosofía de trabajo en equipo; por ello, las dos familias fundadoras, prescindieron de sus nombres para acuñar lo que era por entonces una moda e impersonalizar la marca. Los salones fueron creciendo e incrementándose hasta que por la década de los ochenta abrieron su primer centro educativo en la calle Bravo Murillo con el afán de capacitar a sus empleados. Viendo que la demanda venía de profesionales fuera de la firma, decidieron apostar por la formación y crear un método de enseñanza que hoy en día perdura y ha forjado a estilistas de todo el mundo. Más adelante se abrió el Centro Avanzado de Moda en la calle Rafael Calvo, donde sus instalaciones permitían adaptar las salas a niveles formativos, y con ello, acaparar miles de profesionales a lo largo de sus años. Sobre el año 1995 abrió sus puertas la Escuela de Iniciación Activa RIZOS, ofreciendo formación base para todo aquel que quisiera iniciar. Más adelante la Escuela Intermedia mencionada anteriormente, apostando por cubrir unas necesidades al oficial reciente o aquel perfil que quisiera ganar seguridad en salón. El penúltimo traslado del CAM fue en la Calle Jorge Juan, en pleno barrio de Salamanca de Madrid, y

actualmente nos encontramos en la Calle San Bernardo, 23, cerca de Gran Vía. Los salones igualmente han ido recorriendo sus derroteros hasta situarse en zonas estratégicas de la ciudad y del país, apostando por un servicio premium y diferenciador.

*I: A lo largo de sus años de trayectoria recibieron diferentes premios, ¿qué puede contarnos sobre eso?*

RS: Los premios son un reconocimiento hacia la trayectoria o el buen hacer de, en este caso, una firma. Desde el Fíguro hasta el AIPP, el premio The Qhair a la calidad, el premio Salón Look al mejor proyecto formativo..., RIZOS es referente tanto nacional como internacional en cuanto a galardones se refiere.

*I: ¿Qué servicios ofrecen en el salón?*

RS: Principalmente servicios incluyentes. ¿Por qué digo esto? Porque no nos caracterizamos por una determinada inclinación hacia un tipo de servicio predominante, sino que tratamos de aportar personalización en cualquiera de las demandas que ofrece el mercado. Si hay un denominador común, sería la personalización ya que, consideramos, es el valor añadido más importantes en estos tiempos que corren.

“Los salones fueron creciendo e incrementándose hasta que por la década de los ochenta abrieron su primer centro educativo en la calle Bravo Murillo con el afán de capacitar a sus empleados”.

*I: ¿Qué tipo de capacitaciones dan y a quiénes están dirigidas?*

RS: Desde el apartado de iniciación a todo aquel que quiera comenzar (niveles 1 y 2, pasando por el nivel intermedio para reforzar conocimientos (nivel 3), ofertando perfeccionamiento (nivel 4) para dar un paso más a nivel técnico y de desarrollo, hasta lograr los niveles 5 (moda) y 6 (máxima expresión creativa) culminando un recorrido completo en cuanto a formación, tendencias e inspiración se refiere.

Pero la cosa no queda ahí... Disponemos del curso MÁSTER, que es aglutinar todos los niveles en un tiempo factible para el profesional, como también el curso One to One o Monitor Exclusivo, en donde el cliente decide contenido y duración teniendo a un miembro del equipo de forma directa y personalizada, atendiéndole exclusivamente a él. A



“

*“Disponemos de excelentes profesionales en nuestros salones, como grandes formadores de una inmensa calidad humana en nuestras escuelas. Tenemos equipo de gestión, de marketing, de RRHH, de informática...”*

nivel de talleres o seminarios, los impartimos a través de nuestros partners o en el curso In situ, donde nos desplazamos hacia tu ciudad para impartir la formación contratada. Todo ello sin olvidar los shows, preparación en desfiles, colaboraciones con revistas especializadas tanto en imágenes como en artículos, y como no, el Workshow anual donde presentamos la nueva colección y previamente hemos realizado el shooting de la misma.

*I: ¿Cómo está conformado el equipo de trabajo de Rizos?*

RS: Disponemos de excelentes profesionales en nuestros salones, como grandes formadores de una inmensa calidad humana en nuestras escuelas. Tenemos equipo de gestión, de marketing, de RRHH, de informática... Todo un despliegue en el cual convivimos con más marcas y depositando cada una su experiencia y optimización en el sector. En cuanto al equipo artístico, la dirección la lleva Manuel Rodríguez -siendo Alma Mater de la firma-, y yo mismo integrando al equipo creativo, además de otras muchas funciones que abarca el departamento. Además, disponemos de integrantes en el equipo de salones que compaginan su función con la formación avanzada.

*I: ¿Qué papel desempeña formarse a día de hoy?*

RS: La formación no debería ser ni un lujo ni un capricho. En el profesional está saber encauzar esa sed que le permita crecer y alcanzar la máxima calidad en su trabajo.



“Todo un despliegue en el cual convivimos con más marcas y depositando cada una su experiencia y optimización en el sector”.

La pandemia trajo la formación online como una manera de ocupar un tiempo libre que tuvimos por imposición y que, teniendo su peso específico en el aprendizaje de una persona, no puede desbancar la cercanía y la complicidad que aporta la formación presencial. El mundo de la peluquería avanza a pasos agigantados, y el cliente tiene acceso a mucha información que, si nosotros no rastreamos como un buen sabueso, pondrá en tela de juicio nuestro saber a ojos de una demanda exigente que impera en el mercado. Por ello, el equipo creativo RIZOS no cesa

en el empeño de recopilar todas las tendencias emergentes para llevarlas al profesional de una manera sintetizada y, además, desarrollar un I+D que aporte nuestra visión y sirva para ser aplicada a la realidad de un salón.

