

Interlook

ARGENTINA

la visión de la innovación

Textura, forma y brillo:

Las 3 reglas del buen styling





PASIÓN POR LA BELLEZA. AMOR POR LOS RESULTADOS.

DALE LA FORMA Y LA BELLEZA QUE TU PELO MERECE

CERA MODELADORA TAN NATURAL

para modelar y dar terminación a los peinados y cortes.

CERA MODELADORA SYSTEM 3

para modelar con ultra fijación y brillo extremo.

TEXTURA LÍQUIDA SYSTEM 3

modelación y peinado. Anti humedad para una fijación total.

TRATAMIENTO MULTIFUNCIÓN 25 BENEFICIOS

para el cuidado y la protección de tu pelo.



System 3



Tan Natural

Conocé mas sobre nuestros productos



ESCANEA EL QR, PARA CONOCER NUESTROS
PRODUCTOS Y TU PUNTO DE VENTA MAS CERCANO.

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

 **HANNAH COLLINS®**
LABORATORIO

 **TAN NATURAL®**
System 3®



Año 21 | Número 174 | 2026
Edición gráfica y digital
Tapa Gentileza: Tracey Ann Smith @tannsmithhairartist

Director
Marcelo F. Irungaray
mirungaray@trademedia.com.ar

Coordinación General:
Marcelo A. Martinez
mmartinez@trademedia.com.ar

Edición Periodística
Nicolas Giani
redaccion@trademedia.com.ar

Diseño y Diagramación:
Esteban Portela
estebanportela@outlook.com.ar

interLOOK
la visión de la innovación

Registro de marca Nº 4.064.209
Propiedad intelectual Nº 5.145.488
Valor del ejemplar \$10.000.-

TMA
argentina
Trade Media Argentina s.a.

Perú 457. Piso 6 E - Segundo Cuerpo
Perú 655 - 1º Piso
Tel: +54 9 11 6052-0480
(C1068AAC) Buenos Aires, Argentina
interlook@trademedia.com.ar
www.interlook.com.ar

Los editores no se hacen responsables de las opiniones vertidas en la revista por los columnistas, entrevistados, notas firmadas y/o contenido de los avisos publicitarios.

Seguinos en Seguinos Seguinos en



4
Textura, forma y brillo: Las 3 reglas del buen styling
El mercado de productos capilares presenta una amplia variedad de propuestas orientadas al styling, la fijación y el cuidado del cabello. Desde espumas matizadoras y protectores térmicos hasta ceras modeladoras, sueros con tecnología antifrizz y coloraciones sin amoníaco, las marcas del sector renuevan su oferta con fórmulas que combinan fijación, brillo y nutrición.



20
L'Oréal Groupe trae NYX Professional Makeup a la Argentina
Se trata del lanzamiento más importante de una nueva marca de consumo masivo en el segmento de maquillaje, la primera en los últimos 9 años,



34
Casa Crespo, una historia de familia, esfuerzo y amistad
José Luis Crespo relata el recorrido de la firma de venta de productos de perfumería y accesorios para peluquerías y centros de belleza que hoy es un emblema en Río Cuarto.

4
Textura, forma y brillo: Las 3 reglas del buen styling
El mercado de productos capilares presenta una amplia variedad de propuestas orientadas al styling, la fijación y el cuidado del cabello. Desde espumas matizadoras y protectores térmicos hasta ceras modeladoras, sueros con tecnología antifrizz y coloraciones sin amoníaco, las marcas del sector renuevan su oferta con fórmulas que combinan fijación, brillo y nutrición.



32
¿Qué revisar antes de alquilar un sillón en tu salón?
El alquiler de sillones se consolidó como uno de los modelos de negocio más discutidos dentro del sector de la peluquería y la barbería en España, y genera dudas concretas entre quienes gestionan un salón: ¿cuándo este esquema es legal y cuándo puede derivar en una sanción por falso autónomo?



36
Cabello Ube: el tono morado que eligen los estilistas internacionales
El cabello Ube se instaló como una de las tendencias capilares más comentadas del verano europeo 2026. El nombre remite a un tubérculo filipino de color púrpura intenso, y su interpretación en coloración capilar admite matices que van del violeta profundo al lavanda luminoso.

Textura, forma y brillo: Las 3 reglas del buen styling

El mercado de productos capilares presenta una amplia variedad de propuestas orientadas al styling, la fijación y el cuidado del cabello. Desde espumas matizadoras y protectores térmicos hasta ceras modeladoras, sueros con tecnología antifrizz y coloraciones sin amoníaco, las marcas del sector renuevan su oferta con fórmulas que combinan fijación, brillo y nutrición. A continuación, un recorrido por las principales novedades disponibles para el cuidado y la terminación del cabello.

NUEVO

wet n wild

LAS MÁSCARAS MÁS VENDIDAS

UN EXHIBIDOR LISTO PARA TU MOSTRADOR



megaclear

BROWN & LASH MASCARA.
Definición natural y efecto
gel.



MEGA LENGTH™

Alarga y separa cada
pestaña.



MEGA VOLUME™

Volumen extremo desde
la primera aplicación.



MEGA PROTEIN™

Formula con proteínas
que nutre y fortalece
las pestañas.



24 MÁSCARAS

CON PROBADOR SIN CARGO



**PARA MÁS
INFORMACIÓN**



MEGATEN S.A.



1157076146

Ultra fijación + alto brillo

La cera modeladora capilar de System3 es un producto de estilo de alta fijación y alto brillo.

Especial para modelar y peinar tanto sobre cabellos secos o húmedos. Excelente resistencia a la humedad y durabilidad a los peinados. Extra brillo por sus componentes protectores y reflejantes de la luz. ♦



Protector térmico

El protector térmico 2 en 1 de Hannah Collins está especialmente pensado para proteger a la fibra capilar de las agresiones térmicas causadas por el uso de Planchitas, Bucleadoras y Secadores. Su fórmula con Filtro Solar y enriquecida con Aceites de Argan, Almendras, Oliva, Lino y Macadamia se activa con el calor. Protege y acondiciona los cabellos manteniendo la fuerza, nutrición e hidratación con un perfecto control del frizz y sellado de las cutículas. ♦



Espuma color

Esse Matiz, de Hannah Collins es una espuma color para el cabello, matizador gris acero. Su espuma consistente permite una distribución fácil y homogénea del color. Cubre suavemente las canas, aun las más rebeldes. Contiene acondicionadores que aportan suavidad y brillo. Incluye además agentes humectantes que mantienen el grado de hidratación ideal del cabello. Matiza suave y naturalmente los cabellos con canas. El color se distribuye perfectamente disimulando las canas y el color se va eliminando fácilmente con los lavados sucesivos. ♦





LOS PRODUCTOS DE TU PELUQUERÍA EN TU CASA

BR 18. MASCARILLA CAPILAR . SHAMPOO DETOX . SHAMPOO MATIZADOR BLACK . SHAMPOO NEUTRO . SHAMPOO ÓLEOS VITALES

Encontranos en IG



DESDE 1991



Encontrá tu punto de venta más cercano
www.hannahcollins.com.ar
 /System3 y Tan Natural
 @system3argentina/ @tannaturalargentina
 Atención al consumidor: 54 9 116 570 2310

HANNAH COLLINS
 LABORATORIO

MÁS DE 30 AÑOS
 AL SERVICIO DE LA BELLEZA

System 3
 TAN NATURAL

Un toque final

Conscientes de que cada cabello y cada rutina son únicos, el ecosistema de marcas de Alfaparf Milano ofrece un abanico de soluciones diseñadas tanto para la alta exigencia del salón profesional como para la practicidad del cuidado en casa:

Sueros y óleos (brillo y nutrición)

- **Alfaparf Milano Professional:** El icónico Semi di Lino Sublime Cristalli Liquidì es indispensable para sellar las cutículas, aportar un brillo instantáneo infinito y proteger el cabello de la humedad.
- **Yellow Professional:** El Beautifying Mist de Hydra Care proporciona una luminosidad inmediata, suavizando la fibra sin aportar peso.
- **Il Salone Milano:** El óleo reestructuración y fuerza (con tecnología Plex Rebuilder) es un verdadero aliado para los cabellos muy dañados o tratados químicamente; repara los enlaces de la fibra, reduce el quiebre, sella y aporta una suavidad extrema con efecto anti-frizz.

Productos de finish y textura (fijadores y cuidado diario)

- **Alta Moda:** El leave-in protector térmico y disciplinante Perfect Liss & Long es el aliado ideal para preparar y finalizar el peinado en casa; gracias a su tecnología de inyección multicapilar (con Keratina y D-Pantenol), alinea la fibra, bloquea el frizz, ofrece protección térmica hasta 230 °C y otorga un brillo reflectante increíble.

Para una fijación impecable, pero con un extra de suavidad y brillo tridimensional, se pueden mezclar unas gotas de sérum con un toque de mousse en la palma de la mano antes de trabajar el cabello. ♦



MÁS BRILLO. MÁS MOVIMIENTO. MÁS CUIDADO.

La nueva rutina capilar que combina tratamiento profundo con styling inteligente.

Porque el mejor peinado empieza con un cabello sano.



PASO 1 — TRATAMIENTO & NUTRICIÓN

Antes de cualquier producto de styling, el cabello necesita su base. La línea **Issue Saloon Professional** lo sabe bien:

- El **Serum Intense Repair** con aceite de argán transforma el cabello reseco y maltratado volviéndolo sedoso, brillante y manejable.
- El **Serum Color Protect** con vitamina E y filtro UV protege el color y frena el envejecimiento capilar.
- El **Shock de Brillo Soft & Shine** es el paso express: proteínas, vitaminas y aceite de coco para un cabello revitalizado y con brillo instantáneo.

El ritual de cuidado no es un lujo, es el punto de partida.



