



LA MODA EN CASTILLA Y LEÓN, **una realidad bien tejida**

La Comunidad impulsa diferentes proyectos para poner en valor una industria que aún ideas, talento y casos de éxito

MODA-RE

La solidaridad para dar una segunda vida a la ropa que gestiona Cáritas y ayudar a colectivos más vulnerables.

Págs. 4 a 6

FELY CAMPO

Un referente de medio siglo de pasión por la moda y la recompensa del reconocimiento a su esfuerzo y entrega.

Págs. 12 a 15

UNIENDO MODA

Paso delante de la Junta de Castilla y León junto a la CEOE para la promoción y la comercialización del sector textil.

Págs. 28 a 31

AMAYA ARZUAGA

Nuestra diseñadora más internacional que se retiró cuando estaba en la cumbre

Págs. 46 a 49



Más actualidad 04

Moda re-

Una forma de contribuir con la sociedad y con el medio ambiente"



Más actualidad 08

MUSEO TEXTIL

Un espacio para evitar olvidar el pasado glorioso de Béjar



Más actualidad 12

FELY CAMPO

50 AÑOS DE PASIÓN POR LA MODA



Más entrevista 16

BARO LUCAS

EL DISEÑADOR TORDESILLANO DE LAS ESTRELLAS.



Más actualidad 20

MARAE

DE UN PUEBLO DE ZAMORA A CASAS REALES EUROPEAS Y CON UN 90% DE EXPORTACIONES



Más entrevista 24

ENTREVISTA A MARÍA LAFUENTE, DISEÑADORA LEONESA



Más actualidad 28

Uniendo Moda



Más actualidad 32

EMLY JAZZ

Innovación y tradición, así es una modista 2.0



Más actualidad 36

BOLSOS LAUWOOD

Madera con estilo propio



Más entrevista 40

ALBA de Guzmán



Más entrevista 43

Ángel TAMAYO

Más Tribuna

LA REVISTA SOBRE LA INDUSTRIA DE LA MODA EN CASTILLA Y LEÓN

EDITA

Tribuna Contenidos Digitales, S.L.

DIRECCIÓN

Plaza de España 7-9. Primero. Oficina A
37004 Salamanca

EMAIL

info@tribunagrupo.com

TFNOS

902 103 379 - 646 131 275

CONSEJO EDITORIAL

Juan Antonio Martín Mesonero
(Presidente – CEO)

José Luis Martín Aguado
(Consejero)

Félix Ángel Carreras
(Director General)

Isabel M. García González
(Directora Financiera)

REDACCIÓN

redaccion@tribunagrupo.com

PUBLICIDAD

publicidad@tribunagrupo.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

creatividad@comunica360.com

DEPOSITO LEGAL

S 23-2020

ISSN: 2952-2366 Versión Impresa

ISSN: 3020-8920 Versión electrónica

AVISO LEGAL

Prohibida la reproducción total o parcial de textos, dibujos, gráficos o fotografías de esta publicación, cualquiera que sea el medio de reproducción utilizado, sin autorización previa y expresa de 'MasTribuna'.

Más actualidad 46



AMAYA ARZUAGA

Más actualidad 50



El bordado serrano de Salamanca

Más actualidad 54



MOVA
SEMANA DE LA MODA DE VALLADOLID

58 Más actualidad



Diseñar moda en Segovia

Más actualidad 62



AVIBIA
TALLER DE JOYERÍA

JOYAS ÚNICAS CON SELLO ARTESANAL EN ÁVILA

66 Más actualidad



DEL ANONIMATO AL RECONOCIMIENTO CON SU AGUJA

Más actualidad 70



El oasis académico que impide a Béjar olvidar sus raíces textiles

Más actualidad 74



Alta costura medieval

Más entrevista 78




ANA VELASCO

82 Más actualidad



El arte de la sastrería que resiste a morir en Béjar

Más actualidad 86



Las mujeres operadas se suben a la pasarela para plantarle cara al cáncer

90 Más actualidad



LA PASARELA DE LA MODA DE CASTILLA Y LEÓN
Escaparate de Talento y Creatividad

Más actualidad 94



vidapropia
EL SUEÑO DE DOS JÓVENES RURALES QUE IMPLICA A TODA UNA COMUNIDAD

Más actualidad 96



ENTREVISTA A ESTEFANIA LUYK



Moda re-

“Comprar ropa de segunda mano es una forma de contribuir con la sociedad y con el medio ambiente”

La gerente de las tiendas de Moda re- en Valladolid, Cristina Martín, anima a la sociedad a “liberarse de prejuicios” y disfrutar de los precios económicos”

**Texto: MIGUEL FERNÁNDEZ
Fotos: SERGIO BORJA**



A costumbramos a utilizar camas, cubiertos o asientos en los que mucha otra gente ha dormido, se ha sentado o ha usado para comer con anterioridad. Sin embargo, **la ropa de segunda mano sigue suponiendo un tabú** en una sociedad que avanza, poco a poco, hacia la sostenibilidad.

Al comprar ropa de segunda mano contribuyes a un consumo responsable y local; ayudas al cuidado del medio ambiente, evitando la emisión de CO2 al planeta y reduciendo el consumo de materias primas y energía de la producción de nuevas prendas; y generas empleo para personas en situación o riesgo de exclusión social.

Moda re- es la Cooperativa de iniciativa social sin ánimo de lucro impulsada por la Confederación Cáritas Española, que enmarcada dentro de la Economía Social y Solidaria, se dedica a la gestión del círculo completo de la ropa usada: recogida, preparación para la reutilización, reciclaje, donación y venta.

“Cada año **recogemos más de 43 millones de kilos de ropa, calzado y complementos de segunda mano**, que tratamos en nuestras plantas integrales de gestión de

43 M

DE KILOS DE ROPA USADA

Cada año recogemos más de 43 millones de kilos de ropa, calzado y complementos de segunda mano, que tratamos en nuestras plantas integrales de gestión de residuos.



8.000

CONTENEDORES

Contamos con cerca de 8.000 contenedores en vía pública y otras localizaciones privadas”, afirma Cristina Martín la gerente de las tiendas en Valladolid.



150

ESPACIOS

En el panorama nacional, contamos con más de 150 espacios de venta de segunda mano Moda re- en 90 ciudades, gestionadas en cada territorio por las empresas de inserción socio-laboral de Cáritas integrantes de la entidad.

residuos. Contamos con cerca de **8.000 contenedores en vía pública** y otras localizaciones privadas”, afirma Cristina Martín la gerente de las tiendas en Valladolid.

Las tiendas Moda re- España, además de ser la última fase del ciclo de gestión de la ropa usada, son los espacios que permiten visualizar los valores de nuestro proyecto: cuidado a las personas y al planeta.

“Una prenda que se compra aquí, es una menos que se fabrica. Por lo que estamos ayudando a las personas pero también al planeta”. Las plantas de tratamiento han conseguido poseer volumen suficiente para, además, tener capacidad de reciclaje.

En el panorama nacional, **contamos con más de 150 espacios de venta de segunda mano Moda re- en 90 ciudades**, gestionadas en cada territorio por las empresas de inserción socio-laboral de Cáritas integrantes de la entidad. Estos espacios sociales y solidarios están enfocados a **crear oportunidades laborales para personas que por algún motivo se “han quedado atrás”** y favorecer la dignificación de la entrega social de ropa a personas vulnerables acompañadas por Cáritas, contribuyendo a crear un mundo más justo, igualitario y sostenible.





“Productos buenos por precios muy razonables”

Cristina Martín anima a toda la sociedad castellano y leonesa a que “pierdan los prejuicios” y se lancen a comprar “productos buenos por precios muy razonables”.

Explica que **“las prendas que se venden han pasado por un proceso de higienización en profundidad”** y que “está más cuidado que cualquier prenda que encuentras en una multinacional de unos grandes almacenes”.

Estas tiendas son espacios modernos y dinámicos que rompen con los estereotipos asociados a las tiendas de segunda mano, donde puedes

encontrar, a precios muy asequibles, una gran variedad de prendas de vestir, calzado y complementos de mujer, hombre e infantil, únicos y de calidad, así como prendas procedentes de excedentes y donaciones de empresas.

Artículos de segunda mano, **nuevos, de temporadas anteriores o de la actual, incluso con su etiqueta original,** pero todas en

perfectas condiciones de uso para alargar su ciclo de vida, ya que previamente han sido seleccionadas, tratadas e higienizadas estrictamente.

La gerente de las sedes vallisoletanas de esta curiosa y bonita iniciativa expresa que “el principal objetivo” es **crear puestos de trabajo para personas que “realmente” necesitan que se les eche una mano.**

Más de 30 años de experiencia

Cáritas tiene más de 30 años de experiencia en la recogida y gestión de ropa en contenedores con fines sociales y solidarios, a través de los tradicionales roperos de las parroquias, manteniéndose como un agente líder en el sector.



Bajo el convencimiento de que el trabajo es la mejor alternativa para luchar contra la exclusión social, y de la experiencia previa, surge la necesidad de actualizar el procedimiento de entrega de prendas de vestir. Así, **Cáritas Española, a través de sus proyectos** locales, comenzó a impulsar el **empleo social a partir de la gestión de ropa y desechos textiles**, contribuyendo a reducir las desigualdades y apoyar a colectivos vulnerables.

Con el fin de fomentar sinergias y abordar problemas comunes, los proyectos comenzaron a trabajar conjuntamente hace más de cuatro años, para, finalmente, en 2020 constituir **Moda re-, Cooperativa de Iniciativa Social**, la entidad que aúna las empresas de inserción socio-laboral del sector textil de Cáritas.

Un tejido empresarial de primer orden

El sector textil y de la moda genera riqueza y empleo en Castilla y León, integrándose un tejido empresarial de primer orden a nivel nacional y europeo. Un sector que, en nuestra comunidad, se encuentra conformado por empresas de diverso tamaño y naturaleza, desde el textil, al calzado o los accesorios, y apuesta por la creatividad y la calidad, compartiendo todos estos valores arraigados con esta tierra, desde un indudable compromiso con una industria responsable y sostenible, una producción de proximidad y la recuperación de oficios y tradición.

Aunque muchas personas se sientan ajenas a la moda y todo lo que le rodea, la moda está en todas partes. Existe una creencia generalizada de que la moda es frivolidad y algo demasiado superficial, de lo que solo debes preocuparte si no te tomas a ti mismo demasiado en serio. Sin embargo, es un grave error pensar así. **La moda es comunicación, la moda es política, es economía y es un reflejo de cada una de las sociedades.**

En esta edición de la revista MÁS TRIBUNA reunimos el talento castellano y leonés junto a las demandas de **un sector que ha comenzado crecer en los últimos años** y que promete repuntar como uno de los picos más importantes de la economía regional.

En una Comunidad históricamente austera y discreta, parece que comienzan a verse los primeros brotes verdes de un sector que, apoyado por sus instituciones, trata de despegar haciéndose un nombre y revitalizando la tradición que se base en el método y la calidad.

Se trata de **una industria con mucho potencial de crecimiento**, aunque Castilla y León está por debajo de la media en España, donde supone el 2,4 por ciento del PIB, el 4 por ciento del empleo español y el 8 por ciento de las exportaciones.

Entre las empresas que conforman la industria de la moda también tienen cabida los emprendedores y jóvenes diseñadores que, después de recibir una formación adecuada, pueden saltar a un mundo empresarial complejo y volátil, en el que las tendencias y las modas afectan por igual a grandes y pequeños, y en el que el papel de la comunicación, la promoción y las redes sociales han adquirido un protagonismo casi idéntico al de la producción.

Entre 500 y 600 empresas de la Comunidad se dedican solo al sector de la moda, por lo que parece que se trata de una industria tan relevante como para dedicarle una revista temática en su totalidad para poder adentrarnos en sus recovecos, estudiar su engranaje en profundidad y darle la importancia necesaria a todo su ecosistema.

La necesidad de mejorar la competitividad empresarial creando nuevas oportunidades basadas en la promoción y la comercialización del sector de la moda, hacen **necesarias actuaciones de impulso y desarrollo del sector que aúnen acciones que toquen múltiples aspectos** y que redunden en consolidar al sector y conseguir su asentamiento y el aumento de las ventas de las empresas y diseñadores de moda de Castilla y León.





MUSEO TEXTIL

Un espacio para evitar olvidar el pasado glorioso de Béjar

El Museo Textil de la localidad es un viaje al pasado para recordar aquella industria que en su día colocó a Béjar como una potencia del país



INFORMACIÓN SOBRE EL MUSEO TEXTIL DE BÉJAR



C/ Bajada de San Albín, 3.