*I: ¿Qué consejos puedes darles a los jóvenes que quieran adentrarse en la profesión?*

RS: Principalmente: paciencia y perseverancia. Al ser una profesión artesanal dependeremos de nuestras aptitudes (siempre a desarrollar) pero más si cabe, de la actitud, que a veces desfallecerá cuando no consigamos lo que queremos o nos hará dudar del camino cuando se torne sinuoso, pero ahí la perseverancia será la que tome el timón y nos lleve paso a paso a las metas que nos establezcamos. Hoy en día el

valor parece que nos llega por las redes sociales en función de los likes o los seguidores, pero el verdadero éxito es no perder el entusiasmo en nuestro recorrido. No se trata tanto de llegar sino en qué te conviertes mientras transitas el camino.

*I: ¿Qué proyectos tienes en mente que nos puedas desvelar?*

RS: Muchos y sobre todo que nos permita seguir creciendo como equipo y empresa, y por ende, evolucionar como profesional y persona. En el apartado formativo estamos reestructurando para seguir aportando un plus a nuestros alumnos y empleados internos de la firma. En el terreno artístico, estamos ideando la nueva colección (tendencias, cabello, estilismos...), preparando el shooting para las imágenes y poniendo el foco el Workshow en donde pondremos toda la carne en el asador para ofrecer todo un despliegue de moda y vanguardia. Ánimo a todos los lectores de Revista Interlook a que nos sigan en Instagram @cam\_rizos para que estén al día de todas nuestras actividades. Todo un placer, y espero coincidir de nuevo con vosotros. ♦

# La campaña “Belleza Real” de Dove cumple 20 años

**L**a marca lo celebra realizando un estudio en 20 países que profundiza sobre el impacto que tienen las redes sociales, la vida digital y la inteligencia artificial en la construcción de los cánones de belleza en las mujeres.

Hace 20 años, Dove, marca del portafolio de Unilever, mostró al mundo cómo es la belleza cuando es real con la Campaña por la Verdadera Belleza. En 2004, revelaron que sólo el 2% de las mujeres se consideraban hermosas. Desde ese momento, la marca ha logrado desafiar los estándares de belleza impuestos por la sociedad, los medios de comunicación y la propia industria, ayudando a cambiar la representación de las mujeres y comprometiéndose con no usar la distorsión digital en ninguna imagen.

En conmemoración a las dos décadas, Dove llevó a cabo un nuevo estudio global, el más grande realizado por una marca de belleza hasta el momento, donde se entrevistaron a más de 33.000 personas, arrojando luz al estado actual de la belleza y su impacto en mujeres y niñas alrededor del mundo. Estos datos dan origen a su nueva campaña: The Dove Code, que reflexiona sobre el impacto de

la inteligencia artificial en la belleza y en cómo la misma afecta la autoestima y distorsiona la imagen real de la mujer.

Globalmente, Dove ha descubierto que 2 de cada 5 mujeres darían un año de su vida para alcanzar sus estándares de belleza. En Argentina, 6 de cada 10 mujeres experimenta esta presión de ser hermosas y 2 de cada 5 mujeres y niñas percibe la presión para someterse a procedimientos estéticos por parte de las redes sociales y las personas influyentes.

En la actualidad, una de las mayores amenazas para la representación de la belleza real es la inteligencia artificial, que perpetúa estándares de belleza poco realistas y carece de representación a través del contenido que crea. Incluso cuando saben que las imágenes son falsas o generadas por inteligencia artificial, 1 de cada 3 mujeres y niñas sienten presión para alterar su apariencia debido a lo que ven en Internet.

En Argentina, casi 2 de cada 5 mujeres y niñas manifiestan que poder crear diferentes versiones de sí mismas utilizando Inteligencia Artificial puede tener un impacto negativo en cómo se ven a sí mismas. A la vez, 9 de cada 10 mujeres y niñas dicen haber estado expuestas a contenido de belleza





perjudicial en Internet. Comparado con los resultados de hace 20 años, todavía las mujeres argentinas creen que los medios de comunicación y la publicidad establecen un estándar de belleza muy alto que la mayoría jamás podrá alcanzar. Teniendo en cuenta estos datos, The Dove Code propone utilizar su código en los programas de inteligencia artificial para que devuelvan una imagen de belleza real en vez de una inexistente. Para su funcionamiento, será necesario comparar los resultados de las imágenes generadas por tecnología con las imágenes reales. Por ejemplo, al solicitar una foto de una mujer en la playa, la IA puede presentar una foto de una mujer que cumple con los estándares convencionales de belleza, según lo impuesto por la sociedad. Sin embargo, al hacerlo al estilo de Dove, la IA podría proporcionar una representación más realista, quizás con el cabello algo despeinado por el viento o con los efectos del sol en la piel.

“En Dove buscamos un futuro en el que las mujeres decidan y declaren cómo se ve la verdadera belleza, no los algoritmos. A medida que navegamos por las oportunidades y desafíos que vienen con la nueva y emergente tecnología, seguimos comprometidos con proteger, celebrar y promover la Belleza Real. Comprometerse a nunca usar IA en nuestras comunicaciones es sólo un paso. No nos

“En Argentina, 6 de cada 10 mujeres experimenta esta presión de ser hermosas y 2 de cada 5 mujeres y niñas percibe la presión para someterse a procedimientos estéticos por parte de las redes sociales y las personas influyentes.

detendremos hasta que la belleza sea una fuente de felicidad, no de ansiedad, para cada mujer y niña”, explica Pía Fittipaldi, brand manager de Dove. Actualmente, la Inteligencia Artificial está inundando las redes sociales con imágenes de ideales de belleza poco realistas. Sólo en el último año, se han creado más de 15 mil millones de imágenes utilizando algoritmos de texto a imagen y se espera que en el 2025, el 90% del contenido en redes sea generado mediante IA.