PASO 2 — FIJACIÓN

El estilo de hoy no reseca ni daña. Los **Geles Roby** tienen fórmula vegana, con aloe vera y sin alcohol, para fijar sin resecar:

- ¿Buscás movimiento natural? **Fijación Normal.**
- ¿Terminaciones perfectas? **Fijación Fuerte.**
- ¿Un look brillante y definido? **Efecto húmedo.**
- ¿Vas al gym y no querés perder el peinado? **Sport, con máxima fijación y larga duración.**

PASO 3 — VOLUMEN, BRILLO Y ACABADO FINAL

El toque final que lo cambia todo:

El **Mousse Roby** aporta volúmen, suavidad y brillo con alta resistencia a la humedad, sin dejar residuos y minimizando el frizz. Ideal para quien quiere movimiento natural con duración.

Los **Sprays Fijadores Roby** cierran el look: en versión Normal, Fuerte o Extra Fuerte, todos mantienen el look natural, reducen el frizz y aportan brillo.

El finishing touch que hace que un buen cabello se vea extraordinario.





Crema para peinar con aceites florales

La crema para peinar cabellos con rulos de Tan Natural brinda mayor control desde la mañana hasta la noche. Formulada con todo el poder de sus Aceites Florales ricos en Bioceramidas, controla el volumen, minimiza el frizz, nutre, hidrata y define tus rulos manteniendo su movimiento natural con un brillo increíble. ♦

Aliados infaltables

Tone Vitae, la marca que entiende la esencia del estilo profesional, presenta dos aliados infaltables para los expertos en el cabello: su nuevo Gel Capilar de Alta Fijación y la innovadora Cera Modeladora de Acabado Brillante. Dos fórmulas pensadas para quienes buscan performance, versatilidad y un acabado impecable. El Gel Capilar Tone Vitae es ideal para crear peinados estructurados o looks pulidos, este gel ofrece una fijación extrema y duradera sin dejar residuos ni apelmazar el cabello. La Cera Modeladora Tone Vitae fue diseñada para estilistas que buscan control sin rigidez, esta cera ofrece modelado flexible, textura y cuerpo. Ideal para finalizar cortes masculinos o darle un toque casual y moderno a cualquier peinado. Su fórmula de acabado brillante, no oleosa y de fácil aplicación, permite rehacer el estilo durante el día, manteniendo el cabello manejable y con aspecto natural. ♦



Texturizante instantáneo

Opción Línea Navajas presenta su Texturizante instantáneo. Un polvo que ofrece una fijación media y duradera con acabado mate. Permite realizar peinados rotos y descontracturados. Ideal para dar cuerpo y volumen. ♦



Brillo y textura

Opción ofrece alisados para finalizar todo tipo de peinados, resaltando la belleza natural de tu cabello. Cera: regenera las puntas dañadas y secas. Logra un efecto brillante y sedoso en la definición. Brillo: cubre el cabello con una película que lo protege de la humedad haciéndolo brillar naturalmente. Es ideal para la terminación de cualquier peinado. No actúa como fijador y conserva la flexibilidad y libertad de movimiento del cabello. Star Flash: realza tu peinado con destellos luminosos. No humedece el cabello. ♦

// LOGÍSTICA PARA LA INDUSTRIA DE LA BELLEZA

De Europa, Asia y Norteamérica a tu próxima producción.

En POLEPOSITION USA, CORP. transportamos lo que tu marca de belleza necesita para crecer: productos terminados, envases, materias primas y maquinaria de producción; desde Italia, Francia, Alemania, Corea, Japón, China y Estados Unidos hasta nuestro warehouse en Miami o la puerta de tu depósito. Un solo operador, una sola conversación: consolidación de cargas, despacho aduanal, almacenaje en Miami y re-exportación a Latinoamérica.

LÍNEAS CAPILARES // DERMOESTÉTICA // PERFUMERÍA
// MAQUILLAJE // BARBERÍA // UÑAS

POLEPOSITION USA, CORP.

World Shipping & Warehousing Services Company

SOLICITAR COTIZACIÓN

info@pole-position. us
+1 786 731- 2092 [USA]
+54 9 11 3174- 0467 [ARG]
@poleposition_us a



Air Freight
Sea Freight
Warehousing
Fulfillment Center



Fortalecimiento

Dercos Collagen Filler 17, de Vichy, es una línea de productos diseñada para fortalecer el cuero cabelludo y reparar 5 años de daño en un solo uso. Su fórmula avanzada combina: Péptidos Pro-Colágeno, que mimetizan la estructura del colágeno y potencian la síntesis de colágeno 17; Ácido Cítrico y Glicina, para fortalecer la fibra capilar desde el interior; Glicerina, un humectante que atrae y retiene la humedad en el cuero cabelludo y el cabello, previniendo la sequedad y reduciendo el quiebre. ♦



Color intenso y duradero

Garnier Nutrisse Óleos es la nueva coloración permanente sin amoníaco que combina 10 óleos nutritivos y keratina vegetal para ofrecer un color intenso y duradero sin comprometer la salud del cabello. Su innovadora tecnología CRYST-OL™ garantiza hasta 100% de cobertura de canas, 8 semanas de color y un cabello hasta 5 veces más fuerte y brillante. Además, su fórmula es 100% vegana y cuenta con la certificación de Cruelty Free International. Disponible en 10 tonos, desde rubios y castaños hasta negro y colorados. ♦

Nutrición universal

Óleo Extraordinario Nutrición Universal, de Elvive, es el tratamiento N° 1 del mercado y posee una textura ligera enriquecida con extracto de 6 óleos de flores preciosas capaz de revitalizar la estructura capilar, lograr un brillo extraordinario y suavidad. No genera efecto graso y tiene varios usos: como preshampoo, para nutrir intensamente; antes de un peinado, para suavizar; como protector térmico, para cuidar el cabello y como toque final para brillo y acción anti frizz. ♦





Versatilidad

Elixir Ultime de Kérastase es un aceite capilar versátil que no necesita enjuague, con una fórmula ligera que proporciona un brillo luminoso al cabello opaco. El icónico aceite capilar **Elixir Ultime**, con su brillo inolvidable y su fragancia cautivadora, aporta suavidad y nutrición a todo tipo de cabello, lo que lo convierte en el mejor aceite para tu cabello. 92% más brillo, 90% más suavidad y 71% menos frizz por hasta 96 horas (test instrumental después de 1 aplicación). ♦

Para el profesional

La línea Essential está diseñada para facilitar el desempeño del profesional en el salón. Son productos básicos infaltables que colaboran para obtener resultados de excelencia:

- **ESSENTIAL ALL IN ONE CONDITIONER:** Acondicionador sin enjuague ALL IN ONE. Hidrata y acondiciona la fibra capilar. Desenreda permitiendo peinar y modelar con facilidad. Aporta brillo extremo dejando el pelo suave y ligero.
- **LISS IDRAET PROHAIR SMOOTH:** LISS SMOOTH es una línea especialmente diseñada para cabellos lacios por naturaleza o con procesos de alisado. Los resultados son un lacio perfecto, suave y brillan.
- **LISS SMOOTH SERUM LEAVE IN:** Reconstruye y fortalece la fibra capilar penetrando en el interior. Sella las puntas y evita que se abran. Previene el encrespamiento y restaura el brillo. Permite dar la forma deseada al peinado y prevenir el frizz. Cabello más suave y con brillo espejo. ♦



Restaurador

Magic Retouch, de L'Oréal, es el retocador de raíces de la marca, vuelve a estar disponible en Argentina. Este producto en formato spray se aplica fácilmente y el color se integra perfectamente al cabello, ¡3 segundos y adiós a las canas! El método en spray facilita su uso en casa, ofreciendo cobertura instantánea y temporal que se elimina con el lavado. Con una duración hasta el primer lavado con shampoo, cada unidad de Magic Retouch proporciona hasta 25 aplicaciones rápidas y efectivas. Disponible en cinco tonos, apto para todo tipo de cabellos y de secado rápido, Magic Retouch es libre de amoníaco y peróxido. Disimula al instante canas y raíces, garantizando resultados cosméticos impecables con una aplicación rápida y cómoda. ♦



Terminación

La Cera Modeladora Capilar de Tan Natural es especial para modelar y dar terminación a los peinados y cortes. ♦



Adiós a los daños

La crema para peinar Colágeno Jelly, de Garnier, con su nueva tecnología transparente y ligera, peina el cabello sin sensación pesada ni grasa. Protege el cabello del quiebre, daños térmicos y daños UV dejando un cabello manejable y suave durante todo el día. Libre de parabenos. ♦



Transformación

Keratin Alpha Sleek, la nueva e innovadora línea de L'Oréal Professionnel transforma el cabello para hasta 2 semanas de control del frizz y efecto liso. Compuesta por 4 pasos aptos para todo tipo de cabello, esta línea es la solución ideal para reducir el frizz, potenciar la suavidad hasta 5 veces más, prolongar un cabello liso natural, y reducir a la mitad el tiempo diario de peinado. Para garantizar resultados óptimos y duraderos, se recomienda realizar la rutina completa: Shampoo, Tratamiento Smooth Transformer, Mascarilla y Sérum. ♦



PRÓXIMAMENTE

PARA
HOMBRES



Cómo lograr el styling perfecto según tu cabello

El styling es una pieza clave a la hora de definir un look. Desde la preparación previa hasta la elección de productos y herramientas, existen técnicas específicas según el tipo de cabello que permiten lograr resultados prolijos y duraderos.

Preparación y cuidado básico

El primer paso para un buen styling es lavar y acondicionar el cabello con productos adecuados al tipo de cada persona. Antes de aplicar herramientas de calor, se recomienda utilizar un spray protector térmico, y mantener una hidratación regular resulta especialmente importante en cabellos resecos o rizados.