923 40 01 15



Miércoles a domingo de 10:00 a 14:00 horas.



museos@aytobejar.com



TEXTO: MANEL HERNÁNDEZ

Entrar por su puerta es dar un salto al pasado. A aquellos tiempos donde **Béjar estuvo en su máximo esplendor demográfico, económico y de relevancia**. El golpe de la humedad, lógico al estar junto a un río, da mayor sensación de retroceder en cuanto se abren las puertas del Museo Textil. Allí, a lo largo de distintas estancias y pisos se puede conocer al detalle cómo arrancó la industria, cómo funcionaban las fábricas u observar parte de la maquinaria utilizada durante décadas.

Dentro espera Maite Beloso Martín, delineante y amante del textil que trabaja en el recinto y hace de guía para quienes entran a conocerlo. Lo deja claro desde el primer momento: **“Esto es un homenaje a todos los que trabajan y trabajaron en la industria”**. Dicho y hecho. Este sentimiento queda patente en cientos de detalles.

Si bien **Béjar llegó a contar en el siglo XIX con alrededor de 200**

fábricas, en estos momentos únicamente siguen operativas seis de ellas. Un descenso considerable, muestra del declive progresivo de una industria textil que llegó a estas tierras salmantinas con la Edad Media, plasmado en un primer documento del siglo XIII, el fuero de Béjar donde se recogían disposiciones. A partir de entonces el textil fue cambiando, quedando regulado a finales del siglo XV la industria textil lanera.

¿Por qué en Béjar? Por la coincidencia de la cañada soriana y la Ruta de la Plata, tal como explica Beloso. Una serie de circunstancias que, entre otras cosas, pusieron a esta localidad en el mapa europeo con la llegada de maestros flamencos que enseñaron a conseguir un paño de mayor calidad.

En el Museo Textil uno puede conocer el proceso completo, **desde la elección de la lana hasta su confección**. Un recorrido a base de conocer las máquinas y el trabajo, entre otras figuras el de las zurcidoras, un trabajo mayoritariamente llevado a cabo por mujeres.



“No era posible sentarse en el parque de la gente que había”

En el momento álgido de la industria, **todas las familias bejaranas contaban con algún miembro o familiar siendo partícipe de ella.**

Un trabajo que no cesaba, teniendo muchos de ellos dos empleos y saliendo de una fábrica hacia otra para proseguir con su jornada. Esto llevaba a los más pequeños de la casa a acercarse la comida al puesto de trabajo, una imagen habitual en Béjar y que demostraba la unión entre la localidad y este sector.

Maite Belloso recuerda su infancia muy ligada al mundo textil. Apasiona-

da de este, no ha dejado de explicar a sus hijos que **cuando era niña “no era posible sentarse en el parque de la gente que había”,** o que jugaba con sus amigos a ver de qué color iba a bajar el río a cuenta de los tintes utilizados.

Esta estampa de la ciudad llena de gente cada vez se ve menos. La despoblación golpea a la provincia salmantina y Béjar no se libra. La situación ha cambiado y **con el cierre de las fábricas también llegaron las maletas y la emigración a otros lugares** para buscar un futuro más próspero.



EN EL MUSEO TEXTIL UNO PUEDE CONOCER EL PROCESO COMPLETO, desde la elección de la lana hasta su confección. Un recorrido a base de conocer las máquinas y el trabajo, entre otras figuras el de las zurcidoras, un trabajo mayoritariamente llevado a cabo por mujeres.

SI BIEN BÉJAR LLEGÓ A CONTAR EN EL SIGLO XIX CON ALREDEDOR DE 200 FÁBRICAS, en estos momentos únicamente siguen operativas seis de ellas. Un descenso considerable, muestra del declive progresivo de una industria textil que llegó a estas tierras salmantinas con la Edad Media



‘Las sastras del textil de Béjar’: un ejemplo de lucha

Ese futuro también lo batallaron las conocidas como **‘Las sastras del textil de Béjar’**. En la década de los años 40 del siglo XX, un grupo de mujeres decidió ponerse en huelga ante el gran número de horas que trabajan y la diferencia de sueldo que recibían respecto a los hombres.

La guía deja claro que muchas de las mujeres que trabajaron en la industria han peleado posteriormente, aunque en este caso para recibir una pensión a pesar de que en muchos casos no estaban dadas de alta y no podían mostrar las credenciales de que habían trabajado durante años.



Falta de apoyo a la industria nacional

Durante el recorrido, encontramos en el piso superior diferentes trajes confeccionados en las fábricas cercanas. Entre ellos, algunos del ejército, una rama que se producía casi en su totalidad en este rincón de Salamanca.

“Uno de los problemas de que la industria no siga a flote es que los **diferentes gobiernos no han apostado por España y han apostado por otros productos que no tienen nada que ver en calidad**”, lamenta Beloso.

Esta no duda en recuperar uno de los dichos tradicionales que se escuchaban por las calles hace años: “En la fábrica textil entraba un hombre desnudo y salía vestido”.

Una frase con la que deja entrever su pesar por el pasado glorioso de la localidad.

Tal fue la importancia de Béjar que **“algunos hombres que trabajaban en el sector textil no hacían la mili”**. Queda todo dicho. A la espera de que algún día pueda retornar aquella dinámica ascendente, el Museo Textil guarda entre sus paredes tesoros emblemáticos de lo que algún día fue.



FELY
CAMPO

***50 AÑOS DE PASIÓN
POR LA MODA***

*La diseñadora salmantina lleva más de medio siglo
amando la moda y entregándose a ella*

“El conocimiento y la experiencia impulsan a la creatividad”

TAMARA NAVARRO



Cincuenta años entre telas, cincuenta años ante una aguja y un dedal que su madre le puso en las manos para hilvanar la historia de su vida. Fely Campo se abre íntima y personal. No ha perdido la ilusión. Lo dice su mirada y esos ojos que nunca se han rendido a un oficio tan duro como bonito.

Nos colamos en su atelier, en Salamanca, ubicado en la calle Laguna Negra, donde supervisa hasta el último detalle. Dedicación y pasión no le faltan. Comenzó su carrera profesional con apenas trece años, “enseguida me enganché a la moda por hacerme ropa a mí misma”. Su primer vestido se lo hizo a los catorce.

Con una timidez que “sobrepasaba todo” comenzó a tener sus **primeras seguidoras**, “querían que las vistiera, no como yo, pero sí la línea. Por aquel entonces yo era muy exagerada”, relata. A partir de ahí, consiguió montar una academia de corte y confección y otra de diseño, “en el año 1995 la cerré porque siempre he sido muy honesta con este increíble oficio”.

“En la época de los noventa o estudiabas o diseñabas. Nadie quería aprender la base, nadie quería saber de tejidos, confección o patronaje y creo que es fundamental para que la creatividad se desarrolle, saber con qué herramientas vas a jugar. **Cuando vas a vestir a una persona tienes que saber”.**

Con el paso del tiempo, su temor era pensar en que las ideas se agotaran, “que quizás no pudiese entender a las mujeres y, sin embargo ahora me he dado cuenta de que **cada vez es más fácil diseñar**, porque cada vez sé un poquito más. **El conocimiento y la experiencia impulsan a la creatividad**”, destaca.

Sin duda, Fely Campo ha pasado más de la mitad de su vida con esa pasión imparable que empuja a crear, “**sin darme cuenta. He hecho realidad mi sueño, me he mantenido**”. Pero, **¿qué pasará mañana?** “No lo sé, esto de la moda es muy cambiante. He pasado algunas quiebras, la seguridad nunca está ahí, pero **he podido mantenerme en un oficio cambiante, difícil y competitivo, siento mucho orgullo**”.

Prefiere aprender de los momentos duros, “esta profesión me ha hecho llorar muchas veces, pero hay tanta compensación que eso borra todas las lágrimas”. La diseñadora reconoce que se ha hecho “muy dura. Críticas, gente, envidia, era una mujer... Pero este año con tantos reconocimientos no he podido evitar emocionarme”.



COLECCIÓN 2025

Fely tiene ateliers propios en Salamanca, Oviedo y también desde hace un tiempo el ‘atelier-showroom’ de Madrid “en el barrio Salamanca. Mi ciudad me acompaña a todas partes. He tenido mucha aceptación”. A su espalda ya lleva cinco ediciones de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid.

“Hablamos de los años 70, hasta los 80 no podías abrir una cuenta sin que un hombre de tu familia fuese el titular, es algo increíble. Tuve que luchar mucho”. Ella quería ser algo más, “tener mi local y mi placa en la calle, igual que avanzaban los hombres en aquella época... quería salir de las cuatro paredes”.

“Cuando te encuentras un muro de hormigón, hay que rodearlo”, era la época que le tocó vivir, “pensé ser más inteligente y bordear, así que lo hice”.



FELY CAMPO Y EL BALLET DE 'ALICIA ALONSO'

FELY CAMPO DESTACA ENTRE ALGUNOS DE LOS MOMENTOS MÁS BONITOS DE ESTE 2024, SU COLABORACIÓN CON EL INSTITUTO ALICIA ALONSO DE LA DANZA 'ALICIA ALONSO', ESTÁN HACIENDO UN HOMENAJE AL COMPOSITOR, JOAQUÍN RODRIGO EN EL MARCO DEL 25 ANIVERSARIO DE SU FALLECIMIENTO.

"Me pidieron cuarenta trajes en blancos y negros, no podía ponerme a diseñar esa cantidad en tan poco tiempo, decidí que sería bonito poner esos 50 años de trayectoria en movimiento asique me fui al archivo y allí estaban".

El espectáculo cuenta con elementos tanto de danza contemporánea como clásica y española. "Es muy diferente la ropa, pero he adaptado todo, se hicieron muy pocos arreglos, tenía de todo para poder elegir. **Había vestidos que llevaban metidos en una bolsa desde hace 25 años... verlos bailando, esa segunda vida tan increíble, fue de las cosas más emocionantes**".

"En el estreno en el Teatro Josep Carreras en Fuenlabrada la gente empezó a aplaudir, quisieron que subiese al escenario... los vi bailando de esa forma tan bonita con esos movimientos... Nunca había visto las formas que podían coger esos vestidos dando vueltas, fue precioso, parecía que estaban esperando vivir ese momento". Una experiencia diferente que puede verse en la imagen superior de la autora **Merche Burgos**.

DESFILE THE WAY HERE

79ª Edición de Mercedes Benz Fashion Week Madrid

Ahora se encuentra inmersa en varios proyectos, "en este oficio siempre estás preocupada, la moda va muy deprisa y el consumidor tiene preferencias según la temporada. Nada está en nuestras manos".

Trabaja bajo presión, "tiene que ser todo rápido, me gusta estrujarme la cabeza, no sé trabajar de otra manera", dice con su colección primavera-verano 2025 a la vista. "Va a ser un prêt-à-porter de lujo, muy especial. Algo diferente. Va a haber superposiciones: **a mí me fascina el invierno y quiero llevar esa manera de crear el invierno a verano**. Es en lo que estamos trabajando".

"Los colores van a ser suaves, no hay piezas negras... no es pastel del todo, pero serán tonos claros y texturas diferentes... mucho 'tweed'. Yo empecé a vestirme a mí misma pero siempre tratando de buscar la belleza y la elegancia en cortes y tejidos. Siempre hago un estudio del cuerpo".

Novias

A pesar del paso de los años, esta veterana diseñadora en la creación de looks nupciales no ha cambiado su discurso, pues entiende que cada mujer debe "sentirse ella misma".

"Es un universo muy especial. Me gusta hablar con la novia, conocerla y conocer su idea. Es un vestido único, cuando alguien decide pasar por ese ritual, es un vestido único. Es muy importante su idea, como se ve a sí misma. Me gusta darle forma a su cuerpo".

"Lo más bonito de una novia es que cuando la gente la vea y su pareja la vea sobresalga del vestido y destaque. Ahí es donde intervengo, un patrón a su cuerpo, a su medida".

Su futuro es incierto pero lo tiene claro, va a seguir luchando "hasta que la vida me pare, yo he vivido todo el tiempo. **Mi pasión por lo que hago es tan grande que estoy llena de vida**. No me quiero jubilar, yo vivo intensamente. Todo junto es lo que hace la vida, disfrutar del tiempo libre y del trabajo".



BARO LUCAS

EL DISEÑADOR TORDESILLANO
DE LAS ESTRELLAS.



BARO LUCAS sabe hacer de la sencillez el lujo en cada una de sus creaciones, y convertir sus productos artesanales en piezas de revista.

*“Me encantaría vestir
a la reina Letizia”*

El joven Baro Lucas tiene a Malú, Belén Rueda o Nieves Álvarez entre las clientas vip que eligen la marca vallisoletana para grandes eventos

**MIGUEL ÁNGEL
FERNÁNDEZ**

En los últimos meses, el diseñador Baro Lucas se ha convertido en un sinónimo más que válido de la palabra 'glamour', y es que la promesa vallisoletana del diseño de moda se ha consolidado como una de las opciones más destacadas para las famosas a la hora de elegir sus looks más especiales.

Las actrices Belén Rueda y Marta Hazas, las artistas Malú y Chanel; o las influencers La Jedet y Rocío Camacho son solo algunas de las 'vips' que visten las creaciones del tordesillano en sus alfombras rojas y eventos.