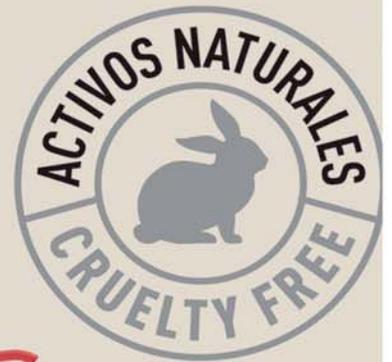
Ante este pronóstico, Dove continuará acompañando la revolución tecnológica, con su compromiso más firme que nunca: que la representación de la belleza sea real. Además, renueva sus votos como hace 20 años de nunca utilizar inteligencia artificial ni distorsión digital para representar a mujeres reales en sus anuncios. ♦

VERSATILITY  
Collection  
By ARJAN BEVERS  
NETHERLANDS

interLOOKSalón



# OPCIÓN<sup>®</sup>



**NUEVA LÍNEA VEGANA**  
**PARA CABELLOS TEÑIDOS**  
**A BASE DE QUERATINA VEGETAL**



**EUROstil**  
PROFESIONAL  
ARGENTINA

www.eurostil.com.ar



# DIFFUSER

UNIVERSAL · RESISTANT · COLOURS



Ref. 51147/99



Ref. 51147

## Nuevo

CEPILLO FLEXIBLE  
FINGERSBRUSH PARA  
RULOS, EUROSTIL

Ref.: 50158

CEPILLO PARA CABELLO RIZADO Y ONDULADO, DESENREDANTE, ANTIFRIZZ,  
MASAJEADOR, PÚAS AJUSTABLES, SUAVE, FLEXIBLE.

Este cepillo es ideal para desenredar y definir el pelo rizado, ondulado o afro, es para cualquier tipo de densidad y longitud (apto para adultos y niños).

Cepillo diseñado para, favorecer el crecimiento del cabello. Desenredan el cabello fácilmente y con menos pasadas, protegiéndolo y ocasionando menos tirones. Fabricado con mezclas de gomas y elastómeros para un agarre más seguro, mayor comodidad y antideslizante.

Adecuado tanto para cabello húmedo como seco. Puede usarlo cuando se lava el cabello, eliminando enredos mientras masajea y limpia la cabellera.



Peluquería: Arjan Bevers @arjanbevers  
Salón: Avanti Kappers @avantikappers  
Fotografía: Ivo de Kok  
@studio\_ivodekol  
Maquillaje: Mireille Bevers Brunt  
@mireillebeversbrunt  
Estilismo: Annet Veerbeek  
@annetveerbeekstyling  
Productos: Schwarzkopfpro  
@schwarzkopfpro @schwarzkopfpronl  
Modelos: @anaishu @darkshinelook  
@piplielucelucas @emmakappen



**NUEVO**

# AEROSOL DESINFECTANTE



Mundial  
**SILKEY**  
PROFESSIONAL



**CEC:** Centro de Convenciones Buenos Aires

# Vuelve el Certamen profesional, virtual y presencial, más desafiante de la peluquería de SILKEY PROFESSIONAL en su tercera edición

**C**ertamen femenino COLOR CHALLENGE 2024 y certamen masculino BATALLA DE BARBEROS 2024 que consagra al mejor profesional de CORTE, COLOR, PEINADO Y MANEJO ESCENICO dándole la posibilidad de cambiar el futuro de su carrera, accediendo a grandes premios y enriquecedoras experiencias. Un prestigioso jurado de nivel Internacional los estará evaluando en las diferentes etapas. Los ganadores acceden a realizar la producción fotográfica integral de su propia Colección de color, corte y tendencia,

guiados por el equipo técnico y artístico del Hair Institute, la presentación de su Colección en la TV y un Importante Mural de su Colección en su salón. El desafío culmina con una gran final presencial que se llevará a cabo en el escenario principal del Salón Internacional Moda & Coiffure de Buenos Aires el día 8 de septiembre en el C.E.C. Los interesados en participar, deben ingresar en la página web [www.silkeymundial.com](http://www.silkeymundial.com) y hacer click en el botón CERTAMEN 2024 para conocer, bases, condiciones, jurados y fechas límite de participación. ♦





**La Casa  
del Peinador**  
perfumerías

**AB**  
ANDREA  
BORGONOVO

  
**Schwarzkopf**  
PROFESSIONAL

**FOR  
-ME**

framesi

**BonmetiQue**  
PROFESSIONNEL

**COLOR  
AGE /** *Italy*

  
**LANTIL**  
COSMÉTICA

  
**Bellissima**  
COSMÉTICA CAPILAR

**KTX**  
KERATOTEK

**Delfi's**  
By Bellissima

**L'ORÉAL**  
PROFESSIONNEL  
PARIS

**duga**  
BEAUTY

**Jessamy**  
ACCESORIOS

**TONALEG**  
HAIR COSMETIC

**Alta Moda**

**IDI** • MAKE UP  
HIPOALERGENICO

**ALFAPARF**  
MILANO

  
**G.A.M.A.**  
ITALY PROFESSIONAL

 **TAN NATURAL**  
System 3

**SKALA**

**lola**  
cosmetics

  
**aurill**

**Líneas de accesorios para perfumerías y aromatizantes para el hogar**

**Perfumerías y Farmacias Ventas x mayor y menor**

Alvarado 4036 y sucursales. (7600) Mar del Plata

lacasadelpainadormdp@yahoo.com.ar

Consultas:  2236765063 - [www.lacasadelpainador.com](http://www.lacasadelpainador.com)

 lacasadelpainadormdp -  lacasadelpainadormdp

# “Compartimos la misma pasión”



*InterLOOK: Contanos la historia del salón y cuándo te incorporarás vos a trabajar.*

Bebe Sanders: Yo empecé a trabajar después de terminar el colegio secundario. Tenía la preocupación de no estudiar en la universidad, y decía, “¿qué voy a hacer?, ¿voy a ir directo a trabajar?”. Era algo raro el no estudiar en la facultad como mis hermanos (una es psicóloga y el otro, diseñador gráfico). Así que ya desde el colegio empecé a hacer muchos viajes, desfiles, peinados, me metí en el

mundo de la peluquería. Entonces, cuando terminé quinto año, ya estaba 100% segura de que era eso lo que quería.