Secado

La técnica de secado varía según el resultado buscado. Para un acabado liso, conviene secar el cabello suavemente con una toalla y luego utilizar un secador con boquilla concentradora. Si el objetivo es sumar volumen, se aconseja secar con la cabeza hacia abajo, mientras que para ondas o rizos definidos el difusor es la herramienta indicada.

Productos según el estilo

Existe una variedad de productos pensados para distintos objetivos: mousses o espumas para dar volumen, sérums o aceites ligeros para controlar el frizz y aportar brillo, y ceras o pomadas para definir peinados con mayor precisión.

Tipos de cabello y estilos

Cada tipo de cabello tiene sus propias características. El liso es recto y suave, ideal para un look elegante y pulido; el ondulado presenta ondas suaves y naturales, y resulta muy versátil; el rizado se distingue por su volumen y textura marcada, perfecto para un estilo vibrante, mientras que el frizz aporta una textura desordenada y con volumen extra, por lo que suele requerir productos específicos anti-frizz. En cuanto a los peinados, la cola de caballo es una opción práctica y elegante que se adapta a distintas ocasiones; las trenzas van desde versiones simples



hasta las más elaboradas, ideales para un estilo juvenil; el moño, en sus variantes altas o bajas, resulta apto tanto para eventos formales como casuales. Entre los cortes, el pixie o corte corto se destaca por ser moderno y fácil de mantener, mientras que el bob es un clásico con múltiples variaciones y adaptaciones.

Mantenimiento del estilo

Para conservar el peinado durante el día, se recomienda utilizar fijadores ligeros que no sumen peso al cabello. En los estilos con volumen, acariciar las raíces con los dedos ayuda a mantener el efecto, y de ser necesario, se puede reequilibrar el peinado en distintos momentos de la jornada.

Claves finales de styling

La elección de los productos -protectores térmicos, mousses, cera, gel o sueros- debe hacerse según el estilo que se busque lograr. En cuanto a las herramientas, planchas, tenazas y secadores requieren siempre de una protección previa del cabello antes de aplicar calor. Entre las técnicas más utilizadas se destacan el plopping para rizos, las trenzas mojadas para generar ondas y el peinado con difusor. Finalmente, la hidratación regular y el corte periódico de puntas completan el cuidado necesario para sostener cualquier estilo en el tiempo. ♦

Hidratación y protección profunda

Para un cabello saludable y radiante, Opción presentó Synergy Blend, una línea que combina la riqueza natural del aceite de argán y los beneficios innovadores del CBD para ofrecer una experiencia de cuidado capilar profesional en cada paso de la rutina. Esta línea está diseñada especialmente para brindar hidratación profunda y protección continua y es ideal para mantener tu cabello saludable y lleno de vida. La línea está compuesta por shampoo, máscara capilar, tratamiento sin enjuague, óleo capilar y ampolla de nutrición. Los beneficios de usar la línea completa son:

✓ **Hidratación profunda y duradera.** Cada paso de la rutina aporta una dosis extra de hidratación, ideal para cabellos resecos o expuestos a factores definidos.

✓ **Protección continua.** Protege el cabello de agresiones externas, manteniéndolo suave, manejable y saludable.

✓ **Calidad profesional.** Diseñada con ingredientes de calidad premium para un cuidado profesional en el hogar. ♦



Las marcas compiten cada vez más en algoritmos y menos en góndolas

La industria de la belleza atraviesa un cambio profundo en la forma en que la Generación Z y la Generación Alpha descubren, evalúan y deciden sus compras. El modelo tradicional de embudo comercial, basado en la secuencia lineal de anuncio, clic y compra, pierde eficacia frente a un consumidor saturado de información y expuesto a un volumen creciente de contenido de marca altamente producido. Según estudios de la consultora McKinsey & Company, la ventaja competitiva de las marcas de belleza se trasladó de las métricas de alcance masivo hacia indicadores vinculados a la conexión genuina con las audiencias y a la distribución algorítmica del contenido. Esta fragmentación obliga a las compañías a abandonar las campañas aisladas y a construir ecosistemas de comunicación continuos, que integren relaciones públicas, marketing de influencia y pauta digital bajo una misma estrategia. El nuevo recorrido de compra combina múltiples canales antes considerados secundarios.





Una consumidora puede descubrir un producto en un video corto de TikTok, buscar opiniones sin patrocinio en comunidades cerradas de Reddit, consumir un formato “Get Ready With Me” (GRWM) de una creadora de nicho y finalmente recurrir a buscadores o asistentes de inteligencia artificial antes de decidir una compra basada en contenido orgánico y generado por usuarios (UGC). Aileen Alvarado, Client Services Director Senior en Another, sostuvo que el error frecuente de la industria consiste en concentrarse en lanzamientos aislados, sobreproducir contenidos rígidos y medir el éxito solo a través del alcance masivo, sin generar confianza real. Según Alvarado, dominar el mercado actual requiere construir marca, comprender el fenómeno del “dark search” y diseñar estrategias multicanal donde cada plataforma cumpla una función complementaria. La decisión de compra, remarcó, rara vez se produce en el punto de pago, sino que se define mucho antes, en entornos de recomendación cerrada.

Este enfoque se apoya en lo que Euromonitor International describe como un consumidor “digital-first, but not digital-only”. Según sus relevamientos, en América Latina la investigación de productos de belleza es completamente digital,

aunque apenas el 31% de los compradores concreta sus transacciones de forma puramente online. El dato confirma que las reseñas, las conversaciones orgánicas y las experiencias híbridas siguen siendo determinantes para validar una decisión de compra, tanto en el canal físico como en el digital. Frente a este escenario, los especialistas en comunicación pasan a cumplir un rol distinto al de gestores de pauta publicitaria: se posicionan como articuladores de narrativas cruzadas entre canales, orientadas a sostener la legitimidad de una marca en un entorno saturado de estímulos, apoyados en la lectura del contexto cultural regional y en herramientas de analítica predictiva. El fin del embudo lineal implica una presencia constante en los espacios donde las audiencias pasan su tiempo cotidiano, lo que reduce la fatiga publicitaria al integrar el mensaje de marca dentro del flujo natural de entretenimiento y consulta del usuario. En este nuevo esquema, el éxito ya no depende del tamaño de la inversión o del alcance obtenido, sino de la capacidad de una marca para generar relevancia cultural, credibilidad y consistencia a lo largo del tiempo, en un mercado donde la autenticidad se consolida como principal estándar de supervivencia para las marcas de belleza. ♦

L'Oréal Groupe trae NYX Professional Makeup a la Argentina



L'Oréal Groupe ratifica su compromiso de largo plazo con el país y anuncia el desembarco oficial de NYX Professional Makeup en Argentina, convirtiéndose en su marca número 17 en el mercado local. Se trata del lanzamiento más importante de una nueva marca de consumo masivo en el segmento de maquillaje, la primera en los últimos 9 años, enmarcado en una categoría que en 2025 facturó el 7% del total de un mercado de belleza estimado en U\$S 5.700 según la Cámara Argentina de la Industria de Productos de Higiene Personal, Cosmética y Perfumería (CAPA).

NYX Professional Makeup llega para ocupar un territorio único y vacante en las góndolas argentinas: el del maquillaje profesional accesible. Nacida en Los Ángeles en 1999 y adquirida por L'Oréal Groupe en 2014, la marca mantiene su ADN indie -respaldado por la infraestructura científica y global del Grupo- y apunta a conquistar a la Generación Z y a los amantes del maquillaje que buscan fórmulas de alta pigmentación, cruelty-free y con productos virales en el mundo.



Un hito para el mercado local y el ecosistema de consumo masivo

A pesar del contexto de consumo prudente y racional que atraviesa el país, L'Oréal Groupe apuesta por la expansión de la categoría de maquillaje, que actualmente ocupa el quinto lugar en facturación en el mercado local, representando una enorme oportunidad de crecimiento frente a la tendencia global donde es la segunda categoría más importante.

“El lanzamiento de NYX Professional Makeup es un verdadero hito para el mercado de la belleza en la Argentina y refleja nuestra confianza en el enorme potencial del consumidor local”, destaca Angeles Gnecco, Directora de la División de Consumo Masivo de L'Oréal Groupe en Argentina. “Lejos de

competir con nuestras marcas preexistentes -Vogue, Maybelline y L'Oréal Paris-, NYX viene a complementar nuestro portafolio de consumo masivo con una propuesta única que se caracteriza por democratizar los productos de maquillaje de calidad profesional en el segmento masivo, respondiendo a una demanda genuina de nuestra comunidad digital”, agrega.