Desde su taller, ubicado en el municipio donde se crio, sabe hacer de la sencillez el lujo en cada una de sus creaciones, de convertir sus productos artesanales en piezas de revista. Este diseñador consolidado aprovecha la tecnología para llegar a todo el mundo a través de su tienda online, manteniendo una producción local, sostenible y cuidada, prestando atención a cada detalle.

Ya cuenta con un bagaje detrás que avala su trabajo, ¿cómo fueron los inicios en la industria de la moda?

A mis padres les hubiese gustado que estudiase alguna carrera con más salidas laborales pero me empeñé en formarme en patronaje y diseño. Terminé con calificaciones muy altas y pude hacer prácticas en el taller de Amaya Arzuaga, donde aprendí muchísimo. Después fui formándome, poco a poco, y gracias a ganar algunos concursos pude ir haciéndome un nombre.

¿Siempre tuvo claro que quería dedicarse a este sector?

Nací y me crié en Tordesillas pero, a causa de una hipoacusia severa, tenía que ir al logopeda tres veces

DE GALA EN LOS GOYA

Vestido de gala con drapeado en gasa de seda natural con corte asimétrico de terciopelo que lució la cantante Rozalén en la 37 edición de los Premios Goya que se celebró en Sevilla en 2023.



FOTOGRAMAS DE PLATA 2024

Belén Rueda deslumbró en la alfombra roja de la última edición de los Fotogramas de Plata, con este espectacular vestido negro largo y corte sirena de brillos, ceñido en la cintura, con un ligero drapeado en la parte delantera, con mangas largas semitransparentes y de cuello cerrado y redondo.

LAS ACTRICES BELÉN RUEDA, GOYA TOLEDO Y MARTA HAZAS, LAS ARTISTAS MALÚ Y CHANEL; O LAS INFLUENCERS LA JEDET Y ROCÍO CAMACHO son solo algunas de las 'vips' que visten las creaciones del tordesillano en sus alfombras rojas y eventos.

por semana a Valladolid. Me enamoraba de las mujeres que veía por la calle Santiago y de los escaparates de las tiendas. En mis veranos en Béjar me gustaba perderme en las fábricas de lana y aprender de costura. Y cada vez que tenía oportunidad compraba la revista Vogue y me pasaba horas admirando sus fotografías.

Belén Rueda, Malú, Rozalén... ¿a quién le queda por vestir?

No me cierro puertas. Quiero vestir a todo el mundo. No hay nadie a quien no le haría un vestido pero tengo especial predilección por la reina Letizia. Sería todo un honor que eligiese una de mis prendas. Además, me haría mucha ilusión poder diseñar para la cantante Rosalía, a quien admiro mucho.

¿Por qué cree que esas estrellas se fijan en usted?

No lo sé. Estoy muy agradecido pero todavía me cuesta creerme el éxito. Yo diseño pensando en los demás pero sin perder mi estilo, y creo que eso gusta.

¿Por qué asentar su atelier en Tordesillas en vez de hacerlo en Valladolid o incluso Madrid?

Yo he vivido aquí muchos años y este pueblo tiene su encanto. Estamos en plena calle Santa María, al lado de la Plaza Mayor de la localidad. Creo que no me he equivocado porque, además, ya estamos comercializando las colecciones en Madrid, a través de un showroom y una tienda. El siguiente paso a realizar sería expandirnos dirección París, con una boutique allí

¿Sus vecinos apoyan su firma?

Me siento muy respaldado. Somos una gran familia. Todo el mundo me transmite su cariño y se interesan por mi trabajo.



Alexander McQueen, que era un genio. Aunque mis creaciones no se parezcan en nada a las suyas, me inspira mucho.

¿Qué lectura hace del panorama de la moda en Castilla y León?

Tenemos a grande profesionales. Debemos reivindicar nuestra tierra y nuestro modo de trabajo. Poseemos grandes firmas con mucho que ofrecer.

¿En qué está trabajando ahora?

Trabajo en los pedidos que tenemos, que no son pocos. Además, preparo mi colección nupcial de cara al 2025 y, a la vez, no dejo de crear en mi cabeza para próximos eventos o desfiles.

¿Un consejo para futuros diseñadores?

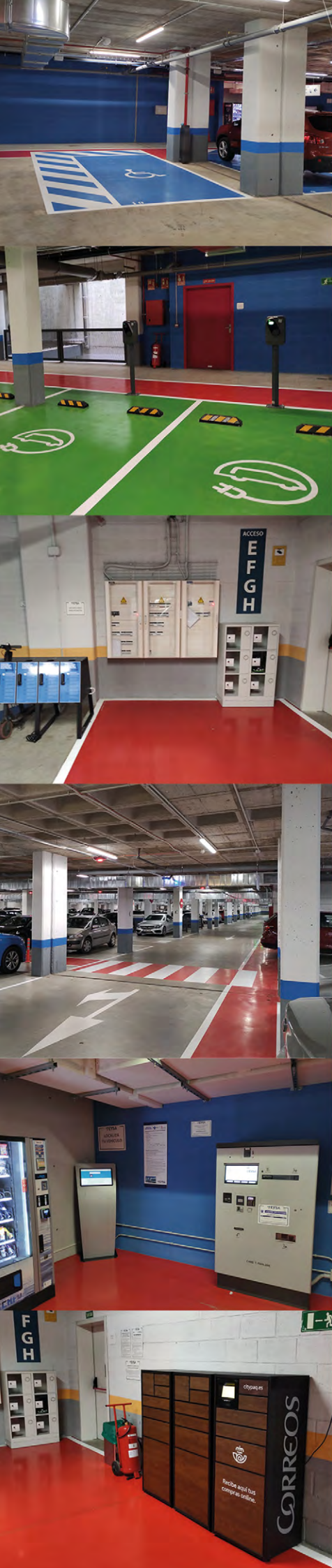
Trabajo contante. En este mundo, nadie te regala nada. Debemos confiar en nosotros mismos y no tierra la toalla, por muy complicado que se ponga el camino. No es una industria sencilla pero trae grandes recompensas si le dedicas tiempo y ganas. Emprender un negocio requiere muchísimo esfuerzo. Yo soy una persona muy perfeccionista y exigente conmigo mismo pero eso me sirve para estar satisfecho con los resultados.

¿Cómo define su identidad como diseñador?

Sofisticado, robusto, flexible e inequívoco. Busco el lujo en la sencillez. Soy muy perfeccionista y tengo un gran equipo detrás de mí.

¿Cuáles son sus referentes de estilo?

Adoro la personalidad de Olivia Palermo y me fijo en actrices como Ana Taylor Joy o Hunter Schafer. He estudiado bastante sobre la moda italiana y me intriga la Casa Gucci. Pero, sin duda, admiro al eterno



DESCUBRE NUESTROS APARCAMIENTOS EN SALAMANCA

situados en Hospital Clínico Universitario y Hospital Virgen de la Vega

Hospital Clínico Universitario 2 PLANTAS

-2

Uso público

215 
vehículos


13 
PMR

8 
Motos

24 
Parking Bicis

6 
Puntos de recarga VE

2 
Cajeros Automáticos


Máquina de vending

-3


Uso exclusivo empleados

282 
vehículos

20 
PMR


19 
Motos

8 
Puntos de recarga VE

8 
Parking para patinetes

Otros Servicios

 Consigna de cascos moto

 Punto recogida Correos

Hospital Virgen de la Vega 5 SÓTANOS

-1 -2 -3

Uso público

277 
vehículos

10 
PMR

23 
Motos

-4 -5

Uso exclusivo empleados

248 
vehículos

4 
PMR

6 
Motos



MARAE

DE UN PUEBLO DE ZAMORA A
CASAS REALES EUROPEAS Y CON
UN 90% DE EXPORTACIONES

TEXTO: TERESA SANTOS

La firma enclavada en Coreses, cerca de la capital zamorana, dio la campanada hace seis años cuando la imagen de la princesa Charlotte de Inglaterra dio la vuelta al mundo en su primer día de guardería, vestida con un abrigo confeccionado en la fábrica de los hermanos Escudero.

L De un pueblo de Zamora a las casas reales europeas. Tanto los hijos de los Príncipes de Gales como la propia Reina Letizia, y hasta la familia real sueca, tienen en su armario prendas realizadas en las instalaciones de Marae. Esta firma fabrica sus propios tejidos en Coreses, muy cerca de la capital zamorana, donde **una veintena de trabajadores**, la mayoría mujeres, se afana en la **confección artesanal de chaquetas y abrigos de lana cocida**.

El resultado es una producción que puede considerarse única al tratarse de un tipo de tejido que muy pocas empresas trabajan actualmente y que ha llevado a los hijos de Luisa Martín, la que fuera modista de Villarrín de Campos, a disfrutar de las mieles del éxito. **Manoli** y Raúl Escudero **son los hermanos que están detrás de esta marca** que lleva por nombre las siglas de sus nombres de pila, más la inicial de su apellido, y que tiene sus orígenes en el municipio terracampino, donde la labor textil llegó a ocupar durante un tiempo desde el salón de la casa familiar hasta el molino en el que había trabajado el padre, Isaías Escudero. Tras 31 años en Villarrín, la firma se trasladó a Coreses en 2010 para asegurarse la mano de obra más cerca de la ciudad.

Fue en 2018 cuando Marae dio la campanada. Charlotte, hija de los entonces duques de Cambridge y actuales príncipes de Gales, comenzaba su asistencia a la guardería y con tal motivo la Casa Real británica publicaba en sus redes **un par de fotografías de la sonriente pequeña en las escaleras del Palacio de Kensington, vestida con un abriguito de color granate firmado**



LA PRINCESA CHARLOTTE DE INGLATERRA, HIJA DE LOS ACTUALES PRÍNCIPES DE GALES en su primer día de guardería, vestida con un abrigo confeccionado en la fábrica de los hermanos Escudero.

por Marae, en unas imágenes que dieron la vuelta al mundo.

Aunque el verdadero antes y después de esta marca hay que situarlo un año antes, unido a **un plan de ventas internacional de la mano del ICEX**. “No hacían más que cerrar clientes”, comenta Raúl Escudero en alusión a las tiendas que entonces compraban su producción. **“Si queríamos crecer nos teníamos que ir fuera de España”**. Aquel abrigo de la biznieta de Isabel II de Inglaterra lo vendió Amaia Kids, ahora Amaia London, una tienda de Londres en la que Marae había logrado tener presencia gracias a su apuesta por la internacionalización, además de por su gran calidad.

“Nos vino bien como imagen”, comentan los Escudero recordando aquella hazaña, si bien

puntualizan que detrás de su éxito lo que hay es mucho trabajo, estudio de mercado, búsqueda de agentes... “Lo relacionan con que es gracias a los príncipes pero decimos que trabajamos con productos de calidad, productos que no se hacen, con mucha flexibilidad... **Nos compran porque somos Marae, porque hacemos lo que hacemos**”.

Las imágenes de la nieta de la princesa Diana de Gales con su abriguito color burdeos les dieron a conocer ante el mundo “pero tampoco se tradujo en un gran crecimiento de ventas”. Sí fue para Marae “una sorpresa y una alegría”, en palabras de Manoli Escudero, quien se encontró con la viral fotografía en Facebook. **“No teníamos ni Instagram y aquel día lo creamos”**, recuerda su hermano Raúl. Aquella temporada, Amaia Arrieta vendió 80 abrigos Marae como el de la princesa Charlotte, todos de color granate. Al año siguiente fueron 120, en otro color.

La pequeña **Charlotte** cuenta ya con **media docena de abrigos Marae** y sus hermanos tienen también más de una chaqueta de esta firma zamorana. Al igual que algunos de los más jóvenes miembros de la Casa Real de Suecia. Y la **Reina española Letizia** lució a comienzos de este año **una chaqueta confeccionada en las instalaciones de Coreses para otra marca**.

Pero la aparición de famosos con sus prendas no es un reclamo que los Escudero quieran usar. **“Utilizamos de gancho nuestro producto en sí**. Después, una vez que alguien va a comprarnos, ya le decimos ‘hacemos esto, esto y esto’, más como refuerzo, no como gancho”.

Hacen lo mismo que cuando **empezaron hace 45 años**: Prendas de lana con su propio tejido, patronaje y confección. El resultado, “prendas muy cómodas de llevar, muy versátiles” que facilitan a los más pequeños movilidad para el juego, además de que abrigan y “duran mucho”. Sus abrigos, salvo una línea lanzada recientemente, no llevan forro, de ahí su confortabilidad. **Abrigan, son cómodos y “muy troteros”**. Piezas atemporales, clásicas. “Un abrigo que igual se ponía la abuela y ahora la nieta”. Ropa que no se pasa de moda.