*I: ¿Cómo es trabajar padre e hija?*

BS: Nuestra relación es espectacular. Cuando empecé a trabajar acá, lavé un tiempo pelo, me gustó ir pasando por todos los sectores para conocer realmente todo, desde cómo se lava una cabeza hasta cómo se hace el color. Y Albert siempre me dio un lugar privilegiado, siempre fui su par acá adentro. Nunca fue mi jefe, siempre me dio el mismo lugar que tiene él. Así que, desde que soy muy chica, tenemos una muy buena relación porque somos un equipo. Yo tuve un gran maestro, porque Albert, aparte de que es un profesional impresionante, comparte mucho de lo que sabe, todo, te diré, así que tuve un maestro de lujo. Aprendí y aprendo muchísimo al lado suyo.

**A**segura Bebe Sanders, estilista e hija del gran peluquero Alberto Sanders, “profesional impresionante y maestro de lujo”, como ella lo define. Alberto Sanders es, sin duda, uno de los grandes peluqueros argentinos, referente de estilo y quien está al frente de uno de los salones más prestigiosos del país. Hace varios años, el experto en cabello amplió su empresa con la incorporación de Bebe, su hija más chica, quien se convirtió en su mano derecha.

En esta entrevista exclusiva con InterLOOK, ella nos cuenta cómo fueron sus primeros pasos en la profesión que heredó y eligió y cómo es trabajar en familia. Además, adelanta los looks de tendencia y los proyectos de una marca registrada que no para de crecer.



**ALFAPARF**  
MILANO  
PROFESSIONAL

# Semi di Lino. Beauty power to you & to the planet

Semi di Lino es el tratamiento para el cuidado del cabello que revela tu belleza original.

La línea Moisture aporta suavidad y sedosidad al cabello seco y, además, lo protege de las herramientas de calor hasta por 230°C<sup>1</sup>, cuidándolo también durante el peinado.

Semi di Lino continúa su trayectoria hacia la sostenibilidad utilizando también para esta línea packaging realizado con plástico reciclado<sup>2</sup> y fórmulas veganas<sup>3</sup>.



1. Nutritive Detangling Fluid.
2. Para packaging fabricados en Italia.
3. Sin ingredientes de origen animal ni derivados.



Poder compartir lo que amamos los dos me encanta. Nosotros somos muy familiares, y siempre les digo a mis hermanos que yo les gano un poquito porque comparto también el trabajo, la misma pasión con papá, pasamos más tiempo juntos y lo disfrutamos los dos (se ríe).

*I: ¿Cuáles son los servicios que brindan actualmente?*

BS: Hacemos todo lo que es peluquería: color, peinados, extensiones, manos, pies, depilación y maquillaje. Todo lo que brinda un salón.

*I: ¿Cómo está conformado el equipo de profesionales?*

BS: En el equipo no tenemos una persona que haga todo, sino que nos gusta más sectorizar. Tenemos el equipo que sólo se dedica a colocar extensiones, el que sólo hace color, el que sólo hace manos y pies, las peinatoras que cortan y peinan y la gente que solamente depila. Creo que abarcás menos y lo haces mejor. A la mayoría de las empleadas las fuimos formando nosotros para que todas tengan la misma técnica, la misma mirada, que vayamos todos para el mismo lado.

*I: Son líderes en extensiones de cabello, ¿cuáles son las razones del éxito?*

BB: Nosotros trabajábamos con el mejor sistema de extensiones, que se llama Great Lengths. Es un sistema italiano catalogado como el número uno del mundo, por lo que quienes lo inventaron crearon dos cosas fundamentales, el pegado, que no es plástico que arruina el pelo, sino que es un sistema compatible con la queratina de nuestro cabello, lo que hace que no lo arruine pero, además, que dure y que se le pueda dar calor con el secador. Y lo otro que hicieron es que este pelo, que es hindú, el mejor pelo del mundo, en vez de decolorarlo, para no estropearlo lo despigmentan, es decir que por ósmosis, atraen ese color negro y lo dejan blanco, pero el pelo queda virgen. Entonces, la calidad es estupenda y, cuando las clientas se retiran la extensión, el pelo lo tienen perfecto, más largo y con más cantidad. A nosotros nos eligieron como representantes de este sistema en Latinoamérica, en la parte técnica y estética. Eso implica, por ejemplo, que tenemos que ver cuáles son las mejores peluquerías de Brasil, y brindarles la parte técnica de Great Lengths.



*I: Poseen una línea propia de productos, ¿cómo está compuesta y qué características tiene?*

BS: Nuestra línea de productos es exclusivamente para el salón. Creo que Albert fue el primer peluquero que tuvo su propio laboratorio. Yo era muy chiquita y me acuerdo que las peluquerías no vendían productos en los salones, pero él ya hacía el shampoo que quería, el baño de crema que quería... Así que, históricamente, tenemos nuestra línea de shampoo, que son dos productos neutros para distinto tipo de pelo, tenemos la crema de enjuague y un baño de crema que está buenísimo. Nuestras clientas están muy acostumbradas a ese tipo de productos.



*I: ¿Qué podés contarnos sobre las tendencias 2024 en cortes y coloración?*

BS: La tendencia actual son melenas no tan enteras como la temporada anterior, sino más bien cortes más rebajados, con más movimiento, más salvajes. Los bob cortos del hombro hacia arriba están a full, tanto ondeados como lacios. Y también están a full los flequillos en distintas versiones, desde livianos, que temporadas pasadas no se usaban, hasta abiertos o más enteritos. En colores, los castaños con algo de caoba, algo de cobre van a estar fuertes, y los castaños cálidos más enteritos también. Y los rubios en distintas versiones marcando zonas de la parte de adelante con contornos un poco más claros, siguen fuertes esta temporada.