A esta oportunidad se suma el creciente protagonismo de la Generación Z que redobla la apuesta por el cuidado y la belleza, utilizando en promedio 9 productos de maquillaje en su rutina, frente a los 5 de un consumidor promedio*. Ante este escenario, NYX Professional Makeup desembarca con una propuesta disruptiva e inclusiva que busca potenciar la creatividad y la autoexpresión de la generación más joven. ♦

Collection: "3 stripe society"

interLOOK
Salón





OPCIÓN[®]
ARGAIA
COLORACIÓN SIN AMONIACO





TECH LINE

X · TECH
REF. 09179



Z · TECH
REF. 09181



S · TECH
REF. 09180



RAGNAR

Creditos:

Hair and Creative Direction: Tracey Ann Smith assisted by Danielle Laverty

Products: MOOD www.moodhaircolor.com

Photography: Adrian Hartop

Fashion Styling: Laura Jayne Stylist

Makeup: Sophie Ryan and Charlotte Burton

Outfits Designer: The Phoebe Jeebies



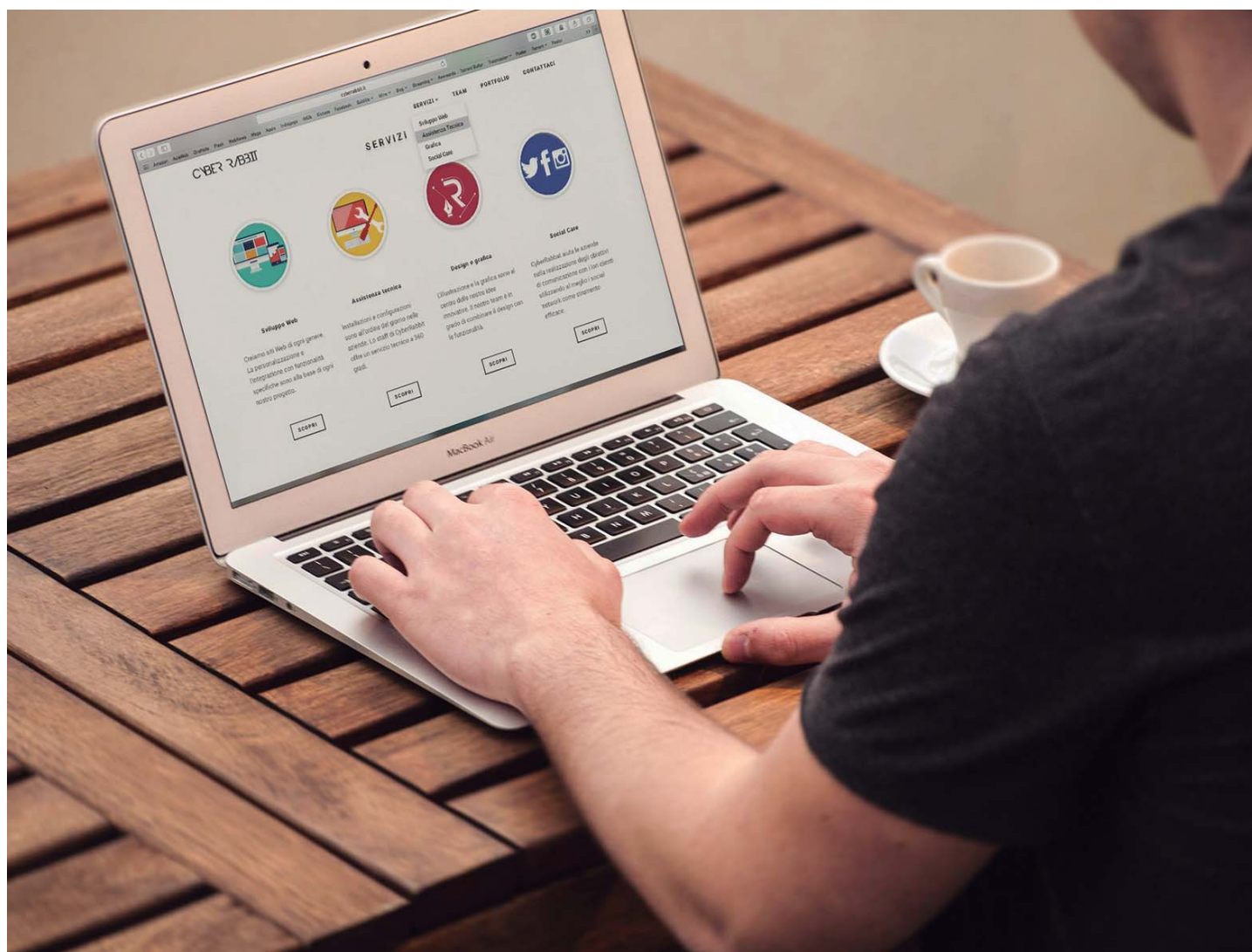


La conversación como experiencia

El viaje del cliente (customer journey) ha dejado de ser un mapa lineal de puntos de contacto controlados por las marcas. Hoy en día, el consumidor moderno descubre, evalúa, compra y recomienda productos dentro de un mismo ecosistema vivo y en constante evolución: las redes sociales. En este entorno, la conversación ya no es un canal secundario de atención, sino la experiencia central que define la relación con el cliente. Sin embargo, para el marketing contemporáneo, este escenario presenta una paradoja compleja. Las marcas se enfrentan a la presión constante de ser culturalmente relevantes y “subirse a la ola” de las

tendencias globales. El verdadero reto surge cuando el ecosistema está altamente regulado y las empresas intentan sumarse a la conversación en tiempo real sin contar con derechos oficiales. En este punto, el desafío deja de ser un simple ejercicio creativo para convertirse en una encrucijada estratégica y legal. El imperativo de la inmediatez y el “FOMO” corporativo

La urgencia por estar presentes en cada conversación digital está respaldada por la dinámica actual de los algoritmos. De acuerdo con el análisis de tendencias globales publicado en el Hootsuite Social Media Trends Report, la velocidad se ha vuelto una variable no negociable en las plataformas digitales.



estrella[®] baby



Cuidado que acompaña
cada movimiento.
Protección que acompaña
cada sueño.



Escaneó y conoce
más de Estrella Baby



estrella[®]
Suavidad natural



De hecho, los datos revelan que el 41% de las marcas ya está experimentando con interacciones y comentarios proactivos fuera de sus propios canales para forzar la visibilidad antes de que el algoritmo diluya su alcance orgánico. Los sistemas de recomendación premian la inmediatez extrema y la similitud del contenido justo después de que ocurre un momento viral, lo que genera una especie de «FOMO» (temor a quedar fuera) corporativo que empuja a los equipos de marketing a reaccionar bajo dinámicas aceleradas de contenido masivo.

El riesgo de esta velocidad es evidente: cuando una marca acelera sus procesos para no «perder la ola», los filtros tradicionales de revisión legal, propiedad intelectual y análisis de riesgo reputacional suelen pasarse por alto. El deseo de conectar con la audiencia en el momento exacto puede llevar a una empresa a utilizar hashtags protegidos, nombres de eventos oficiales o imágenes registradas, cruzando una línea que puede costar millones en sanciones o dañar severamente su reputación.

Al respecto de esta tensión entre inmediatez y control, Teresa Velasco Basurto, Social Media Director de

another, señala: “Hoy, el rol de un equipo de Social Media ya no es solo ser creativo, sino ser un guardián de la reputación corporativa. Subirse a una tendencia en un entorno regulado exige madurez digital: hay que saber encontrar el gancho cultural exacto que resuene con la audiencia, pero con el criterio estratégico suficiente para blindar legalmente a la marca. No se trata de hablar de todo, sino de saber cómo hablar de lo que importa sin poner en riesgo el negocio”.

El Social Media en el Customer Journey: Por qué todos quieren hablar

A pesar de los riesgos, bajarse de la conversación no es una opción viable para los negocios actuales debido a la saturación comercial del entorno digital. Los datos duros expuestos en el HubSpot Social Media Marketing Report destacan que el 59% de los equipos de social media cita el incremento del reconocimiento de marca (brand awareness) como su objetivo número uno, una necesidad crítica en un momento donde el usuario ya no navega de forma pasiva.

Los consumidores ahora buscan activamente productos y marcas mediante palabras clave y tendencias directamente en las barras de búsqueda de TikTok o Instagram, priorizando la conversación y el contenido de comunidad por encima de las búsquedas tradicionales.

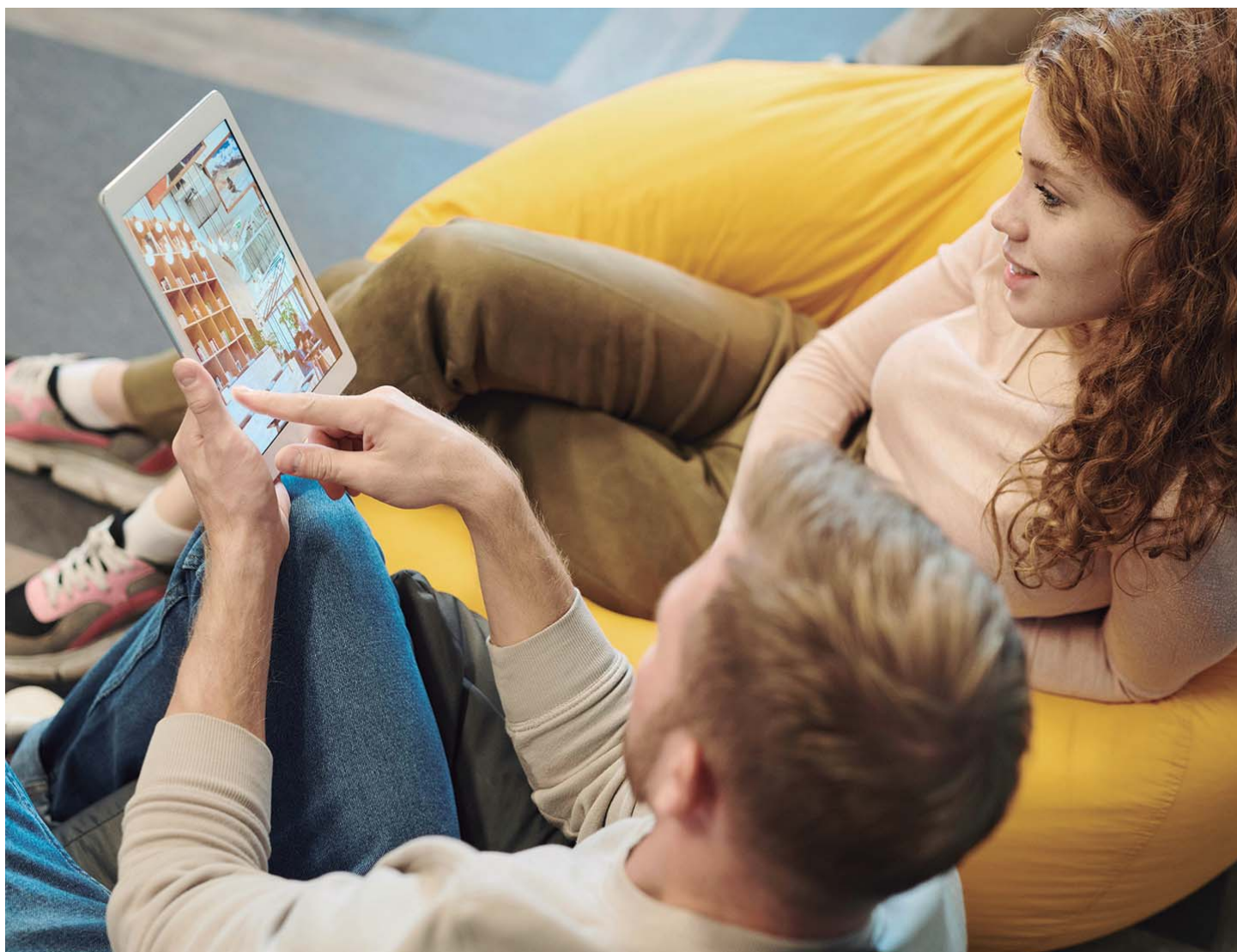
Si el customer journey ocurre dentro de la conversación, la ausencia de una marca equivale a su invisibilidad comercial. La interacción en comentarios, la respuesta rápida a un mensaje directo y la capacidad de conectar con los códigos culturales del momento son los elementos que hoy validan la confianza del cliente y aceleran la decisión de compra.