Los orígenes de Marae se encuentran en Villarrín de Campos. La madre de Manoli y Raúl trabajó para Zmark, una marca de ropa de esquí que tenían sus tíos. Después se asociarían la madre y la tía y **nació la marca Zaustr en 2001 con ropa de mujer ‘prêt-à-porter’**. Siempre han trabajado con prendas de lana. **Marae fue creada en 2012**. Sus creaciones son cien por cien de lana abatanada, tipo austriaco, con “tejidos que mimamos y se caracterizan por ser cálidos, confortables, y de la mejor calidad, no hacen bolitas y se pueden lavar”, como explican en su página web.

Los hermanos Escudero **trabajan con 25 colores y el cliente puede elegir la combinación**. “Nos adaptamos a los clientes”. Con el fondo de un color y el ribete de otro hay **625 posibilidades distintas**. Cada año sacan al mercado 20 modelos diferentes para niño y niña y 30 para mujer. El modelo que hizo famoso la princesa Charlotte en su estreno en la guardería ha sido siempre el más vendido, ya desde antes. Del **modelo Zamora**, tal es su nombre, se han podido hacer quien sabe si **30.000 piezas**. Actualmente, la talla pequeña de ese abriguito tiene un precio en el mercado que ronda los 160 euros, una cantidad que muchos no pagan por un abrigo infantil pero que para la calidad y el trabajo que supone no es caro. Porque los Manoli y Raúl no quieren ser elitistas.

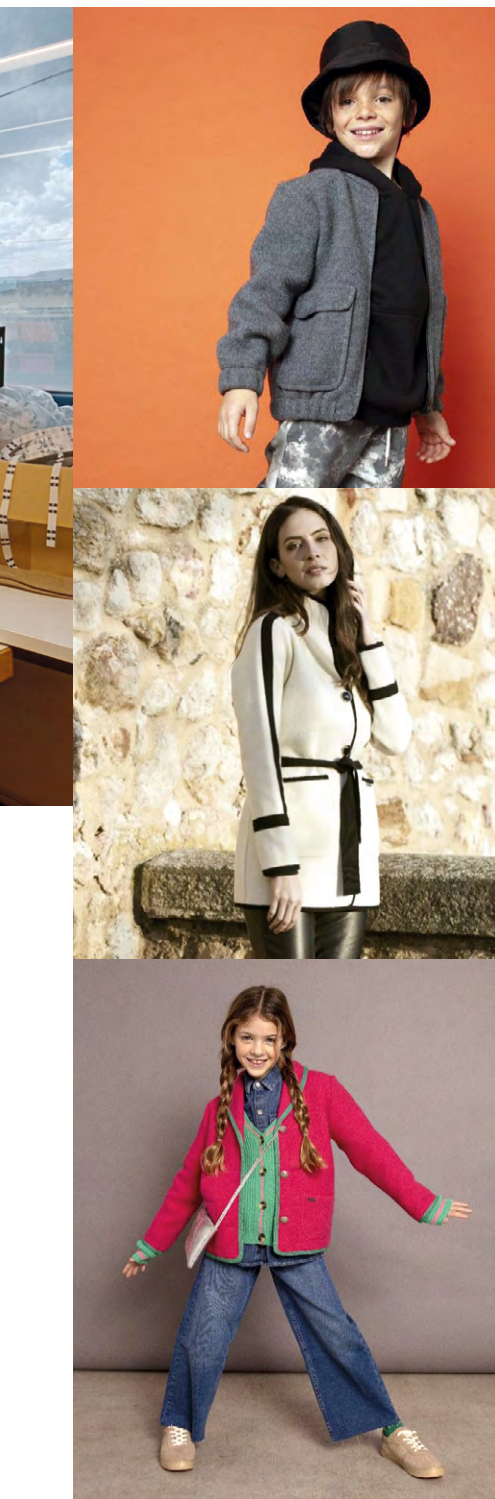


“La consultoría **nos aconsejó subir el precio un 70% y lo subimos un 3%**. El precio tiene que ir acorde con la calidad pero **no queremos ser marca de lujo** sino intentar llegar a más gente, no solo a cuatro; llegar a clase media que pueda comprar nuestra ropa”. Un abrigo de mujer cuesta en tienda unos 260 euros. “Vamos por debajo de precio”, asegura Raúl Escudero mientras comenta que abrigos de calidades inferiores se encuentran en el mercado por 500 euros.

Los Escudero compran la lana ya hilada y tintada, que llega de Austria. La de mayor calidad. **Lana merina cien por cien**, con la que se hace el tejido en las tricotosas industriales. Después, hacen lo que se llama el **cocido de la lana**, momento en el que el tejido se encoge tras pasar por la lavadora y la secadora, con acabados que varían según el color y hasta de la estación del año. El laborioso proceso incluye un planchado en una mesa vaporizadora y el resultado es un tejido con una mayor suavidad, para el posterior corte, a mano, y confección.

Después, de la plancha pasarán las prendas al control de calidad. Y luego nuevamente serán planchadas una a una antes del etiquetado y empaquetado. En su historia **jamás han tenido devoluciones por taras**.

Marae tiene unos **200 puntos de venta en todo el mundo** y colabora con importantes marcas del sector de la moda. La mayor parte de las ventas, el 90%, se lleva a cabo fuera de España gracias al plan de internacionalización en 2017. **“España ahora mismo no está preparada, culturalmente, para el producto español”**, comenta Raúl Escudero mientras anota que lo mismo sucede en otras zonas que tienen dinero, como Benelux. “Ahora mismo la gente está acostumbrada a ir al ‘fast fashion’; comprar barato y ya está”. “Es verdad que la gente está muy concienciada con la sostenibilidad, con comprar producto español, pero lo quieren pagar a precio de China y eso es inviable”. Lógico es pensar que en esos hábitos de compra influyan los salarios españoles y el encarecimiento de la vida.



EN SUS VENTAS DESTACAN LAS PRENDAS INFANTILES, porque en su momento hicieron caso a la consultora que les aconsejó comenzar con ropa 'kids'. Así lo hicieron y dieron la campanada. Con una gran explosión de ventas en niño en el año 2020. Y con mucho trabajo. **Ahora quieren incidir más en la colección de mujer y, en un futuro, también hombre.**

La base del éxito: saber vender y adaptarse

El crecimiento ha de ser sostenido. "Nos gusta crecer entre un 10% y un 20% porque como **nuestra fabricación es artesanal** hay que ser capaces de, con los mismos métodos, servir lo que vendes".

Su facturación alcanzó el año pasado los 850.000 euros con la venta de **14.000 prendas**. En estos momentos, los artífices de Marae se encuentran en proceso de reorganización, "cogiendo aire para echar a correr otra vez". Quieren apostar fuerte por la ropa de mujer pero para eso hay que saber qué demanda y dónde. Es decir, un nuevo estudio. Y "si todo va como queremos, igual en dos o tres años tendremos éxito".

Marae ha participado varias veces en la Pasarela de la Moda de Castilla y León. Respecto al sector en esta Comunidad, Raúl Escudero habla de crisis. Por la inflación, la mentalidad... **"La gente, aunque no tenga dinero, le da igual gastarse 60 euros en una cena, pero no se los gasta en un jersey"**. Manoli añade que afecta la falta de relevo generacional, al cerrar las tiendas de ropa de mujer.

El sector textil es importante en Castilla y León, aprecian los Escudero, aunque no lo sea tanto como la alimentación o la automoción. **Hay moda de calidad, moda de autor, que "sí tiene futuro"** haciendo "cosas diferenciadas", con calidad y **"para fuera de España"**. Y sabiendo vender el producto. "Da igual si es el mejor producto, que si no sabemos venderlo..."

Una producción como la de Marae es única en Castilla y León y en España. **"Productos como el nuestro no lo**

hace nadie, ni dando la flexibilidad que damos". Hay una fábrica en Alemania "pero no es como nosotros, fabrican ropa de lana pero no lo hacen con nuestra calidad ni nuestra flexibilidad", comentan refiriéndose a la posibilidad de elegir el cliente la combinación de colores o de adaptarse a sus medidas si se requiere.

Marae exporta su producción a **Ingllaterra, China, EEUU, Italia, Japón, Corea del Sur, Lituania y Portugal**. Italia e Inglaterra se llevan la palma. "Pensábamos que nuestro mercado era Benelux por el frío y por la renta, pero allí acostumbran al 'fast fashion', mientras que en Italia es diferente y en Inglaterra les gusta mucho la moda española".

Y todo desde el pequeño rincón de Zamora, la provincia española que lidera el ranking de despoblación y envejecimiento. **"Hoy en día, si te mueves, y trabajas, puedes llegar a cualquier sitio"**, comentan. Pero "ni la realeza ni ningún cliente va a venir a comprar aquí; hay que buscarlos, movernos, hacer un estudio previo, ver cómo puede encajar".

La base de su éxito es "haber sabido vender y adaptarnos", apunta Raúl Escudero. "Hay que ver mundo, hay que salir. Conozco a mucha gente del sector y les cuesta salir para ir a cualquier acto. La formación es muy importante, conocer a más personas del sector... Nos cuesta salir de la fábrica pero, si se da la oportunidad ir a cualquier sitio, vamos, porque de ahí salen oportunidades". Y, sentencia: "Está claro que el mundo no va a venir a nosotros. **Si queremos estar en el mundo, tenemos que ir nosotros a por el mundo**".



ENTREVISTA A MARÍA LAFUENTE, DISEÑADORA LEONESA

“El lujo es tener algo único”

TEXTO: SUSANA MARTÍN

Lleva en la moda toda una vida. Diseñadora y creativa multidisciplinar, con formación en arte y en moda, la diseñadora leonesa María Lafuente es una artista solidaria comprometida con la sostenibilidad. Sus propuestas creativas llevan un par de décadas encandilando a un mundo que le ha inspirado y preparado para explorar nuevos horizontes y contribuir a un mundo mejor a través de su arte. Siempre alegre, la actitud vital de María se deja ver en sus diseños, que transmiten optimismo e innovación. Mira al pasado para afrontar el futuro y sigue soñando con un mundo lleno de color.

Hablar de Moda en León y en Castilla y León es hablar de la diseñadora María Lafuente, al pie del cañón desde hace décadas. María, ¿cómo ha cambiado la moda en los últimos tiempos?

La moda ha cambiado como muchas cosas que tocan en nuestra nueva era. La innovación, la sostenibilidad y las nuevas herramientas tecnológicas dan un giro muy relevante, la inteligencia artificial, entre otras cosas, dan un nuevo giro y formato, no sólo en la moda.

Con tanta experiencia en este campo, ¿dirías que es ahora más fácil o más difícil dedicarse al sector de la moda, y especialmente desde una pequeña provincia...?

No hay nada más fácil o más difícil por estar en una provincia pequeña, **lo importante es la tenacidad y el esfuerzo por crear.** Siempre es complicado iniciar y mantener un proyecto creativo.

¿Qué ha sido para usted lo más difícil de tu trayectoria?

Lo más difícil... Nada es sencillo, así que me cuesta decidir qué ha sido lo más difícil. Hay colecciones que me han llevado más tiempo para conseguir los objetivos planteados, aunque finalmente casi todos los consigo. Eso sí, con esfuerzo y tenacidad.



Cuéntenos a qué proyectos estás dedicada ahora, a medio y largo plazo.

Acabo de regresar de **La Habana** invitada por la embajada española siendo elegida la diseñadora para celebrar la entrada del verano. Ha sido en la Fábrica de Arte, un espacio artístico multidisciplinar espectacular. Este fin de semana estaré en la universidad de Tudela para hablar de moda y sostenibilidad y este curso está dirigido por Jesús Mari

Montes-Fernandez (director de Flash Moda). Para septiembre estaré en **Madrid es Moda**, en la que voy a presentar una colección cápsula, y en la **Mercedes Benz Fashion Week Madrid**.

¿Cómo concibe usted la moda que te interesa a día de hoy?

La moda que me interesa hoy tiene que ver con valores sostenibles de autor con artesanía e innovación, sabiendo de dónde procede.

¿Qué materiales trabaja?

Estoy trabajando hace con **reciclado de neumático , con tencel certificado PEFCde Textil santanderina y bio cerámica.** Estoy planeando empezar con nuevos materiales. En la última colección del próximo otoño -invierno he trabajado con lana del Val de San

Lorenzo en la que han participado la primera escuela de Hilanderas de León, parte de esta lana está teñida con la cochinilla canaria .

**¿Trabaja también para otros países? Cuénteme qué y dónde...
Alguna curiosidad.**

Si, realizo algunas cosas con otros países. He estado en Cuba, en La Habana, realizan do tanto unas ponencias como un desfile en la fábrica de arte gracias a la colaboración de la embajada española. Tengo también otro proyecto internacional, pero eso os lo contaré más adelante, ahora no puedo...

¿Qué diseñadores le interesan?

Diseñadores, **Balenciaga ha sido el más importante** y referente universal, no sólo por ser español sino también por lo pionero que fue.

¿Qué tiene que hacer un joven de esta comunidad que quiera dedicarse a la moda? ¿Qué debe estudiar, dónde debe ir, qué le recomendaría?