*I: ¿Qué tips podés brindarles a las mujeres para que se vean bien con su cabello?*

BS: Un tip importante, y creo que muchas mujeres se dieron cuenta, es que el pelo en una mujer es lo que le da el puntaje estético. Vos podés estar increíblemente vestida, pero si tenés el pelo mal, roto, con un feo color, manchado, estéticamente te dan un 1. Ahora, si tenés el pelo espectacular y te ponés un pareo, sos un 10. Creo que las mujeres esto lo están viendo, se están dando cuenta, entonces empezaron a cuidar más su cabello, a ir a la peluquería de su confianza en vez de hacerse cortes o coloración solas. El tip es que cuiden su pelo porque es lo que te da el puntaje.

*I: ¿Cómo está la peluquería considerando los tiempos económicos actuales?*

BS: Cuando hay que cuidar un poco el bolsillo, tal vez las clientas no van a distintas peluquerías para probar cosas nuevas, sino que van a lo seguro un poco menos. Entonces, la gente sigue viniendo, pero en vez de hacerlo todos los meses vienen

cada dos meses.

*I: ¿Qué proyectos tienen de cara al futuro?*

BS: Los proyectos tienen que ver con seguir trabajando, como siempre. Ponemos mucho esfuerzo día a día en el salón. Son muchas horas de trabajo, muchas horas parados. Buscamos aggiornarnos, crear cosas nuevas, colores, productos nuevos. Y seguir a full porque de eso se trata. Otro tipo de proyecto tiene que ver con que nos vinieron a ver distintas empresas de cosmética para trabajar en equipo, para que seamos embajadores de esas marcas, pero no es sólo decir sí, sino ver qué tipo de productos son, si realmente son de buena calidad, si son premium, si sirven, así que estamos siempre tratando de mejorar. ♦

# Nueva edición de Artelleza 2024

Los días domingo 09 y lunes 10 de junio se realizó una nueva edición de Artelleza, el encuentro del peinado, la moda y la belleza.

El evento se realizó en el Centro Convenciones del Hotel Quinto centenario de la ciudad de Córdoba y la organización estuvo a cargo de Raúl Martínez, de Casa Bertoldi, y Felix Levy, del Centro del Peinador. Así mismo las organizadoras generales fueron Adriana Tissera, de Academias Bertoldi, y Catalina Demaría, de Katty Group. Además, para el deleite del público, durante los dos días del encuentro las empresas estuvieron presentando todas las novedades de la temporada otoño/invierno y ateliers técnicos en sus stands como en las distintas salas del lugar.

El domingo 09 de junio por la noche se realizó para todos los presentes al evento, la espectacular fiesta en el boliche La Barra de la ciudad cordobesa auspiciado por Bonmetique Profesional. ♦









# Embajadores de Olivia Garden en Artelleza 2024



Asimismo, los embajadores presentaron un show técnico en el escenario donde realizaron excelentes trabajos con todos los productos de la marca. La actividad contó con una gran convocatoria de peluqueros y estilistas de la región, quienes pudieron resolver todas sus dudas y consultas sobre los productos de Olivia Garden. Los asistentes se mostraron muy entusiasmados y agradecidos por lo realizado en estos dos días en Artelleza. Conoce más sobre los productos de Olivia Garden en Instagram: @oliviagarden.arg o en la nuestra página web: [www.cytnet.com.ar](http://www.cytnet.com.ar). ♦

La ciudad de Córdoba recibió recientemente la visita de los embajadores de la reconocida marca de herramientas para el cuidado del cabello, Olivia Garden. Jaime Hernández y Jorge Morales, quienes viajaron desde Nueva York, brindaron una extensa capacitación a peluqueros y estilistas locales en el marco de Artelleza 2024. Durante las jornadas del evento, los expertos de Olivia Garden compartieron con los asistentes todos los detalles técnicos y las funcionalidades de cada uno de los cepillos que componen la línea de productos de la marca. Explicaron exhaustivamente las características diferenciales de cada modelo, haciendo énfasis en los materiales utilizados, la ergonomía y el diseño de vanguardia y también presentaron el nuevo secador SuperHP.



# Yellow Professional y Alfaparf Milano presentes en Artelleza



Los días 9 y 10 de junio, se llevó a cabo **Artelleza 2024**, el evento más importante del peinado, la moda y la belleza del país, en el Hotel Quinto Centenario de la provincia de Córdoba. **Yellow Professional** y **Alfaparf Milano Professional** estuvieron presentes y se destacaron una vez más con sus innovadoras propuestas.

**Yellow Professional** presentó un espectacular show dirigido por el renombrado estilista **Roberto Vernucci**, acompañado por las técnicas **Daiana Martínez**, **Sol Barreyro** y **Lorena Filipowicz**. A las 17.30 hs se daba inicio al segmento más aclamado del día: moda, colores de la línea, cortes de pelo, show y modelos influencers invitadas (**Nerina Sist**, **Ana Torreblanca** y **Ale Jiménez**), se destacaron en la pasarela. Ante una sala llena con más de 200 personas, el equipo deslumbró con una colección de cortes de pelo de tendencia y con los colores innovadores de **Yellow**. Las nueve modelos desfilaban con impresionantes vestidos mientras Vernucci realizaba en vivo demostraciones de cortes, técnicas y peinados, impactando al público con las transformaciones mostradas en pantalla del antes y el después de la coloración.

Al ritmo de la música, y las modelos desfilando, se

desarrolló el primer corte: mullet disparado a una modelo de cabello largo que se animó a un cambio de look. El color fue elegido para destacar: castaño con contornos en el marco del rostro y nuca de color rojo intenso. Además, ¡la modelo donó su cabello a beneficio de una fundación dedicada a hacer pelucas!

El segundo corte fue pedido por el público: el aclamado mariposa y flequillo a dos aguas, que se caracteriza por estar cortado en capas. Uno de los mejores tonos de **Yellow** acompañó el look: cobrizo.

Por último, y no menos importante, un bob medio con rulos y un diseño de color increíble: una combinación de magenta y

cobre.

Por otro lado, **Alfaparf Milano Professional** y **Yellow Professional** contaron con stands propios donde exhibieron sus principales líneas de productos, presentaron videos del grupo y brindaron asesoramiento y capacitación a los asistentes. Una de las principales atracciones del stand fue una ruleta de juegos que mantuvo al público entretenido y expectante, generando una gran concurrencia de visitantes.