Mitigar el riesgo a través de la experimentación estratégica

¿Cómo interactuar en entornos ultra-regulados sin comprometer la seguridad legal de la empresa? La

respuesta no está en prohibir la creatividad, sino en sistematizarla. Para que la participación en tendencias no sea un salto al vacío, las marcas de alto nivel recurren a metodologías de análisis predictivo y pruebas controladas antes de arriesgar su capital reputacional.

A través de soluciones analíticas sofisticadas las corporaciones pueden evaluar de manera estructurada el impacto real de sus decisiones operativas y de marketing antes de desplegarlas a gran escala. En el contexto de las redes sociales, este enfoque analítico es fundamental para evaluar el comportamiento del consumidor y entender los márgenes de riesgo. Al combinar la agilidad creativa con plataformas de analítica predictiva, los tomadores de decisiones pueden modelar escenarios, anticipar la reacción de la audiencia frente a una campaña y medir si el beneficio de integrarse a un contexto cultural compensa el nivel de riesgo normativo asumido. ♦



Qué revisar antes de alquilar un sillón en tu salón



El alquiler de sillones se consolidó como uno de los modelos de negocio más discutidos dentro del sector de la peluquería y la barbería en España, y genera dudas concretas entre quienes gestionan un salón: ¿cuándo este esquema es legal y cuándo puede derivar en una sanción por falso autónomo?

Para responder esa pregunta, la boutique legal Beauty Lex, liderada por su CEO Susana Blasco, organizó junto a GremiART Bcn (Asociación Gremial de Peluquería de Barcelona) una reunión técnica con Jordi Menescal, economista y gestor administrativo de Grama Legal.

“El alquiler de sillones es una moda que se intenta imponer, pero nos tenemos que dar cuenta de que la legislación de otros países no es la misma que hay aquí”, planteó Blasco, y agregó que el sistema

jurídico español “es más rígido que en Estados Unidos o Latinoamérica”, lo que puede generar fricciones con esta figura.

Menescal explicó el punto central del problema: “jurídicamente el alquiler de sillones es un alquiler de espacio, pero el problema surge cuando la Inspección de Trabajo no ve indicios de que realmente esta persona es un autónomo”. Y advirtió que, aunque el profesional esté dado de alta y pague sus impuestos, si no puede demostrar autonomía real “pueden declararlo como falso autónomo”.

Los cinco puntos que verifica la Inspección de Trabajo

Durante el encuentro se identificaron los aspectos que los inspectores revisan al evaluar estos contratos:

1. **Autonomía horaria real:** el profesional debe poder decidir cuándo trabajar.
2. **Medios propios:** herramientas, TPV, material y uniformidad diferenciada.
3. **Cientes propios** y gestión independiente de la agenda de citas.
4. **Alta correcta** en Hacienda y en Seguridad Social.
5. **Contratos bien definidos**, que diferencien claramente el arrendamiento del espacio de los servicios adicionales que pueda ofrecer el salón.

El certificado que protege al dueño del local

Blasco recomendó un recaudo puntual: «Lo más importante es pedir a la persona que alquila el espacio un certificado de estar al corriente de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social». Ese documento, señaló, protege al titular del salón durante un año, por lo que debe renovarse anualmente.

Alquiler de sillones vs. coworking: una distinción clave

Otro de los ejes del encuentro fue diferenciar este modelo del coworking, con el que suele confundirse. “Para ser un coworking, ese local tiene que tener licencia de coworking. El alquiler de sillones es una barbería o peluquería que alquila sus espacios a otros autónomos sin tener licencia de coworking”, precisó Blasco. Menescal sumó un matiz: en un coworking la actividad es el arrendamiento de espacios y generalmente no todos

los profesionales pertenecen al mismo rubro, mientras que en el alquiler de sillones todos ejercen la misma actividad, lo que puede generar confusión con la Inspección de Trabajo.

Desde GremiART remarcaron el objetivo de este tipo de encuentros: “Es un tema que ha suscitado mucha polémica y la gente tiene mucha preocupación.

Queremos que esto sea un encuentro colaborativo donde los profesionales puedan resolver todas sus dudas antes de que surjan problemas”.

El régimen de módulos, las sanciones por incumplimiento, los requisitos contractuales y las licencias necesarias fueron otros de los temas abordados durante más de dos horas de debate profesional. ♦



Casa Crespo, una historia de familia, esfuerzo y amistad

José Luis Crespo relata el recorrido de la firma de venta de productos de perfumería y accesorios para peluquerías y centros de belleza que hoy es un emblema en Río Cuarto. Según cuenta José Luis Crespo, actual titular de Casa Crespo, dedicada a la venta por mayor y menor de artículos de perfumería e insumos de peluquería situada en la ciudad de Río Cuarto, provincia de Córdoba, la historia empezó con su padre, Jorge Noel Crespo, militar de profesión. Su trabajo le ocupaba hasta las tres de la tarde y luego le quedaba el día libre. Un cuñado que confeccionaba delantales y repasadores le empezó a dejar mercadería para vender, y a él se le dio bien, tan bien que pronto sus clientas empezaron a pedirle también productos de cosmética. Así llegó Credencial, de Laboratorios Fano, la primera marca que vendió puerta a puerta.

“El negocio creció y mi padre abrió su primer local, Casa Myriam. En 1977 la vida le dio un golpe durísimo: falleció mi hermano, de 21 años. Mi padre cerró el local y quiso dejarlo todo. Pero a los pocos días, el señor Fano le envió un pedido enorme de mercadería. Mi padre no tenía ánimo para salir a vender, y aquel hombre le dijo algo que nunca olvidamos: “Le envío esta mercadería,



usted sale a vender y después me paga”. Ese gesto fue su cable a tierra, y así, de a poco, volvió a empezar”, rememora el actual titular.

“Con el tiempo se sumó mi madre, Aida Gambini de Crespo, siempre a su lado, y más adelante me incorporé yo. Juntos abrimos nuestro propio local y fuimos sumando nuevas marcas: Alfaparf, la línea italiana líder del sector, cuando recién ingresaba a la Argentina. Con esas marcas abrimos un local en el centro de Río Cuarto, que incluía centro técnico y escuela Pivot Point”, continúa.

Años después, su hijo Esteban Crespo, ya recibido de contador, se sumó a la empresa como tercera generación. “Hoy tenemos dos locales, con un tercero en vista, y trabajamos con todas las marcas líderes del mercado, muebles, herramientas y servicio técnico propio. Y en todo este camino no estuvimos solos: tenemos empleados que nos acompañan desde hace muchos años, con quienes crecimos juntos y que son parte fundamental de Casa Crespo. Más que personal, son compañeros de toda una vida de trabajo. Pero lo más lindo que nos dio este negocio no se mide en locales ni en marcas: es la cantidad de amigos que fuimos cosechando en el camino, siempre con mucho respeto, tanto hacia los clientes como hacia los proveedores. Y todo esto, siempre, de la mano de mi familia: mi esposa Milena, mi hija Lorena y Mili, que fueron vendedoras, y el más chico, Santino, que pronto se sumará también”, cierra contento José Luis, relatando una historia de familia, esfuerzo y amistad. ♦

Casa Crespo H. Yrigoyen 649/Pasaje Schubert 2773
Río Cuarto Córdoba @casa_crespo
Info@casacrespo.com.ar

Superstar[®] PLEX

TU COLOR PERFECTO

24 fascinantes
colores



**COLOR OIL
PLEX**

*¡Única coloración permanente en KIT
SIN AMONÍACO Y LIBRE DE PPD
que aclara hasta 3 tonos!*



TOTAL COBERTURA DE CANAS


COMPROMISO
SOCIAL AMBIENTAL


NO TESTEADO
EN ANIMALES



Mundial
SILKEY 



www.silkeymundial.com



Cabello Ube: el tono morado que eligen los estilistas internacionales

El cabello Ube se instaló como una de las tendencias capilares más comentadas del verano europeo 2026. El nombre remite a un tubérculo filipino de color púrpura intenso, y su interpretación en coloración capilar admite matices que van del violeta profundo al lavanda luminoso, según coincidieron distintos referentes internacionales del sector.

Dan Spiller, embajador de color de JOICO, describió un trabajo que combina matices morados con toques de rosa, aplicado mediante una técnica de coloración moteada. El estilista explicó que el corte en capas largas

ayuda a integrar los tonos y remarcó que el resultado depende también del cuidado posterior: recomendó proteger el cabello del calor durante el secado y sellar el color con productos que aporten brillo y fijación flexible. Desde una perspectiva más creativa, Seung Ki-Baek, del equipo artístico de RUSH, trabajó con una mezcla de tonos amatista, lila y blanco para sumar luminosidad. Para el colorista, la tendencia funciona porque combina versatilidad con posibilidades de personalización: “el Ube hair no es solo un pelo morado”, señaló, y lo definió como una vía para que los clientes exploren tonos más expresivos.