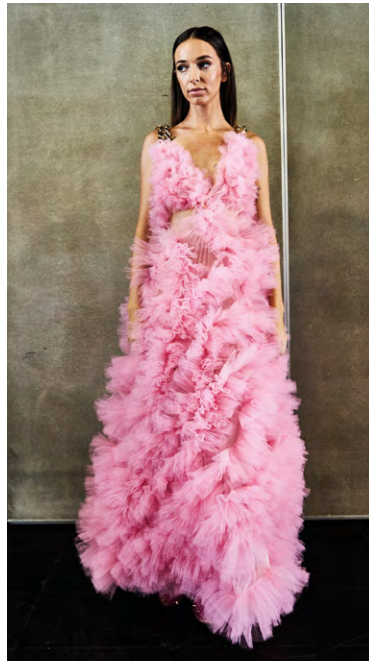
Tiene que estudiar, trabajar y ser constante en su trayectoria. Está es una carrera de fondo y siempre hay que seguir con el esfuerzo y tesón.

¿Le queda algún sueño por cumplir en lo profesional?

Los sueños se trabajan y por supuesto que hay muchos, aun así me gusta más contarlos cuanto ya los he conseguido.

¿De qué logros profesionales como diseñadora se siente más orgullosa?

Desde pequeña era inquieta y curiosa , siempre dibujando o pintando. Mi abuelo era sastre,



aunque no llegué a conocerlo. Hay varias cosas, el haber sido la **primera diseñadora del mundo en hablar en la ONU**, en el foro más importante de sostenibilidad. Haber creado la identidad corporativa para Paradores de España o la identidad corporativa para el Comité Olímpico Español. O también haber creado la **primera arquitectura sostenible** para vestir el edificio de la Consejería de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid.

¿Cuándo decidió que lo suyo era la moda y cuándo tuvo claro que podría vivir de ello?

Ya en la adolescencia tenía claro que esta sería mi profesión, así que después me formé y trabajé y trabajo por y para ello .

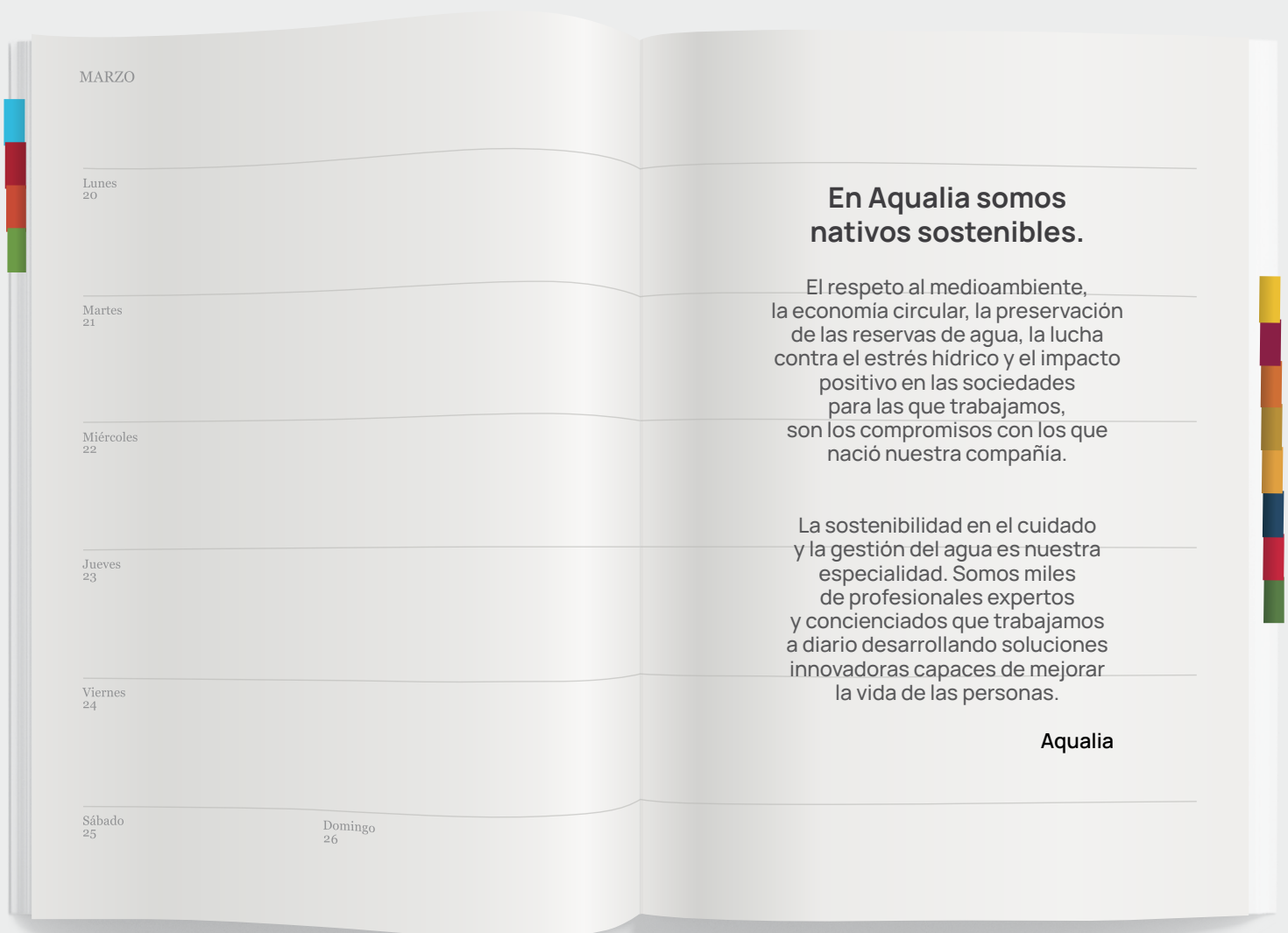
Hábleme de la moda sostenible.

La moda sostenible es una necesidad, tenemos que dejar un mejor planeta para las siguientes generaciones y hay que buscar y obtener materiales que provoquen menor impacto y también reutilizar materias. Todo ello trabajado también con manos artesanales apoyando así la moda de autor y sin olvidar las nuevas tecnologías. **Respeto por las personas y la naturaleza, y no olvidarnos de las tradiciones.**

Cuénteme cómo es la moda de María Lafuente para quienes no conozcan su trabajo.

La moda para mí es una emoción que sale del alma con el corazón, a través del arte, la música, el cine, la literatura, la artesanía, la invasión con un pensamiento optimista que te hace sentir mejor cuando llevas una **prenda de autor**, que te va a durar mucho tiempo. **El lujo es tener algo único.**

Nuestra agenda 2030 comenzó a escribirse en 1972



Primera empresa del sector
certificada por AENOR en
la consecución de los ODS

Uniendo Moda

TEXTO: TERESA SÁNCHEZ
FOTOS: ICAL Y CEOE





El sector textil y de la moda genera riqueza y empleo en Castilla y León y ese es un dato incuestionable.

Según las cifras aportadas por la Consejería de Industria, Comercio y Empleo en la última pasarela 'Espacio Moda' hablamos de un **sector que mueve un volumen de negocio de 200 millones de euros anuales en la Comunidad**, operando en un mercado que da soporte en torno a 550 empresas en las nueve provincias, y **dando empleo a 2.300 personas con sueldos que suponen un valor de 34 millones.**

Números que exponen con claridad el potencial de la **industria textil, que en España representa el 2,4 por ciento del PIB**, el cuatro por ciento del empleo y el ocho por ciento de las exportaciones.

Como dato revelador en nuestra comunidad, esas casi 550 empresas constituyen el 5% de las empresas industriales y a eso habría que sumarle más de **600 locales dedicados a la moda constituidos en su inmensa mayoría por microempresas** con una apuesta por la creatividad y la calidad, compartiendo valores arraigados a la tierra.

Hablamos por lo tanto de un tejido empresarial de primer orden a nivel regional, nacional e incluso europeo en el que también tienen cabida los emprendedores y jóvenes diseñadores que, después de recibir una formación adecuada, pueden saltar a un mundo empresarial complejo y volátil, en el que las tendencias y las modas afectan por igual a grandes y pequeños, y en el que el papel de la comunicación, la promoción y las redes sociales han adquirido un protagonismo casi idéntico al de la producción.

La necesidad de mejorar la competitividad empresarial creando nuevas oportunidades basadas en la promoción y la comercialización del sector de la moda, hacen necesarias actuaciones de impulso y desarrollo del sector que aúnen acciones que toquen múltiples aspectos y que redunden en consolidar al sector y conseguir su asentamiento y el aumento de las ventas de las empresas y diseñadores. Teniendo en cuenta todo esto, **CEOE Castilla y León y la Junta de Castilla y León pusieron en marcha a finales de 2023 el proyecto 'Uniando Moda'**, dedicado a la promoción y la comercialización del sector textil y de la comunidad.

Objetivos del proyecto

En su presentación, la directora general de Comercio y Consumo de la Junta, María Pettit, defendió que **“hay que poner en valor el talento de nuestros diseñadores, el producto diferenciado y local”**, y se refirió a medidas como facilitar la participación de diseñadores regionales en eventos de moda nacionales e internacionales para aumentar la visibilidad global.

¿En qué se ha traducido por el momento? A lo largo de 2024 se han ido desplegando ya una serie de acciones como la organización de espacios y encuentros de trabajo en distintas provincias, con la participación de profesionales de confección, diseñadores, empresas y marcas del textil, estudiantes y escuelas, emprendedores, influencers, así como de representantes de ModaEspaña y de la Enterprise Europe Network (EEN).

En Ávila se analizó la **sostenibilidad**; en Burgos el **patronaje** aplicado al modelado y la producción en la industrial textil; en León el talento, su desarrollo y cómo descentralizarlo; en Palencia se abordó el trabajo de las **influencers** y su papel en la moda; en Béjar (Salamanca) se trató la **innovación** y la investigación en el sector, y en Segovia se habló de la **internacionalización** de las marcas de moda. Durante el último cuatrimestre del año, las jornadas continuarán en Soria, Valladolid y Zamora.

En el trasfondo, la meta de promover la apertura de las empresas a mercados exteriores, estableciendo contactos con empresas en el exterior. También favorecer la transmisión de conocimientos a través de eventos ‘networking’;



respaldar el sector con la solución de problemas relacionados con la producción, tanto desde el punto de vista técnico-normativo, como económico y comercial; y la pretensión de unir el sector con el comercio como gran reto.

Además, en el mes de marzo, diseñadores de Castilla y León presentaron sus colecciones en el exclusivo evento de moda nupcial y

de ceremonia, **Atelier Couture**, en su 11ª edición, que se llevó a cabo en el **Palacio de Santoña de Madrid**. Esta colaboración entre CEOE Castilla y León y la Consejería de Industria, Comercio y Empleo de la Junta de Castilla y León, tuvo una **excelente acogida** entre los profesionales del sector y tuvo como objetivo resaltar el talento y fortalecer el posicionamiento de la industria de la moda de Castilla y León.



OTRA DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS FUE LA GRABACIÓN DE VÍDEOS PROMOCIONALES PARA LOS DISEÑADORES DE LA COMUNIDAD.

Estos cortometrajes no solo resaltan la creatividad y el talento de los diseñadores, sino que también destacan la calidad y solidez de sus propuestas. Con estos vídeos, se busca captar la atención de un público más amplio y sofisticado, transmitir los valores de las marcas locales y posicionar a los diseñadores en un mercado competitivo, subrayando sus propuestas únicas y su capacidad para innovar en la moda.

Experiencia y promesas emergentes se unen sobre la pasarela de la segunda edición de 'Espacio Moda Castilla y León' el 9 y 10 de octubre en Burgos

Antonaga, Azul Izal, Carolina Gázquez, Marcos Villafruela, ORY, María Lafuente, José Martín, Fashion S.A., Fely Campo, Ainhoa Salcedo, Alejandro Maillo, Baro Lucas, Esther Noriega, Ángel Iglesias y Marae, elegidos por el Comité de Moda

'Espacio Moda Castilla y León' será el escaparate de una quincena de firmas de la Comunidad el **9 y 10 de octubre en Burgos**. Reconocidas marcas y diseñadores, como Antonaga, Azul Izal, ORY, María Lafuente, José Martín, Fashion S.A., Fely Campo, Ainhoa Salcedo, Baro Lucas, Esther Noriega, Ángel Iglesias y Marae se unen a promesas emergentes pero consolidadas como Carolina Gázquez, Marcos Villafruela y Alejandro Maillo. A este destacado elenco se suma también Manuel Pérez, ganador del concurso de jóvenes diseñadores del año pasado, que cierra así las 16 firmas que presentarán sus colecciones sobre la pasarela.