Otro año más, la participación del grupo **Alfaparf Milano** en **Artelleza** fue todo un éxito. ♦





# Alfaparf presentó su nuevo centro técnico

**E**l Grupo Alfaparf Milano inauguró su nuevo Centro Técnico en el Parque Industrial Garín, en línea con su proceso de expansión y mejora continua. Este espacio innovador se presenta como un entorno ideal para el desarrollo profesional, en el cual los clientes tienen la oportunidad de perfeccionar sus habilidades y mantenerse al día con las últimas tendencias en coloración, tratamientos capilares y técnicas avanzadas.

Para celebrar esta inauguración, Alfaparf Milano seleccionó a 30 estilistas que representan la filosofía de la marca, mostrando su creatividad y habilidades. Cada uno de ellos fue acompañado por una modelo cuyo look reflejaba la inspiración de la marca.

Así, con un exclusivo desfile se presentó el proyecto 30 Inspirers Alfaparf Milano, el cual destaca la colaboración entre la marca y los estilistas seleccionados, ofreciendo una visión de las tendencias y técnicas que definirán el mundo de la belleza en el próximo año.

El evento también marcó el inicio de

una alianza con el Fashion Tour, donde la diseñadora Marcela González con su marca Arita de los Andes deslumbró con su pasada. Esta colaboración, que recorrerá distintos puntos del país lo largo de 2024, combina la creatividad y el talento de los mejores diseñadores argentinos con el expertise de estilistas y modelos, consolidando así, el Fashion Tour como uno de los eventos más destacados en el mundo de la moda.

Cabe destacar que Alfaparf Milano integra el Grupo multinacional con sede en Italia; con más de 40 años de trayectoria y es uno de los líderes en el mercado global de la industria cosmética, con filiales en 25 países, presencia en 90 y plantas de producción en Italia, Argentina, Brasil, México y Venezuela. Más de 150 empleados conforman el staff en Argentina para todas las áreas de operación, incluyendo laboratorio y planta productiva. ♦



Para más información:  
 @alfaparfmilanopro\_arg  
 @yellowpro\_arg  
 @alfaparfaltamoda @ilsalonearg

# Embajadores de Olivia Garden capacitaron a peluqueros y estilistas argentinos



“Es un orgullo poder compartir nuestro conocimiento y experiencia con los profesionales de la peluquería y la estética de Argentina. Olivia Garden tiene el compromiso de brindar a los estilistas las mejores herramientas y la capacitación necesaria para lograr resultados

La ciudad de Buenos Aires recibió recientemente la visita de los embajadores de la reconocida marca de herramientas para el cuidado del cabello, Olivia Garden. Jaime Hernández y Jorge Morales, quienes viajaron desde Nueva York, brindaron una extensa capacitación a peluqueros y estilistas locales en las instalaciones de la distribuidora Casiopea.

Durante la jornada de trabajo, los expertos de Olivia Garden compartieron con los asistentes todos los detalles técnicos y las funcionalidades de cada uno de los cepillos que componen la línea de productos de la marca. Explicaron exhaustivamente las características diferenciales de cada modelo, haciendo énfasis en los materiales utilizados, la ergonomía y el diseño de vanguardia. Asimismo, los embajadores presentaron el nuevo secador SuperHP, el último lanzamiento de Olivia Garden. Este innovador secador cuenta con tecnología de última generación que permite un secado más rápido y eficiente, cuidando la salud y la integridad del cabello.

excepcionales», destacó Jorge Morales.

Por su parte, Jaime Hernández comentó: «Estamos muy satisfechos de haber podido visitar Buenos Aires. Nuestro objetivo es fortalecer los vínculos con la comunidad local y seguir impulsando el crecimiento de la marca en el país y en toda Latinoamérica”.

La actividad contó con una gran convocatoria de peluqueros y estilistas, quienes pudieron resolver todas sus dudas y consultas sobre los productos de Olivia Garden. Los asistentes se mostraron muy entusiasmados y agradecidos por la oportunidad de acceder a esta capacitación de primera calidad. Conoce más sobre los productos de Olivia Garden en Instagram: [@oliviagarden.arg](https://www.instagram.com/oliviagarden.arg) o en la nuestra página web: [www.cytnet.com.ar](http://www.cytnet.com.ar). ♦



## Silkey Mundial junto a Claudio Cosano

Silkey Mundial acompañó la presentación Avant Première de la nueva Colección exclusiva de Alta Costura de Claudio Cosano, adelante de la gran colección que presentará en septiembre en el Salón Internacional Moda & Coiffure 2024.

Más de 50 modelos desfilaron diseños deslumbrantes, peinadas y maquilladas por los equipos comandados por los colaboradores artísticos de Silkey Mundial, Leo Cosenza y Gervasio Larrivey. La presencia de la invitada de honor la Sra. Mirtha Legrand, coronó una noche estelar, llena de famosos, profesionales embajadores como Bruno Salas, Oscar Colombo, Franco de los Santos, Fernando Enriquez, directivos de Silkey Mundial, clientes y amigos en el exquisito entorno del Palacio Bravo del Circulo Italiano. ♦



## M A C Cosmetics apuesta a una nueva tienda inteligente

La marca de maquillaje profesional M A C Cosmetics, reconocida por estar a la vanguardia con cada uno de sus lanzamientos, continúa innovando con la ampliación y renovación de su local en el Shopping Alto Palermo, en la Ciudad de Buenos Aires. Mediante la integración de lo físico con lo digital, buscan destacar los últimos lanzamientos, tendencias y servicios que ofrecen sus Artistas. Cada aspecto del diseño de la nueva tienda, es un reflejo de la esencia de M A C y de su compromiso con la innovación. La combinación de formas rectas y minimalistas con formas curvas y circulares crean un ambiente moderno, elegante y lujoso, pero a la vez divertido, demostrando una estética original y fresca que proporciona a los clientes una experiencia de compra única y sofisticada. ♦