Safy Burton, propietaria de Safy B's Salon, detalló el proceso técnico para lograr el matiz: primero un aclarado con técnica de ombré a mano alzada, seguido de la aplicación de un tono violeta intenso en las raíces y una mezcla específica de productos para conseguir profundidad y luminosidad en todo el largo. Burton destacó que el resultado final combina dramatismo con adaptabilidad, independientemente de la textura o largo del cabello de cada cliente.

Otras estilistas remarcaron el carácter versátil del color. Suzie McGill, directora artística de Rainbow Room International, explicó que el Ube no requiere aplicarse en la totalidad del cabello: técnicas como el color blocking, las mechas o la aplicación solo en puntas permiten adoptar la tendencia de forma gradual. McGill también subrayó la importancia del cuidado posterior a la coloración, recomendando shampoos libres de sulfatos, mascarillas específicas y productos para revivir el pigmento entre visitas al salón.

Marlene Lamont, de Urban Hair & Beauty, vinculó la tendencia con cortes de líneas definidas, como el bob recto con flequillo marcado, que según explicó permite resaltar la profundidad del color sin perder un aire moderno.



Finalmente, Brian Leo McCallum, propietario de ROAR Hair & Beauty, situó al Ube dentro de un movimiento estético más amplio que también incluyó tendencias como el “matcha nails” y las mechas metálicas. El estilista explicó que el tono admite distintos niveles de intensidad, desde un violeta-púrpura vivo hasta versiones más suavizadas con base cenicienta o metálica, y mencionó combinaciones con rojo como una alternativa más audaz frente a paletas más suaves como el amarillo mantequilla o el verde menta. Con propuestas que combinan intensidad y adaptabilidad, el cabello Ube se perfila como una de las alternativas de color más elegidas por estilistas internacionales de cara a la temporada. ♦

Renovar el color del pelo en casa: un clásico que se reinventa cada temporada



Toda transformación despierta cierta incertidumbre al principio, pero en muchos casos termina siendo el disparador que hacía falta para romper con la rutina y descubrir facetas propias todavía inexploradas. Entre las alternativas más accesibles, efectivas y cargadas de significado para lograrlo está el cambio de imagen capilar: un corte, una nueva tonalidad o un estilo distinto pueden funcionar como puntapié inicial hacia una etapa diferente.

En las plataformas digitales, se multiplican las publicaciones de usuarios que documentan su decisión de renovar el color de su cabello. Para algunos representa cerrar un capítulo; para otros, es apenas una manera de escapar de la monotonía o animarse a probar algo nuevo. Más allá de la motivación puntual, lo cierto es que el cabello funciona como una extensión de la identidad y un lenguaje propio para expresar quiénes somos. Modificar el corte, aplicar un tinte o adoptar un estilo inédito puede transformarse en un gesto con carga simbólica, una manera de cerrar una puerta y abrir espacio a lo que viene. Con el arribo del invierno se inicia un nuevo ciclo, momento propicio para animarse a esa renovación que se venía

posponiendo. A esto se suma que las temperaturas bajas, junto con la menor exposición solar, al cloro y al agua de mar, generan condiciones más favorables para la fibra capilar, favoreciendo que el tono se conserve vibrante durante más tiempo.

Las paletas que marcan tendencia esta temporada invernal

“Este invierno, las tendencias en coloración capilar apuestan por tonos profundos, elegantes y con dimensión, con una gran variedad de opciones para cada estilo, tono de piel y personalidad”, explica Marisol Leiva, Hair Color Artist. Entre las propuestas destacadas para la temporada se encuentran:

- **Mocha Mousse:** Elegido como el color del año por Pantone, se distingue por su versatilidad y sofisticación. Resulta apropiado para quienes buscan una transformación moderada pero con carácter. Favorece tanto a pieles claras como morenas, sumando dimensión sin recurrir a decoloraciones intensas. Entre las alternativas para conseguirlo aparecen Nutrisse 57 o 67 de Garnier, o el tono 6.34 de Excellence Creme.
- **Castaños fríos y espresso:** Tonalidades oscuras con matices ceniza o neutros, recomendadas para

pieles frías. Excellence Creme 5.1 Castaño Claro Ceniza de L'Oréal Paris o Nutrisse 51 Castaño Claro de Garnier permiten alcanzar ese acabado sofisticado y luminoso. Los matices ceniza resultan efectivos para cubrir canas y suavizar facciones.

- **Rubios manteca y vainilla:** Una alternativa clara pero adaptada a la estación fría, indicada para pieles de subtono cálido. Excellence sin Amoníaco 8U o Nutrisse 73 Miel son ejemplos de tinturas que suman luminosidad sin resignar naturalidad.
- **Cobres intensos y rojizos:** Adecuados para dar luz a los días nublados, favorecen a pieles cálidas y neutras, con ojos color miel o verdosos. Entre las opciones para animarse a este cambio figuran Cor Intensa 6.6 Rojo Intenso de Garnier o Excellence Creme 6.66 Rojo Profundo.
- **Negro profundo:** Recomendado para pieles frías, ya que genera un contraste marcado. Cor Intensa 1.0 Negro Intenso o Excellence Creme 2 Negro Profundo son opciones ideales para sumarse a esta tendencia.

Claves para identificar el tono más adecuado

Determinar el tono ideal depende, en gran medida, de reconocer el propio subtono de piel. Un método sencillo consiste en observar las venas de la muñeca: una tonalidad azulada indica subtono frío, mientras que una verdosa señala subtono cálido.

- **Pieles frías** (subtono rosado o azulado): favorecen los tonos ceniza, negros azulados y rubios platinados o manteca.
- **Pieles cálidas** (subtono dorado o melocotón): se recomiendan tonos dorados, cobrizos, chocolate y caramelo. Por lo general, los matices que mejor se adaptan a este subtono son los dorados.
- **Pieles neutras:** cuentan con mayor libertad para combinar tanto matices fríos como cálidos.

Cómo preservar el color durante todo el invierno

Existen cuidados sencillos que contribuyen a que el color se mantenga intenso a lo largo de la temporada. Lavar el cabello con agua tibia, por ejemplo, favorece que la cutícula permanezca

cerrada, prolongando la duración del tono. También resulta clave recurrir a productos formulados específicamente para cabello teñido: la línea Color Vive de L'Oréal Paris es una de las alternativas pensadas para extender la intensidad del color. A esto se suma la incorporación de una mascarilla nutritiva una o dos veces por semana -como las de Elvive Color-Vive-, que contribuye a preservar el brillo y prevenir la sequedad característica de la temporada invernal.

Asimismo, para cuidar el color durante el peinado, se recomienda no prescindir de los protectores térmicos antes de utilizar planchita o secador. Un gesto simple que contribuye a preservar la salud y la luminosidad del cabello teñido.

En síntesis, animarse a modificar el color del cabello durante el invierno no solo aporta beneficios en términos de cuidado capilar, sino que también representa una forma de dar inicio a una nueva etapa y de atreverse a experimentar algo diferente. ♦



Cloud Blush:

la tendencia que lleva el rubor a un efecto natural y difuminado

Desde hace tiempo, el rubor dejó de ser un paso más dentro del maquillaje para convertirse en ese esencial que realza cualquier look. En redes sociales

evolucionaron tendencias como Sunset Blush, Boyfriend Blush y Blush Blindness, hasta dar lugar al Cloud Blush, una nueva forma de llevar el color en las mejillas con un acabado más suave, difuminado y natural.

¿Qué es el Cloud Blush?

Anto Zeppilli, maquilladora de Maybelline New York, lo describe como un maquillaje que simula el rubor natural que aparece después de realizar actividad física o por el frío: "Esta tendencia apuesta por un acabado fresco y sutil, en donde el color se funde perfectamente con la piel, sin dejar líneas marcadas ni contrastes duros, logrando ese efecto nube, liviano y difuso". Pero además de cambiar la forma de aplicar el rubor, también evolucionó la manera de usar el maquillaje. Ya sea un café que termina en una cena, una reunión que se convierte en un after o una salida improvisada que aparece en el chat de amigos, hoy vivimos entre agendas que cambian sobre la marcha. Un plan suele llevar a otro sin tiempo de pasar por casa y, en esa dinámica, también buscamos productos que acompañen el ritmo del día.

Un poco de rubor o un retoque de labios pueden resolverse frente a la cámara frontal del celular, en el espejo de un ascensor, en el baño de la oficina o incluso camino al próximo plan. En ese contexto, ganan protagonismo los productos 2 en 1, con fórmulas versátiles, fáciles de aplicar y prácticas, que se adaptan a cualquier situación. Es necesario solo un producto para darle color tanto a las mejillas como a los labios, logrando ese acabado natural y fresco, ideal para el día a día. ♦



**NUEVA
FÓRMULA!**

ISSUE PROTECCIÓN KERATINA

**100% | COBERTURA
DE CANAS***

CABELLO 35% + FUERTE



*Los resultados indicados dependerán de diversos factores como: estado del cabello, cantidad y grosor de las canas, tono elegido y gramos de productos que deben ser suficiente para cubrir el largo total del cabello.

Conocé más



Pre-shampoo: la técnica que protege el cabello antes del lavado

*Por Daiana Nahir Martinez - Colorista/ tricoterapeuta estética/ técnica capilar -
IG: [daiananahir.haircoach](#)

Mucho se esta hablando del método de pre shampoo o pre poo. pero ¿Qué es? ¿para que sirve? Para poder entender como funciona este método, necesitamos saber dos cosas: que función cumple el shampoo y que son los tensioactivadores, más conocidos como sulfatos o "sal".