El proceso de selección, que comenzó el pasado mes de abril, ha reunido una treintena de solicitudes. La excelencia ha primado por encima del nombre de la marca a la hora de elegir a los 15 ganadores, señalan desde el Comité de Moda, que ha evaluado cada propuesta considerando criterios tales como la calidad, la solvencia empresarial y la fuerte imagen de marca. En su opinión, "la deliberación ha sido muy complicada por la **heterogeneidad y excelencia de las firmas inscritas, pues el nivel de Castilla y León en moda es muy alto**".

El jurado, conformado por la vicepresidenta y portavoz de CEOE Castilla y León, Ángela de Miguel; la secretaria general de la Confederación ModaEspaña, Carmen Torres; el periodista y crítico de moda Pedro Mansilla, la representante del Grupo Nath, Pilar Pérez; la influencer de moda y empresaria Susana Díez; el diseñador y empresario Pablo Merino, de Pablo y Mayaya, y la directora de la Escuela de Diseño TEMAT, Nieves García, se ha reunido para la decisión final en un encuentro en el que también ha estado presente la directora de Comercio y Consumo de la Junta de Castilla y León, María Pettit.

La nueva edición de Espacio Moda contará también este año con el **'Showroom - Concurso de jóvenes diseñadores'**, cuyo objetivo es dar la oportunidad a estudiantes de las escuelas de diseño de Castilla y León de presentar sus propuestas ante un jurado profesional y de hacer realidad su sueño de desfilarse sobre una pasarela. Además, la exposición de nuevas tendencias, permitirá a otras firmas castellanas y leonesas de presentar sus trabajos en una exhibición visible para todo el público durante los dos días del evento, volverá a la pasarela burgalesa en 2024.

UNIENDO
MODA
CASTILLA Y LEÓN





Innovación y tradición, así es una modista 2.0

Emyly Jazz no es solamente una marca de ropa: aún a la tradición recogida de su familia en el pueblo abulense de Cebreros con la innovación de los nuevos cortes y telas que hay hoy en día. Ella disfruta con esa mezcla que junta el pasado con el presente.

SONSOLES CARO

La trayectoria de Emilia Gómez García (Madrid, 1984) no se puede entender sin su abuela Chata ni su infancia en la localidad abulense de Cebreros.

Aunque nace en Madrid, **Emilia creció en Cebreros donde su abuela Chata le inculcó su pasión por el diseño, la moda y las prendas de vestir.** Desde su infancia, su abuela ve en ella una curiosidad innata por todos los trabajos que ella realiza en torno a la ropa: costura, punto, corte, patronaje, telas, zurcidos, arreglos, etc. Ese entusiasmo y su facilidad

e ingenio para aprender las tareas que se requieren en esta disciplina, dan sus frutos a muy corta edad, despertando en ella **la vocación por vestir de manera única y personalizada a sus familiares y amigos.**

“Mi abuela es muy importante para mí, no solo por ser mi abuela, que ya es mucho, sino porque ella es la que me ha enseñado la pasión por la costura, la pasión por el aprovechamiento de recursos textiles”, resalta Emilia y añade que “yo entro en la Academia de Corte y Confección y de Diseño y Patronaje, pero yo ya vengo con una base. Con la base que mi abuela me había enseñado, no porque fuese modista de profesión, sino porque **era modista de pasión, que es mucho más bonito**”.

Años después, se formó en **Gestión Comercial y Marketing**, para después dar el salto definitivo al mundo de la moda formándose, de manera continua, como **personal shopper, estilismo, diseño de moda, patronaje, confección**, etc.

Y así comienza la historia de **Emyly Jazz**, su marca de ropa, con la que ella misma se define como “una modista 2.0”.

“Lo que yo hago es ser modista 2.0, porque lo que hago es **mezclar la tradición con la innovación**. Al final mezclas los conocimientos con la innovación, experimentar”, detalla Emilia mientras recalca que “yo trabajo con la parte de tradición que son los cimientos y luego le introduzco la parte de innovación con nuevos tejidos o nuevos cortes menos clásicos arriesgando un poquito y eso es el valor añadido pero porque está dentro de mí”.

Su objetivo era tener lo que hoy en día es ya una realidad, **su propia marca de ropa y complementos: Emyly Jazz.**



RESPECTO POR EL RESIDUO TEXTIL.

En contra de lo que se consume ahora, el consumo de usar y tirar, Emilia concientiza a sus clientes de que hay una segunda e incluso una tercera vida en esas prendas que hay en el armario.





Una modista que “viste personalidades”

“Yo visto personalidades, que es lo que a mí me gusta decir: personalidades y cuerpos adaptados a la personalidad”, así define su forma de concebir su arte.

Lo que realmente hace es respetar el residuo textil. En contra de lo que se consume ahora, el consumo de usar y tirar, Emilia concientiza a sus clientes de que hay **una segunda e incluso una tercera vida en esas prendas que hay en el armario.**

Como bien explica ella, detrás de esa prenda que ya no te pones porque te aburre o ya no te gusta, ella con arreglos, customizaciones, transformaciones, hace que esa prenda vuelva salir a la calle, con un toque personalizado de cada cliente que la hace única y especial.

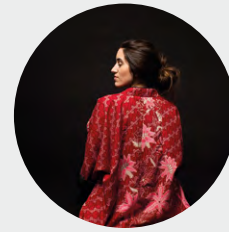
Además, **realiza asesorías de imagen para que las personas tengan conocimientos exactos de su cuerpo** y sepan exactamente qué es lo que les favorece para que a la hora de comprar, hagan compras seguras, compras conscientes.

“Yo me reúno con esa persona. Conozco a esa persona tanto física como emocionalmente. En el primer encuentro solamente me

limito a escuchar a hacer ciertas preguntas estratégicas para saber exactamente por dónde puedo ir encaminada a la hora de diseño y, a partir de ahí, le **creo seis bocetos con los cortes que más le favorecen, les hago un estudio de color.** Les recomiendo colores en función del diseño”, remarca la diseñadora respecto a cómo es su forma de trabajar.

En ese sentido, destaca que “la clienta solamente viene a vestirse y a disfrutar”. A continuación de enseñarle los bocetos, Emilia elige uno o crea otro de cero en base al gusto de la persona, creando **un patrón único y totalmente hecho a medida con un prototipo.** Ahí es cuando empieza a utilizar la tela final, otra forma que tiene ella de aprovechar el tejido al máximo.

“Bueno, la quinta vez que nos vemos es cuando ya la clienta tiene su prenda por y para ella”, acentúa orgullosa.



La Chata Shop

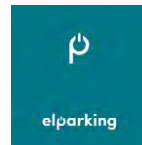
Pero Emilia no se queda solamente con ‘Emyly Jazz’, ya que, como ella misma se define, es artesana. Y como tal, ve la importancia de dar visibilidad a un oficio tan antiguo que se está perdiendo: el de las artesanas de municipios pequeños, como el de Cebreros.

Gracias a esa intención, y de conocer la comunidad artesana ‘Proyectos bonitos’, se decide a realizar otro sueño que llevaba años rondándole la cabeza: **una tienda taller, ‘la Chata Shop’, en donde poder dar a conocer a mujeres artesanas de distintas partes de España** y su trabajo en este milenar oficio.

El taller abrirá la primera semana de julio y mostrará el trabajo de doce artesanas, tres de ellas de la provincia abulense. En el taller, ubicado también en Cebreros se podrá encontrar: joyería; tocados y sombreros a mano; mochilas, monederos, bolsos de cuero; ropa para niños; juguetitos para niños sensoriales de tela... En este estudio aúna dos cosas que persigue: **el dar visibilidad a estas mujeres y el trabajo a través del comercio local.**

“Como se está perdiendo el arte de la artesanía y el oficio del artesano, entonces hay que darle valor. Por eso nace ‘La Chata Shop’, para dar oportunidades a todas esas artesanas, principalmente mujeres, porque siempre se ha visto la postura del artesano. Las mujeres han sido las grandes olvidadas”, explica con una mezcla de satisfacción y nerviosismo ante su próximo gran proyecto.

#ACTIVAMOS CASTILLAYLEON





COLECCIÓN MARINAS. Cuero decorado por Jordi Santacana

BOLSOS
LAUWOOD
Madera con estilo propio

REBECA PASALODOS



Con una mente inquieta, conocimiento del material y pasión por la moda, Laura Tapias supo aprovechar el momento que le brindó el mercado para crear un producto exclusivo, innovador y con origen en Castilla y León

No hay nada más único que lo que nace de la madre tierra. No hay dos copos de nieve iguales, no hay dos rostros iguales, ni siquiera dos gemelos idénticos, y no hay dos árboles iguales. En un mundo de ultra fast fashion, donde la producción masiva y los materiales derivados del plástico han convertido el ideal de moda en una suerte de maofismo en el que todos vestimos igual pero, a la vez, creyéndonos únicos, la vuelta a la naturaleza fue la solución para **Laura Tapias (Segovia, 1976), quien supo mirar más allá de un trozo de madera para crear moda única.**

“Yo soy la cuarta generación de fabricantes de la madera. Mi abuelo tenía una fábrica de embalajes, de cajitas. Yo me dedicaba a los recursos humanos en empresas de moda y entonces me encantaba todo ese mundo”, relata.

Fue allí donde empezó todo. Esa **mezcla personal entre el mundo de la madera y el de la moda**, la llevó a encontrar la oportunidad para unir ambos en un proyecto inédito. “Todo empezó cuando quitaron las bolsas de plástico en los supermercados. Pensé que había que dar una solución a ese tipo de bolsas. Y dije, ‘podríamos hacerlo con madera, que es totalmente biodegradable y

sostenible””, rememora. Es, en ese momento, cuando empiezan las pruebas y los prototipos. “La gente de la fábrica no me hacía mucho caso”, recuerda. Sin embargo, su tesón le llevó a conseguir un primer producto, mezclando cintas y maderas, si bien, en ese punto, la idea inicial había evolucionado y de bolsas para la compra se llegó a un primer bolso, como producto exclusivo. “Estuvimos dos años, porque no había maquinaria. Las máquinas que hacían puertas no podían hacer bolsos, no se podían adaptar. Entonces **tuvimos que crear unos utillajes especiales para poder hacerlos**”, explica Laura.

Durante esos dos años, en los que se rodeó de profesionales de la madera e ingenieros para llevar a cabo la investigación, no solo se desarrolló el sistema de fabricación, sino que también se conceptualizó el producto que más adelante saldría al mercado. “Desde un principio, **nuestra idea era hacer bolsos de madera y dar una solución ecológica, pero que fuera un producto vendible, elegante, realmente original.** Que cualquier persona pudiera acceder a él, que por diseño fuera portable, bonito y atractivo pero que también fuera funcional y que se pudiera llevar. Y para conseguir todo eso, debía un peso concreto”, detalla.

NACIMIENTO DE LAUWOOD

Es en 2014 cuando, una vez comprobado que el producto es viable, que se pueden fabricar cantidades y que se puede presentar a la venta, se crea la marca.

“Creamos la marca, también con la ayuda de un profesional, con idea no solo nacional, sino que se pueda vender el producto internacionalmente, por eso **el nombre de Lauwood para se entienda que nuestro ADN es la madera**”. Con la empresa establecida en Valladolid, el paso siguiente, y lógico, fue buscar un punto de venta con visibilidad y proyección en España y en el extranjero, tal y como tenían establecido. Así se lanzaron a la feria más importante del sector en España: **Momad, feria internacional de moda que se hace en Madrid**. “Nos decidimos lanzar allí, cogimos un stand propio y nos presentamos por primera vez”, cuenta.

Con ilusión y, también con incertidumbre, la puesta de largo de Lauwood no pudo ser más satisfactoria. “Fue una acogida que no nos lo esperábamos. El primer día teníamos cola para hacer pedidos y la verdad que fue una sorpresa porque, claro, no teníamos ni idea de la respuesta de la gente. **Era un producto tan innovador que no había ningún referente**. Hubo tiendas multimarca, tanto nacionales como internacionales a las que les interesó nuestro producto. Y ya no solo eso, sino que también a agencias de comunicación les llamó mucho la atención y tuvo mucha repercusión mediática. Y a raíz de ese despegue fue nuestra evolución”, señala.



MODELO FERNANDO.
Madera revestida con micro cemento decorativo de lujo



MODELO MARTINS.
Madera de amaranto

PASIÓN POR LOS MATERIALES

Esa evolución les llevó a tener una tienda física en Valladolid, también a confeccionar prendas, pero siempre con el principal foco puesto en los bolsos de madera, los cuales también han ido evolucionando.

“Empezamos con una serie de maderas. Nosotros queríamos que fueran maderas nobles, para hacer también el producto más exclusivo. Yo por todo el conocimiento que yo tenía, sabía de los tipos de madera, de su mecanizado, de las propiedades y de dónde conseguirla. Además, **teníamos muy claro que comprábamos nuestra materia prima con trazabilidad y de unas características y unas garantías óptimas**”, destaca. Todo ello con afán de cuidar mucho “la materia prima” para que “el producto sea diferente y de calidad”. Trabajando con las maderas “como si fueran tejidos”, la selección desde un principio ha estado en el **material variado y de calidad como castaño, roble, cerezo, nogal, cedro y pino**.