HIDRATA



PURIFICA



TONE VITAE®

REPARA



FORTIFICA



Conseguí todos los productos Tone Vitae





## # Dolce & Gabbana propone su versión más intensa

La marca de lujo da a conocer su fragancia femenina Q Eau De Parfum Intense, que se complementa con la masculina K, y juntas reinterpretan el K&Q originales. Las nuevas creaciones Q y K de Dolce & Gabbana encuentran la fuerza en ser complementarias: el nuevo Q Eau de Parfum Intense es un perfume para una mujer fuerte y decidida. La misma determinación subyace también a K Eau de Parfum, la invención para él, que encarna el carácter intrépido de un hombre seguro de sí mismo. Un perfume que surge de la perfecta armonía entre diferentes esencias: la combinación de los ingredientes más preciosos y poderosos cobran vida con dos nuevas creaciones intensas, verdaderas expresiones hechas en Italia. K & Q Eaux de Parfum Intense están firmados por Daphne Bugey, creadora de Q y K, este último junto con Nathalie Lorson. ♦

## # Azzaro presenta Chrome Eau de Parfum

Es una fragancia masculina acuática realzada por mandarina verde y contrastada por un elegante rastro amaderado para un aroma poderoso y duradero. Está inspirada en el Mediterráneo, con una frescura vigorizante, reconfortante y poderosa. Es un perfume intensamente fresco, fougere, aromático y amaderado para hombres que celebran la alegría de vivir. Su icónica botella de colonia cromada se reelaboró en un azul profundo, reflejando las profundidades del mar. ♦



## # Givenchy se vuelve irresistible con L'Interdit Rouge Ultime

La marca de lujo presenta su nueva fragancia, que promete seguir cautivando como la famosa gama que la antecede. Desde su lanzamiento en 2018, L'Interdit no dejó de transgredir los códigos explorando las virtudes de su poder liberador a través de cada una de sus variaciones olfativas. Hoy, L'Interdit prolonga la experiencia con su Eau de Parfum Rouge Ultime. Radicalmente liberada, la fragancia se impone, sin concesiones. Imposible resistirse. Creada por los maestros perfumistas Dominique Ropion, Anne Flipo y Fanny Bal, el sello subversivo de L'Interdit revela una nueva faceta con una sensualidad cautivadora. ♦





## # Colección de AXE por perfumistas internacionales

AXE revoluciona el mundo de las fragancias de lujo con el lanzamiento de su nueva colección realizada por dos casas expertas en el mercado, Givaudan y Firmenich, y creada por Ann Gottlieb, reconocida desarrolladora a nivel mundial y responsable de innumerables perfumes exitosos. La marca diseñó la Colección de Fragancias Finas de AXE, un híbrido entre una fragancia fina y un desodorante que neutraliza el mal olor corporal para mantener a los hombres protegidos. La nueva gama es más fresca, ligera y moderna que las anteriores de la marca, y presenta una diversa variedad de perfiles y aromas amados por los jóvenes. De hecho, huelen de lujo como un perfume, en un mercado en el que +74% de los jóvenes de la Generación Z cree que no hay una fragancia fina que pueda pagar(1). AXE enfrenta esta problemática logrando desarrollar un aroma premium que todos puedan adquirir. ♦

## # Moschino presenta Toy 2 Pearl

De la genialidad de Jeremy Scott, director creativo de Moschino, y la pericia de Euroitalia, llega Toy 2 Pearl, una fragancia intensa y sin género. El jazmín hidropónico cobra vida impulsado por el limón chispeante y salado en una combinación que inyecta alegría y energía en su forma más pura.

El icónico frasco y caja en forma de osito de peluche regresan, pero en esta ocasión con un toque especial en forma de los colores de la madreperla tahitiana sumergida en el fondo del mar, destacando el cuidado, la atención al detalle y la naturaleza única de cada pieza. Así, cada frasco y caja vienen en tonos ligeramente diferentes. ♦



## # Fuerte, apasionado y seguro

Eros Flame EDT, de Versace, es una fragancia para un hombre fuerte, apasionado y seguro de sí mismo, que está profundamente conectado con sus emociones. Percibe simultáneamente los sentimientos presentes y saborea la fragancia eterna del verdadero amor, transportándose del mundo real a un universo mitológico, el hogar de héroes que transforman sus imperfecciones en fortalezas. Contiene mandarina, pimienta negra, chinotto, limón y romero como notas de salida, pimienta, geranio y rosa en el corazón, y vainilla, haba tonka, sándalo, cedro de Texas, pachulí y musgo de roble como notas de fondo. ♦

Centro de Capacitación Técnica

# Atelier

Todo para la Estética,  
la Belleza y la Peluquería  
a su servicio en un mismo lugar.



**ymajine group**  
Instituto Integral de Peluquería y Belleza

Cursos Básicos y Especialización en:

- ✓ Peluquería ✓ Estética
- ✓ Depilación ✓ Cosmetología

Rápida salida laboral - Títulos oficiales





## # L'Oréal París presentó Excellence Sin Amoníaco

La línea de Excellence Sin Amoníaco fue lanzada en 2023 y es una opción innovadora en el mercado ya que se trata de una coloración permanente, es decir, que aclara u oscurece hasta 2 tonos y es capaz de cambiar el color pero sin amoníaco, por lo que genera menos daño en la fibra capilar, permitiendo el cambio de color pero sin dejar de lado el cuidado del cabello. Este nuevo producto se puede encontrar en hiper y supermercados, farmacias, perfumerías y en la tienda oficial en Mercado libre. ♦

## # Delfi's by Bellísima, para todos los cabellos

La nueva línea capilar vegana, ya disponible a lo largo del país, está compuesta por seis variedades de shampoo y máscaras. Llegó al mercado de la belleza Delfi's by Bellissima, una nueva línea capilar que se caracteriza por seguir la tendencia actual, ya que es vegana, libre de sulfatos y parabenos, sin tacc y no testada en animales. Delfi'S está compuesta por seis tipos de shampoo y mascara. Dichos productos se presentan en un atractivo envase por 250 ML, con divertidos nombres y en un colorido espectacular en toda la línea para distintos tipos de cabellos. ♦