El shampoo está formulado para limpiar la piel cabelluda (o cuero cabelludo). Su correcto uso es aplicandolo sobre el cuero cabelludo, y no sobre el largo del pelo que es donde tienden a colocarlo. Debemos hacer un doble lavado con shampoo para que nuestra piel cabelluda este saludablemente limpia. Los shampoos poseen en su formula un agente lavante: los sulfatos, se los conocen también como sales. Estos sulfatos son los encargados de limpiar la piel cabelluda. Logran formar miselas que encapsulan la suciedad y luego el agua la retira de la fibra capilar.

Los sulfatos son necesarios para que la limpieza sea correcta, ya que sin sulfatos los shampoos no lavarían. PERO... tienen su conta, suelen resecar medios y puntas del cabello. A medida que la ciencia fue avanzando, se descubrió que el cuero cabelludo debe lavarse todos los días, ya que el sebo se acumula sobre el cuero cabelludo pudiendo

generar desordenes y varias afecciones.

Ante este conocimiento, las personas comenzaron a lavarse el cabello mas frecuentemente, hasta casi diariamente y notaron que los largos de su cabello tendían a resecarse.

De aquí nace el PRE POO, es un método para proteger medios y puntas de los sulfatos que poseen los shampoos.

Consiste en colocarse algún aceite, acondicionador o mascara sobre el cabello seco, en los medios y puntas o en la parte donde el cabello este sensibilizado.

Las siliconas que poseen estos productos envainan al cabello , produciendo una especie de aislante y generan que estos sulfatos no afecten la fibra capilar. De esta manera podemos realizar el correcto lavado de nuestra piel cabelluda, protegiendo al máximo nuestra fibra capilar. ♦



El lujo de ser como tú quieras

DESCUBRE LAS NOVEDADES DE KERATIN THERAPY LISSE DESIGN

La gama de servicios se amplía:

Lisse Design Biomimetic Plastia

para cabello liso, aterciopelado, luminoso y fácil de peinar

• HASTA 4 MESES* DE LIBERTAD DE LA PLANCHA

Biomimetic Lamination Treatment

para cabello suave, brillante y con una vitalidad extrema

SMOOTHING TECHNOLOGY PATENTED IN ITALY**

Keratin In-salon Maintenance Service

para cabello protegido, suave y brillante

Un nuevo aliado para el **mantenimiento en casa:**

Liquid Glass Lamellar Water proporciona un tratamiento de **laminación instantánea** que desenreda perfectamente el cabello sin apelmazarlo, proporcionando un brillo extremo y máxima suavidad. Resultado inmediato y sin tiempo de pose.



alfaparfmilanopro.com



*Test instrumental realizado con el nuevo servicio Lisse Design Biomimetic Plastia Method, seguido del uso regular de los productos de Mantenimiento de la línea Keratin Therapy Lisse Design.
**Presente exclusivamente en la fórmula Smoothing Fluid y en la nueva fórmula Smoothing Cream de Keratin Therapy Lisse Design.

Argaia nace del brillo

Argaia es la nueva coloración profesional sin

amoníaco de **Opción**. ilumina el cabello con tonos intensos y naturales, respetando su esencia. Está enriquecida con aceite de argán, lo que cuida la fibra capilar, dejándola suave, brillante y saludable. Su fórmula, sin gluten y cruelty free, ofrece una experiencia de coloración más pura y consciente. Con una tecnología de avanzada, Argaia logra una cobertura impecable y de extensa duración, incluso en cabellos con canas. Para utilizarlo, en un recipiente no metálico, verter la totalidad del pomo (60gr) e incorporar 90ml. de Oxidante de 15 vol. Mezclar hasta obtener una crema totalmente homogénea. Mezcla 1+ 1 ½.

Aplicar sobre el cabello seco y sin lavar por 1 o 2 días. Sobre Cabellos sin procesos de coloración aplicar la mezcla primero en medios y puntas, dejando 2 cm libres desde la raíz.

Dejar actuar 20 minutos. Luego aplicar en raíces con un tiempo de exposición de 15 a 20 minutos más.

Enjuagar con abundante agua tibia.

Sobre cabellos Con coloración previa (retoque de raíces): Primero aplicar el producto en el crecimiento. Dejar actuar 30 minutos. Luego extender a los largos y dejar actuar 10 minutos más para que el color se empareje. Enjuague con abundante agua tibia. ♦



Opción®
ARGAIA
COLORACIÓN SIN AMONIACO



“Está enriquecida con aceite de argán, lo que cuida la fibra capilar dejándola suave, brillante y saludable”.

TUS **CLEANLOOK**

AHORA CON

**MÁS DEFINICIÓN Y
MÁS ESTILO**

TONE
VITAE®



Conseguí todos los productos en www.bertoldi.com.ar





Una experiencia fresca y luminosa

Dolce & Gabbana Light Blue Eau de Toilette: Una expresión fresca y luminosa de la elegancia mediterránea. El limón siciliano y la manzana verde abren la composición con una energía vibrante y chispeante, acompañadas por matices de cedro y campanilla azul que aportan ligereza y sofisticación. En el corazón, el bambú, el jazmín y la rosa blanca suman una faceta delicadamente floral, mientras que el fondo de madera de cedro, ámbar y almizcle deja una estela limpia, sensual y duradera. Una fragancia icónica que combina vitalidad y carácter con una sensualidad sutil y atemporal. ♦

Antojos irresistibles

La nueva colección Antojos Efecto Gel de Vogue redefine la manicura con una duración de hasta 12 días y un secado en solo 2 minutos. Inspirada en pequeños antojos irresistibles, presenta cinco nuevos tonos -Mocha, Rosé, Placer, Avellana y Cacao- ideales para acompañar cada tendencia. ♦



Vichy renueva Minéral 89 Daily Booster con ácido poliglutámico

Vichy Laboratoires presentó la renovación de Minéral 89 Daily Booster, que incorpora Ácido Poliglutámico (PGA) junto al Ácido Hialurónico. El PGA es un polímero de aminoácidos obtenido por fermentación biotecnológica que retiene agua en la superficie cutánea y reduce la pérdida transepidérmica, mientras que el Hialurónico capta agua en distintos niveles de la piel y aporta efecto relleno inmediato. Ambos activos actúan de forma complementaria. La fórmula, elaborada con Agua Volcánica de Vichy, ofrece un 19% más de efecto relleno duradero y el 93% de los usuarios reporta hidratación instantánea. Es apta para todo tipo de pieles, incluidas las sensibles o deshidratadas, y se aplica antes de la crema hidratante, de mañana o de noche. El producto está disponible en formato original y en versión refill, que reduce un 96% el material de packaging y hasta un 15% el costo respecto del envase original. ♦



Revolución para la experiencia profesional

Duga presenta la Cabina Cordless U3039, pensada para revolucionar la experiencia de manicuría profesional.

Con un diseño portátil y elegante, este dispositivo combina potencia, tecnología y libertad de movimiento. La nueva cabina UV/LED de 75 watts ofrece un curado rápido y uniforme gracias a sus 36 piezas LED duales (365+405 nm). Su batería de dos horas de duración y el cable USB incluido garantizan autonomía y practicidad en cualquier espacio de trabajo. ♦



Deliciosa

Inspirada en la calidez reconfortante de un latte, DKNY - Be Delicious Latte Vanilla Eau de Parfum es una fragancia que propone una interpretación dulce, cremosa y moderna de la vainilla. La apertura de vainilla y malvavisco envuelve los sentidos con un acorde gourmand, mientras que el ámbar solar aporta luminosidad y el almizcle deja una estela suave y aterciopelada. Ideal para quienes buscan un perfume dulce, femenino y versátil para usar tanto de día como de noche. ♦

Intensa

Zadig L'Intense Eau de Parfum es la versión más intensa de la icónica fragancia de Zadig & Voltaire, y combina una salida especiada y original con un corazón floral y un fondo donde la vainilla se fusiona con el sándalo para crear una estela cálida, envolvente y adictiva. Su carácter floral-amaderado la convierte en una propuesta moderna para mujeres que buscan una fragancia con personalidad, intensidad y sofisticación. ♦



// LOGÍSTICA PARA LA INDUSTRIA DE LA BELLEZA

De Europa, Asia y Norteamérica a tu próxima producción.

En POLEPOSITION USA, CORP. transportamos lo que tu marca de belleza necesita para crecer: productos terminados, envases, materias primas y maquinaria de producción; desde Italia, Francia, Alemania, Corea, Japón, China y Estados Unidos hasta nuestro warehouse en Miami o la puerta de tu depósito. Un solo operador, una sola conversación: consolidación de cargas, despacho aduanal, almacenaje en Miami y re-exportación a Latinoamérica.

LINEAS CAPILARES // DERMOSTÉTICA // PERFUMERÍA // MAQUILLAJE // UÑAS // BARBERÍA

POLEPOSITION USA, CORP.
World Shipping & Warehousing Services Company

SOLICITAR COTIZACIÓN

info@pole-position.us
+1 786 731- 2092 [USA]
+54 9 11 3174- 0467 [ARG]
@poleposition_usa



Air Freight
Sea Freight
Warehousing
Fulfillment Center





Captain Cook revoluciona la barbería con White Pearl

Captain Cook Barber Products, la marca referente en estética masculina liderada por Juan Luis Soria y Lisardo Vicente, anuncia oficialmente su transformación estratégica y el lanzamiento de su producto más esperado: el sistema de decoloración profesional White Pearl.

Tras diez años de disrupción en el mercado, la marca evoluciona hacia una «metamorfosis de la belleza masculina», integrando herramientas de precisión arquitectónica y tecnología de vanguardia para conectar con un público urbano, joven y exigente.

Bajo el respaldo de Industrias Oriol, Captain Cook presenta White Pearl, un polvo decolorante de alto rendimiento que redefine los límites del color en la peluquería masculina. Sus características principales son las siguientes:

Máxima aclaración: Hasta 9 niveles de levante para resultados extremos.