MADERAS EXÓTICAS

Entre las que denominan ‘exóticas’, está, por ejemplo, la **madera de amaranto, que es un color granate, y que “poca gente ha visto**”. Otros ejemplos son: bubinga, ébano, palo rosa, sapeli, wengue, zebrano o mongoy, entre otras. En este sentido también se busca, “dar un conocimiento de las maderas que hay tanto a nivel nacional como internacional, porque las hay preciosas. Y las exóticas, también. Unas maderas con unas cualidades maravillosas”, apunta.

COLECCIÓN EXOTICS.
Madera de Nogal y piel de iguana



INNOVACIÓN EN MATERIALES

El desarrollo de nuevas ideas a partir de materiales inéditos en la moda es parte del gen Lauwood. “Nuestro ADN es la madera y es la innovación. Siempre la base vamos a tener madera, pero le añadimos otro tipo de materiales”, enfatiza Laura.

Sorprendente es la colección que esta marca ‘made in Castilla y León’ lanzó a partir de **“fibra de carbono K12**, que se utiliza para los aviones y se fabrica en España”. “La parte de caja era madera y la tapa era de fibra de carbono K12 y el bordecito era de piel”, describe. Una colección que, tal y como recuerda Tapias “tuvo muchísimo éxito”. “Se hicieron unas Piezas numeradas y la vendimos toda entera”, cuenta.

Otra, no menos llamativa, es la que incluye **piel de pez raya** “Esa la tenemos como las colecciones de exóticos. Son colecciones que se venden muy bien, sobre todo fuera de España”, asegura. Sobre el origen del material animal, Laura recuerda que **desde Lauwood “siempre” incluyen “trazabilidad de origen”**, es decir, se garantiza que “cada animal proceda de un sitio sostenible, que no se le haya matado en plan furtivo” y utilizan “las pieles de animales que se utilizan para alimentación”. “Este tipo de pieles tienen un DNI y tú puedes ver en todo momento cómo ha sido tratado”, subraya.

“Luego también hicimos un bolso de lujo único en Europa, y quizá en el mundo, que es un **bolso de madera con microcemento decorativo de lujo**. Son unos bolsos que tienen una muy pequeña partícula y la madera revestida con este material. Son muy ligeros y tienen un acabado estupendo, muy moderno y minimalista”, detalla. “Es una colección que pese a que la hicimos hace unos años hoy en día sigue siendo Innovadora y allí donde



COLECCIÓN NABY. Roble y pez raya

DE CASTILLA Y LEÓN AL MUNDO

Entre Segovia y Valladolid, Laura Tapias, quien también es vicepresidenta de la es la Asociación para el desarrollo del Textil y la Moda de Castilla y León (TEXMOCYL), ha viajado a las principales ferias y salones de España como Madrid y Barcelona, entre otros, pero también por Europa y el resto del mundo. “Los bolsos han viajado por muchos sitios.

vamos siempre nos preguntan por esa colección”, afirma. Otra idea creativa fue la **colección en la que la tapa de cuero del bolso incluía una decoración exclusiva realizada por el pintor barcelonés Jordi Santacana, de estilo fauvista**. “Nos hizo una serie de marinas, o sea, de unos cuadros evocando el Mediterráneo y sus pueblos. Lo pintó directamente en el cuero con unos cuadros preciosos. Lo presentamos para el concurso de escaparates de ‘Madrid es Moda’ y también tuvo mucha aceptación”, completa.



COLECCIÓN LUXURY HANDBAGS. Madera de monroy y piel de cocodrilo de Mississipi

Hemos estado en **Santiago de Chile**; en **México**, allí nos aprecian mucho; en **Perú**, o en **Estados Unidos**. En Europa hemos estado en **París**; en **Alemania**; también hicimos una colección para los **países nórdicos**, donde nos pedían que estuvieran forrados por dentro con una especie de lanita; también en los **países árabes**, en **Dubái**... Todo esto gracias a las ferias internacionales y a los showrooms que hemos hecho en Madrid”, relata.

Con calidad ‘denominación de origen Castilla y León’ y con ADN innovador, los bolsos de madera de Lauwood se han hecho un hueco en el mundo de la moda gracias a la apuesta de Laura Tapias quien tuvo claro que lo ‘natural’ era crear algo realmente único, como copos de nieve.

MISS INTERNACIONAL ESPAÑA



ALBA

de Guzmán

La representante de Castilla y León para el certamen Miss Internacional 2024, Alba de Guzmán, que tendrá lugar en Tenerife el próximo mes de septiembre, pretende arrasar con su simpatía, su coherencia y con la bandera de la Comunidad Autónoma en el corazón.

La palentina que representará “con mucho más que un físico” a Castilla y León en Miss Internacional España

MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ

El concurso es el tercero más antiguo e importante del mundo y por él han pasado rostros tan conocidos como Tita Cervera en 1961, Silvia de Esteban en 1990 o Vanessa Romero en 1998.

La palentina, de 26 años y titulada en Educación Primaria, trabaja como entrenadora personal en un gimnasio pero no descarta poder dedicarse al sector de la moda, industria que está conociendo en primera persona y de la que se está enamorando “poco a poco”.

¿Quién es Alba de Guzmán y cómo se define?

Soy una mujer normal, como otra cualquiera. Me considero trabajadora, muy apasionada y con muchos sueños que todavía me quedan por cumplir.

¿Cómo va a ser representar a Castilla y León en un certamen de tal relevancia?

Para mí es todo un honor. No voy solo en representación de mi ciudad, que sería algo maravilloso, sino que además soy la cara visible

de toda una Comunidad Autónoma y eso es una gran responsabilidad.

¿Qué es para usted la belleza?

La belleza va más allá del ámbito superficial y del simple físico.

La belleza radica en lo que eres como persona y en tus valores. Este concurso tiene como objetivo mostrar la belleza con propósito, para algo en concreto que puede ser un fin social.

¿Le gustaría poder dedicarse al mundo de la moda profesionalmente?

Me encantaría. Si se me da la oportunidad, voy a aprovecharla. Es una industria complicada, y veo difícil conseguir hacerme un hueco. Pero hay que confiar en los sueños y luchar por ellos.

¿Qué cree que tiene de especial de gente de Castilla y León?

Normalmente, se nos describe como personas frías pero yo considero que somos todo lo contrario. Somos personas más honestas que, cuando queremos, lo hacemos de corazón. **Somos muy reales.**

¿Qué se pasó por su cabeza cuando le surgió la oportunidad de

presentarse a Miss Internacional España?

No le di demasiadas vueltas y accedí. Fue una decisión que no me costó trabajo tomar pero ahora, con el tiempo, **percibo que quizá vaya a estar más expuesta de lo que en un principio me imaginé.** He empezado a salir en periódicos y mis seguidores en las redes sociales han crecido. El concurso le da la oportunidad a mucha gente a opinar sobre mí y eso puede llegar a abrumarme.

¿Qué expectativas tiene de Tenerife?

Espero pasármelo muy bien y conocer gente. Tengo curiosidad por compartir la experiencia con el resto de chicas de otras comunidades y me gustaría aprender lo máximo posible.

¿Cómo se está preparando para ello?

Como yo me dedico al mundo del fitness me es muy fácil prepararme físicamente porque ya tenía en mi rutina una base de ejercicio diario que me ayuda a mantenerme en forma de cara al certamen. A nivel personal y psicológico, estoy leyendo más sobre crecimiento personal y autoestima y consumo,

además, podcast y entrevistas que me ayuden a entenderme mejor.

¿Cómo de importante es hacer deporte para la salud?

Es esencial, tanto para la salud física como para la mental. **Todo el mundo debería practicar deporte, sobre todo el de hipertrofia, trabajo de fuerza.** Como mujeres, socialmente, se nos ha dicho que nuestros cuerpos no pueden parecer demasiado musculados pero es muy importante trabajarlo a nivel muscular y óseo. Según avanzan nuestras edades, el cuerpo se va debilitando y el músculo es lo que protege al hueso. **Cuanto más músculo tengas, más sano vas a estar.**

¿Cómo asume el ambiente competitivo que puede generarse en este tipo de concursos?

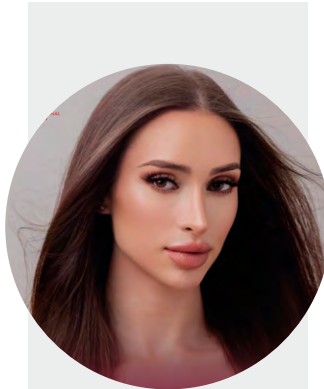
No vamos allí a competir con otras mujeres. **Si te eligen es porque destacas en algo, no porque seas mejor que otra contrincante.** Todas tenemos que brillar y no debemos pasar por encima de nadie. Las candidatas son igual de aptas y poseemos las mismas posibilidades de ganar.

¿Cómo fue el proceso de selección en el que la eligieron como candidata de Castilla y León?

Me entrevistaron a través de una videollamada y, después de una serie de preguntas personales, me dijeron que la candidata iba a ser yo. El cuestionario, **más allá de lo físico, estaba muy enfocado en la persona y en la idea que tenía del papel de la mujer en la sociedad a día de hoy.**

¿Qué sería lo primero que haría Alba Guzmán si ganase Miss Internacional España?

Lo celebraríamos con mi familia y mi gente de Palencia, que seguramente



ALBA DE GUZMÁN

lucha por "romper estereotipos" y dar a conocer los certámenes de belleza como algo que "va más allá de lo superficial"



TODAS DEBEN DE PRACTICAR DEPORTE, sobre todo el de hipertrofia, trabajo de fuerza. Cuanto más músculo tengas, más sano vas a estar.

A NIVEL PERSONAL Y PSICOLÓGICO,

estoy leyendo más sobre crecimiento personal y autoestima y consumo, además, podcast y entrevistas que me ayuden a entenderme mejor.

no puedan acompañarme a Tenerife durante esta aventura pero que seguirán mi concurso desde la distancia, apoyándome como siempre han hecho.

¿Cree que este tipo de certámenes están reñidos con el feminismo o la igualdad de género?

Es un tema complejo. Desde mi punto de vista, no lo están pero habrá quien piense que **es difícil compatibilizar un pensamiento feminista y presentarse a un concurso de belleza.** Si nos interesamos sobre el tema, e investigamos más allá, descubrimos que en el certamen se tienen en cuenta muchos más factores que no son superficiales. Por llevar un vestido, unos tacones o maquillarse, no deja una de ser feminista.

¿Cree que van a perdurar en el tiempo o que están condenados a desaparecer?

Va a depender de las mujeres, únicamente. En los últimos años, han ido desapareciendo las cheerleaders o los ángeles de Victoria's Secret, por ejemplo. **Puede que vaya disminuyendo su audiencia o su público, pero dudo que desaparezcan en un corto periodo de tiempo.**

¿Cuál es el mejor consejo que le han dado?

Que sea yo misma. Siendo auténtica se llega a todas partes. Hay que tener confianza y mostrarnos tal y como somos.

¿Qué mensaje quiere transmitir a la audiencia del certamen?

Estoy muy agradecida de que me hayan escogido y tener la suerte de representar a mi tierra. Busco el apoyo de todos los castellano y leoneses en este viaje porque mi objetivo es dejar esta Comunidad en lo alto del podio.



Ángel **TAMAYO**

Ángel Tamayo dirige, desde hace 37 años, una de las agencias de modelos de referencia a nivel nacional con profesionales castellanos y leoneses que triunfan en el extranjero

M.A.F.
FOTOS: ICAL Y SERGIO BORJA

“No todo el que quiere puede dedicarse al mundo de la moda”

La moda es una de las industrias que, desde el principio de los tiempos, es sinónimo de no tener una zona de confort y que no deja de buscar nuevas vanguardias, donde cada pasarela es el precedente de lo que se convertirá en tendencia.

El fundador y director de la conocida **agencia de modelos Tamayo Agencia**, Ángel Tamayo, se ha consolidado como uno de los grandes profesionales dentro del sector del modelaje y la industria de la moda en Castilla y León, formando parte de los eventos más destacados del panorama regional con su variada cartera de modelos.

El profesional comenzó estudiando en la **primera promoción de Diseño de Moda que hubo en Valladolid en la escuela Goymar** y, a partir de ese momento, comenzó su andanza en la complicada industria de la moda. A raíz de colaboraciones en varios desfiles, descubrió que lo que, realmente, le gustaba era el mundo de la pasarela, más allá de lo relacionado con el propio diseño o el patronaje y la confección de prendas.

“Comenzar supuso un esfuerzo muy grande porque no existía nada relacionado con este sector en nuestra Comunidad Autónoma”, confiesa en una entrevista en exclusiva con



A DÍA DE HOY, LA ESCENA HA CAMBIADO MUCHÍSIMO EN CASTILLA Y LEÓN. “Estamos en un momento buenísimo en la actualidad. Hemos sobrevivido a todo tipo de dificultades, desde competencias muy agresivas a épocas de crisis económicas.