## # Potencia inteligente para un estilo impecable

Descubre el secreto detrás del look perfecto con el Nuevo Secador Profesional Ultra Liviano y Compacto DUGA D9. El Nuevo Secador Profesional Ultra Liviano y Compacto DUGA D9 está diseñado para ofrecerte un estilo impecable con facilidad y comodidad. Con características de vanguardia, este secador es la herramienta indispensable para tu rutina de belleza: motor digital de 110,000 RPM, 1900 watts de potencia, iones negativos para un cabello más saludable, y cuerpo ultra liviano Limpieza automática para un rendimiento duradero. ♦



**POLEPOSITION USA, CORP.**  
WAREHOUSING AND FREIGHT SERVICES COMPANY - MIAMI

SERVICIO PROFESIONAL DE ALMACENAJE Y TRANSPORTE DE MERCADERIAS EN ESTADOS UNIDOS



**CONTACTENOS**  
**EMAIL: INFO@POLEPOSITION.US**  
**WEB: POLE-POSITION.US**  
**TEL: +1(786) 731-2092**

LANZAMIENTOS TAN NATURAL

# BUENAS NOTICIAS PARA TU PELO



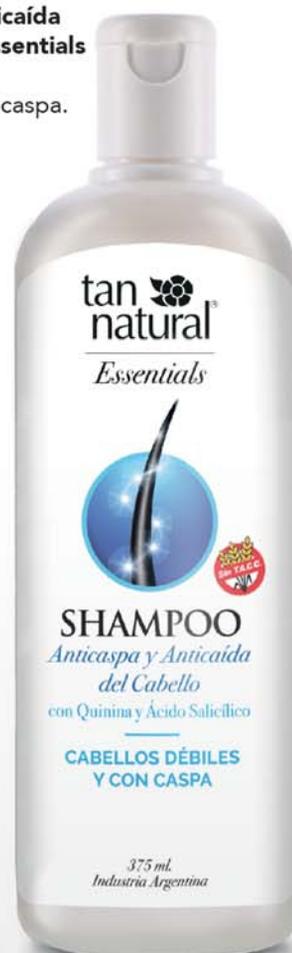
**Shampoo Oro  
Tan Natural**  
Reparación y potenciador  
del brillo.

**Tratamiento Capilar Oro  
Tan Natural**  
Reparador y restaurador  
profundo.

**Protector Térmico  
System 3**  
Tratamiento de  
reconstrucción térmica.  
Con filtro solar y aceites  
vegetales.



**Shampoo Anticaspa y Anticaída  
del Cabello Tan Natural Essentials**  
Con Quinina y Ácido Sílico.  
para cabellos débiles y con caspa.





## # 100% vegana

YELLOW COLOR es una coloración por oxidación 100% vegana, contiene el porcentaje de amoníaco más bajo del mercado lo que garantiza la integridad de la fibra. Tiene como componente cosmético el ALOETRIX (Aloe vera, germen de trigo y filtro UV). Viene en 79 colores. ♦

## # Para ellos

Press tiene una opción para cada hombre. PRESS es una fragancia cítrica y amaderada, para hombres clásicos. PRESS Blue joven y dinámica, con notas acuosas y verdes. PRESS Titanium es fuerte y personal, especiada y maderosa de gran persistencia. PRESS Platinum nocturna y atrevida, profunda y aromática. ♦



## # Hannah Collins trae grandes novedades para el cabello

La empresa cosmética presenta shampoo y enjuague de uso diario para toda la familia de Tan Natural y mascarilla reparadora de System3. Tan Natural de Hannah Collins propone el Shampoo y Enjuague Uso Diario para toda la familia, especialmente indicado para todo tipo de pelo. Este dúo posee excelentes y delicados emolientes como aceites de Palta y de Lino, que contribuyen a la reestructuración, vitalidad y elasticidad de cada fibra capilar gracias a su contenido de Vitaminas B y F, Oligoelementos y Omega 3. De esta forma, el shampoo limpia profundamente, otorgando a los cabellos la humedad y nutrición que necesitan para lucir saludables, brillosos y con cuerpo. Tan Natural apunta al cuidado del medioambiente, ya que son sin TACC (libres de Gluten), aptos veganos, no testeados en animales, sin materia prima de origen animal, libres de Parabenos, sin aceites minerales, sin Siliconas, con fragancia libre de alérgenos y envases 100% reciclables. ♦

La única revista gráfica y digital con toda la información de la belleza y la estética profesional.



**interLOOK**  
la visión de la innovación

[interlook@tradeyretail.com.ar](mailto:interlook@tradeyretail.com.ar)



Publicar en INTERLOOK, es la clave para hacer más rentable tu negocio

# LISS MULTI-BENEFIT

¡El aliado perfecto  
para tu cabello!

## 10 beneficios en 1:

- Protección térmica
- Efecto anti-frizz
- Eficacia antihumedad
- Acción desenredante
- Protección UV
- Efecto disciplinante
- Efecto antiestático
- Previene las puntas abiertas
- Ayuda a sellar la cutícula
- Aporta brillo



Mundial  
**SILKEY** SK  
PROFESSIONAL

Coloración Crema para el Cabello

**COLORKEY** *Milenium*

Sistema Fibro-Protect

**Cromo-Active**  
Profundiza las tonalidades

CIENCIA EN COLORACIÓN PROFESIONAL

“**COMPLEJO MOLECULAR** DESARROLLADO  
PARA **TEXTURIZAR Y PROTEGER** EL CABELLO  
DEL **CROMO-ENVEJECIMIENTO**”

## DOSIFICACIÓN



NO TESTEADO  
EN ANIMALES



COMPROMISO SOCIAL AMBIENTAL



[www.silkeymundial.com](http://www.silkeymundial.com)