Tecnología anti-amarillo: Su Anti Yellow Complex garantiza rubios más limpios y sin reflejos. Protección avanzada: Formulado para proteger la fibra capilar durante el proceso técnico.

Facilidad de uso: Mezcla y aplicación sencilla para una aclaración uniforme. ♦

Nueva tintura Tone Color

Llega Tone Color, la nueva tintura permanente de Tone Vitae, desarrollada para lograr resultados profesionales con una fórmula que cuida el cabello. Su fórmula cruelty free ofrece 100% de cobertura de canas y un color intenso de larga duración, manteniendo un acabado natural y uniforme. Además, su acción hidrata y nutre la fibra capilar, dejando el cabello brillante, sedoso y saludable. Tone Color combina rendimiento, cuidado y belleza, para que cada coloración no solo transforme el look, sino también mejore la calidad del cabello. ♦



Wet n Wild propone dos aliados para mantener los labios hidratados y saludables

Durante el invierno los labios se convierten en una de las zonas más afectadas por el frío, el viento y los cambios bruscos de temperatura. La sequedad, las grietas y la pérdida de suavidad son algunas de las consecuencias más comunes de la temporada, por lo que incorporar una rutina de cuidado específica puede marcar la diferencia.

Pensando en esta necesidad, Wet n Wild propone dos aliados para mantener los labios hidratados, saludables y listos para cualquier maquillaje: el Perfect Pout Lip Scrub y la Perfect Pout Sleeping Lip Mask.

El primer paso es la exfoliación. El Perfect Pout Lip Scrub elimina suavemente las células muertas y ayuda a alisar la superficie de los labios, dejándolos más suaves y preparados para recibir tratamientos hidratantes o para lograr una mejor aplicación del labial. Su uso regular contribuye a mejorar la textura de los labios y evita que los productos de color se cuarteen o resalten las zonas resacas.

Como complemento ideal, la Perfect Pout Sleeping Lip Mask actúa durante la noche aportando una hidratación intensa. Mientras se descansa, su fórmula ayuda a nutrir y reparar los labios, para que al despertar recuperen su suavidad y elasticidad natural. Es un tratamiento especialmente recomendado durante el invierno, cuando la piel necesita un cuidado extra frente a las agresiones del clima. La combinación de exfoliación e hidratación permite mantener los labios en óptimas condiciones durante toda la temporada, potenciando además el resultado de cualquier maquillaje y prolongando la sensación de confort. ♦



Docilidad natural

System3, la marca de Hannah Collins otorga una coloración radiante, profesional y duradera. Con máxima cobertura de canas, mas brillo y docilidad natural. Esta coloración logra un calidad superior con resultados profesionales sorprendentes, que permite ser utilizada, también, por personas con sensibilidad a esta glicoproteína y con intolerancia o irritabilidad al amoniaco. Dada la ausencia de amoniaco, la sensación de confort durante la coloración será sumamente agradable, por su delicado aroma. La combinación de estos componentes delicadamente seleccionados y la keratina, deja el cabello suave, sedoso, con un brillo deslumbrante, de intensidad suprema, ayudando a fijar el color en la hebra capilar, y dando como resultado esos colores que fascinan y te encantan. ♦



Adiós a los daños

La línea Goodbye Daños Oil Control, de Garnier, está compuesta por tres pasos:

Shampoo Purificante sin parabenos que combina una limpieza eficaz con cuidado suave, capaz de controlar la oleosidad por 24 horas.

Acondicionador Reparador que proporciona una reparación equilibrada sin dejar el pelo pesado, ideal para pelo dañado. Libre de siliconas y parabenos.

La estrella de la línea es la crema para peinar Colágeno Jelly: con una nueva tecnología transparente y ligera para peinar el cabello sin sensación pesada ni grasosa. Protege el cabello del quiebre, de daños térmicos y de daños UV dejándolo manejable y suave durante todo el día. Libre de parabenos. ♦



Estrella amplía su línea de cuidado personal con shampoo y acondicionador sin parabenos

Con una trayectoria marcada por la innovación y el compromiso, Estrella -la marca del algodón argentino y quien creó el primer pañal descartable del país- anuncia el lanzamiento de su nueva línea de shampoo y acondicionador, desarrollada bajo estrictos estándares de calidad y enfocada en el cuidado responsable del cabello y el cuero cabelludo. En un contexto donde los consumidores priorizan cada vez más la composición de los productos que incorporan a su rutina diaria, la compañía apuesta por una formulación libre de parabenos y ftalatos, componentes que hoy concentra la atención dentro del universo del cuidado personal. La línea se presenta en tres variantes específicas, diseñadas para responder a distintas necesidades capilares:

Equilibrio: orientada a mantener la armonía natural del cabello, ideal para uso frecuente.

Nutrición: formulada para aportar hidratación y suavidad, especialmente en cabellos secos o sensibilizados.

Restauración: pensada para reparar y fortalecer estructuras capilares dañadas, brindando mayor resistencia y vitalidad. ♦



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

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





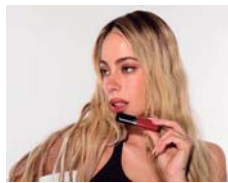
Se acerca Expo Manos, Uñas y Makeup

Festejando sus 14 años de vida, Expo Manos, Uñas y Makeup tendrá su edición 2026 el 5 y 6 de septiembre en el Salón Ocre del predio ferial La Rural de Buenos Aires. Como todos los años, el público presente podrá anticiparse y conocer todas las tendencias en maquillaje, manos y uñas gracias a la presencia de stands de las marcas más importantes y referentes del sector, aulas y sponsors, además de poder participar de lanzamientos y sorteos. Asimismo, será una oportunidad única para no perderse capacitaciones y asistir a conferencias, pudiendo tener todas las novedades del mundo de la belleza al alcance de la mano y en un solo lugar. Por

otra parte, quienes deseen ser expositores o sponsors pueden consultar por últimos lugares disponibles para formar parte de este gran acontecimiento. ♦

Consultas: @expomanosmakeup / 115335-3414 (Andrea).

Tini Stoessel, cara de M A C Cosmetics



M A C Cosmetics presenta a Tini Stoessel como la cara de su nueva campaña para Lustreglass StainGlass Lip Tint y Lustreglass Sheer-Shine Lipstick, dos innovaciones

diseñadas para celebrar la expresión personal, el brillo y la individualidad. Reconocida como una de las artistas latinas más influyentes de su generación, Tini ha construido una carrera marcada por la autenticidad, la evolución constante y una conexión genuina con millones de personas alrededor del mundo. Su creatividad, confianza y capacidad para inspirar a través de la música, la moda y la belleza la convierten en una representación natural de los valores que han definido a M A C durante más de cuatro décadas: la autoexpresión, la inclusión y la individualidad sin límites. Como protagonista de la campaña, Tini luce su lip combo favorito compuesto por Lip Pencil en Stripdown y Lustreglass StainGlass Lip Tint en el tono Business Casual, una combinación que aporta definición, brillo y un toque de color natural para unos labios luminosos, modernos y sin esfuerzo. ♦

Dermaglós y Enzo Fernández, una campaña que refuerza la importancia del cuidado de la piel

Dermaglós, la marca líder en el cuidado de la piel lanzó su campaña "En Argentina la piel la cuidamos con Dermaglós". De la mano de Enzo Fernández y bajo el concepto "Tu piel también juega", la marca invita a vivir toda la pasión mundialista sin descuidar la protección y el bienestar de la piel, reforzando su compromiso histórico con el cuidado diario que se necesita. Bajo los conceptos "En Argentina la piel la cuidamos con Dermaglós" y "Tu piel también juega", la campaña busca generar conciencia sobre la importancia de incorporar hábitos de cuidado que acompañen a las personas todos los días del año, más allá de la estación o la actividad que realicen. ♦



Se anunció Artelleza 2026



El evento cordobés de la belleza y la moda que presenta todas las novedades de temporada, tendrá lugar el 29 y el 30 de noviembre. En la ciudad de Córdoba se realizará Artelleza 2026, la nueva edición de la exposición que reúne a todos los referentes de la belleza argentina, el peinado y la moda en un solo lugar, y que logró convertirse en un clásico esperado por todos.

Esta edición se llevará a cabo el 29 y 30 de noviembre de este año en el Hotel Quinto Centenario (ex Sheraton) de la ciudad de Córdoba. Los organizadores - El centro del Peinador, Katty Group, Bertoldi y Academias Bertoldi - invitan a todas las empresas y profesionales a compartir estos días a pleno con toda la actualidad de la belleza nacional. Como siempre, habrá ateliers técnicos, stands de las principales marcas, shows en vivo y muchas sorpresas más para todos los presentes que quieren estar al tanto de las novedades de temporada. ♦

YELLOW

PROFESSIONAL

SCALP CARE

Scalp Care es la línea dedicada al **bienestar del cuero cabelludo** con rutinas multifases y transversales que aprovechan ingredientes activos funcionales capaces de **responder de forma específica a cualquier necesidad**. Fórmulas altamente eficaces que **purifican, calman y estimulan**, ayudando así a **restablecer el equilibrio del cuero cabelludo** y a proporcionar al cabello un aspecto más sano y vitalizado desde la raíz.



PURIFICA. EQUILIBRA. REVITALIZA.

ALFAPARF
MILANO

Mundial
SILKEY SK
LUXURY COLLECTION

Hydra
Glow

**BIOTIN
COMPLEX**

Hidrata en profundidad
y devuelve el brillo natural
del cabello



24 FASCINANTES
COLORES

KEY KOLOR

||| **EVOLUTION** |||

COLORACIÓN PERMANENTE

La esencia del color en tu cabello

COLOR GLOW • TOTAL COBERTURA DE CANAS

SK
COMPROMISO
SOCIAL AMBIENTAL

NO TESTEADO
EN ANIMALES



www.silkeymundial.com