“ORGANIZAR UNA PASARELA SUPONE MUCHO TRABAJO”, asegura Tamayo, que lleva toda su vida profesional dedicándose a ello. Desde la selección de modelos con un casting; pasando por el fitting donde hay que llevar a cabo el tallaje y comprobar que la gala cromática sienta bien a cada uno de los modelos; la elección de la música que acompaña a la colección; y, por último, la adaptación del espacio.

TRIBUNA GRUPO, desde su oficina en la calle Regalado del centro de Valladolid.

El auge y el éxito vinieron de la mano de **los años de bonanza del certamen de belleza Miss España**, el original, para el que Tamayo Agencia realizaba la delegación en Castilla y León con sus misses: “Fue la época dorada. Formar parte de este concurso significaba que se abría ante ti una oportunidad muy importante en el mundo de la moda y la televisión”.

La **profesionalización de la agencia fue “muy progresiva”** debido a la **dificultad que suponía trabajar en una tierra en la que nadie apostaba por la moda** y en la que, apenas, existían diseñadores con recursos: “Nos fuimos construyendo poco a poco y a base de hacernos favores los unos a los otros cuando no teníamos medios”.

A día de hoy, la escena ha cambiado muchísimo en Castilla y León.

“Estamos en un momento buenísimo en la actualidad. Hemos sobrevivido a todo tipo de dificultades, desde competencias muy agresivas a épocas de crisis económicas, y si seguimos aquí, tras 37 años, es porque sabemos hacer las cosas bien”, apunta.

Trabajando para todo tipo de clientes, desde centros comerciales o asociaciones de comercio, realizando desfiles y eventos para la venta final de público; o también con grandes diseñadores o firmas de lujo, a través de catálogos.

“Organizar una pasarela supone mucho trabajo”, asegura Tamayo, que lleva toda su vida profesional dedicándose a ello. Desde la selección de modelos con un casting; pasando por el fitting donde hay que llevar a cabo el tallaje y comprobar que la gala cromática sienta bien a cada uno de los modelos; la elección de la música que acompaña a la colección; y, por último, la adaptación del espacio.

Moda inclusiva

La inclusión llega también a Castilla y León y Tamayo Agencia sabe adaptarse a los tiempos: “Trabajamos con todo tipo de modelos, desde los 15 años. Con la única condición de que nuestros profesionales entren dentro de unos cánones de estatura. Pero todo tipo de etnias tienen representación en nuestra empresa”.

La moda está cambiando. Eso es un hecho que todo profesional que lo vive desde dentro asegura: “El otro día, hablaba con una vieja amiga y comentábamos lo diferente que es todo a como lo conocimos. **Ya no hay esa feminidad y esa pasión en las mujeres**. Ahora caminan casi como militares. Y tiene que ser así”.

Además, resalta lo **“fácil” que es la inclusión en la industria de la moda**, un sector “que siempre ha estado abierto a explorar y a adentrarse en terrenos nuevos”. “Según se han ido adaptando los tiempos, **la androginia y las personas transgenero se han hecho su hueco”**.

Tamayo declara que hay un mercado “muy importante”, en la actualidad, dentro del sector de la moda en Castilla y León. “Hay mucho trabajo. Con muchos eventos que permitirían la perfecta convivencia de varias agencias en la Comunidad”.

Además, **aplaude la apuesta de la Junta de Castilla y León y la CEOE que permiten dar visibilidad a los nuevos talentos** que conforman la industria desde provincias como Valladolid, Burgos, Segovia o Salamanca.

Aconseja a todo aquel que tenga intención de dedicarse a la moda que esté “seguro” de lo que quiere hacer y que acepte las características físicas que tiene: “No siempre por mucho que uno quiere, puede ser modelo. Hay dones que son innatos y que no se pueden trabajar”.



La burgalesa regenta, en la actualidad, la empresa enológica de su familia tras haber conseguido hacerse un nombre en la complicada industria de la moda

AMAYA ARZUAGA

TEXTO: MIGUEL FERNÁNDEZ



Nuestra diseñadora más internacional que se retiró cuando estaba en la cumbre

Con un sello identitario más que reconocible, una burgalesa se convirtió en una de las diseñadoras más importantes del sector textil español y arrasó de forma internacional con su personalidad cautivadora e intransferible.

Amaya Arzuaga se retiró de las pasarelas para dedicarse al mundo de la gastronomía al ponerse al frente de Bodegas Arzuaga, el conocido y exitoso negocio familiar al que ella, ahora, ha hecho un lavado de cara, dándole su toque personal.

“Yo lo dejé porque entiendo que la moda debe tener humor, sarcasmo y una creatividad real. Pero **además, si la moda no es empresa, no sirve**. No creo en una pasarela solo como escaparate”, explicaba la creativa en una entrevista en 2022 donde hablaba de su cambio laboral.

La diseñadora se crió, literalmente, entre costuras. **Su madre tenía un taller textil en la localidad de Lerma**, así que lo de dedicarse a la moda fue algo que le vino rodado.

Se trasladó a Madrid para estudiar diseño en la Universidad Politécnica y en 1992, tan sólo dos años después, ya había puesto en marcha su propia marca, que llevaba su propio nombre: Amaya Arzuaga.

Debutó en la Pasarela Gaudí de Barcelona y ese mismo año también lo hizo en Cibeles. Sin embargo Arzuaga, cuya ropa se caracteriza por los **volúmenes osados y el punto deconstructivista**, no quería limitarse al territorio nacional. Pronto dio el salto, primero a la pasarela de Londres, después a Milán y finalmente a París.

2013 PREMIO NACIONAL DE MODA

En 2013, Arzuaga fue galardonada con el Premio Nacional de Moda, que concede el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Por ser una de las primeras diseñadoras con formación académica reglada, que ha sabido plasmar en su obra un carácter innovador y contemporáneo”.



VANGUARDISTA, VOLUMINOSA Y ASIMÉTRICA. La moda de Arzuaga conforma un estilo propio plagado de detalles, entre los que destaca su capacidad para la deconstrucción.

“Hoy en día, la moda se hace por pasión, no por dinero”

A Amaya Arzuaga se le considera **una de las culpables de la internacionalización de la moda española.** A lo largo de toda su carrera, la diseñadora persiguió el que fue su gran sueño, ser capaz de eliminar las fronteras de sus diseños y, por ende, de la moda española.

Vanguardista, voluminosa y asimétrica. La moda de Arzuaga conforma un **estilo propio plagado de detalles, entre los que destaca su capacidad para la deconstrucción.** A lo largo de su carrera, la diseñadora se convirtió en una de las grandes

defensoras de la superposición de capas como recurso sobre el que versar su obra.

Un auténtico fenómeno de ventas en Japón que con la crisis se vio obligada a cerrar su tienda de la capital española. Aun así ella, buque insignia de la moda española en el extranjero, no pensó en tirar la toalla: “Soy una enamorada de mi trabajo. Y por eso me merece la pena, vaya bien, vaya mal o estén las cosas como están. Trabajando me abstraigo, me olvido de todo. Porque desde luego **hoy en día la moda**

no se hace por dinero. Lo haces porque es una pasión”, comentaba hace años en una entrevista con Vogue España.

En 2013, Arzuaga fue galardonada con el Premio Nacional de Moda, que concede el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, por “la experiencia acumulada en más de veinte años, durante los que ha generado un estilo propio, hecho que sólo consiguen los elegidos, con un trabajo incansable y coherente, que ha sido reconocido en las pasarelas internacionales más importantes. Por ser **una de las primeras diseñadoras con formación académica reglada,** que ha sabido plasmar en su obra un carácter innovador y contemporáneo”.

Pero la crisis económica, con el cierre de su tienda de la calle Lagasca, en el barrio madrileño de Salamanca, empujó a la diseñadora rompedora a cambiar de profesión.

En su último desfile, el de primavera-verano 2017, estaba de aniversario: cumplía 20 años en Cibeles. Pocos supieron leer entre líneas, allí Amaya se despidió definitivamente. En contra de lo que solía hacer la burgalesa, en ese desfile no sacó nada nuevo, sino que se resumió a sí misma. Sobre la pasarela se vieron piezas representativas de sus anteriores colecciones de primavera-verano como resumen de su larga trayectoria. Una trayectoria que ella dio por concluida.





AMAYA HA CAMBIADO LA MODA POR LOS FOGONES, PERO NO DEL TODO. Desde hace 20 años tiene como clientes tiendas en Tokio y Hong Kong, para las que todavía hace pequeñas colecciones, muy del gusto de aquella clientela, en color negro, el favorito de ambos.



Para el recuerdo del resto de mortales que no tienen acceso a nuevos diseños de la que algún día fue el exponente de moda española en la esfera internacional, siempre **QUEDARÁ LA HUELLA DE SUS ESPECTACULARES COLECCIONES QUE SORPRENDIERON AL MUNDO Y QUE ENAMORARON A CELEBRIDADES COMO PACO LEÓN, NADIA DE SANTIAGO O, INCLUSO, LADY GAGA.**



De la moda a los fogones y el vino

La familia y los negocios del clan son ahora los quehaceres de la diseñadora que, pese a su retirada de la moda, mantiene su vena creadora al servicio de la empresa familiar. Los negocios familiares tienen origen en los padres de Amaya.

Florentino se dedicaba a la hostelería hasta que en los 90 decidió ampliar hacia los vinos; María Luisa, diseñadora, siempre se dedicó a la venta de ropa. Ahora, **Amaya diseña vino: el tinto Amaya Arzuaga se puede comprar a 60 euros la botella.** Elaborado con 95% de uva tinto fino y 5% blanca del país, el caldo es un ribera del Duero bien puntuado por los expertos.

Actualmente, **dirige el Hotel & SPA Arzuaga y el restaurante Taller Arzuaga,** galardonado con una Estrella Michelin, convirtiéndose así el complejo enoturístico de Bodegas Arzuaga en el primero de la Ribera del Duero en contar con este reconocimiento.

"La cocina francesa e italiana, junto con la española, son tres de las cocinas más influyentes y de los tres mayores productores de vino a nivel mundial", destacó en una entrevista con la agencia EFE la diseñadora, que procede de una familia de la localidad vallisoletana de Quintanilla de Onésimo.



AHORA, AMAYA DISEÑA VINO. El tinto Amaya Arzuaga se puede comprar a 60 euros la botella. Elaborado con 95% de uva tinto fino y 5% blanca del país, el caldo es un ribera del Duero bien puntuado por los expertos.

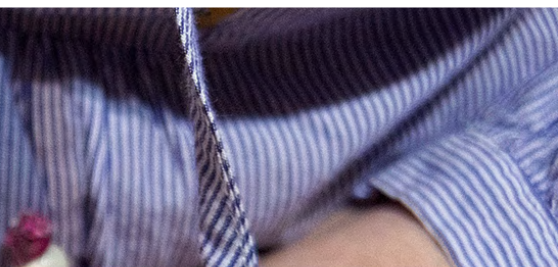


El bordado serrano de Salamanca:

UN TESORO DE INTERÉS INMATERIAL EN
LA MODA CONTEMPORÁNEA

Mucho más que una forma de arte, es un símbolo de identidad, un legado cultural y una fuente de inspiración en la moda

Texto: TERESA SÁNCHEZ



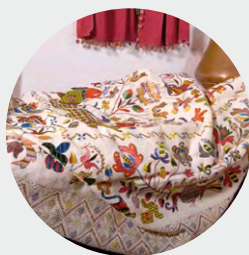
La provincia de Salamanca, con su rica tradición cultural, es testigo de un tesoro artesanal que ha perdurado a lo largo de los siglos: **el bordado serrano**. Este arte, que se manifiesta en intrincados diseños, no solo es un símbolo de identidad local sino que también **ha encontrado un espacio destacado en la moda contemporánea**, destacándose además por su declaración como bien de interés inmaterial. Como curiosidad, alguna de sus piezas ha llegado incluso al conocidísimo **museo Hermitage de San Petersburgo** donde la Red Arrayán encontró doce bordadas en cuatrocromía o en negro del siglo XVII, que el museo expuso por primera vez al público en el año 2004.

El bordado serrano, originario de la Sierra de Francia y que con características diferenciadas ahora **se centra principalmente en La Alberca y Mogarraz, y se define por la complejidad de sus patrones**. De carácter popular, es una manifestación cultural única que recoge en su tradicional hacer un conjunto de rasgos técnicos, plásticos y simbólicos comunes que configuran un universo artístico propio creado por las manos de artesanas bordadoras y caracterizado por su colorido y expresividad.

Las técnicas empleadas, como el **punto de cruz y el bordado en relieve**, requieren destreza y paciencia que son habilidades que las mujeres serranas han transmitido de generación en generación. Cada puntada cuenta una historia, y cada diseño refleja la conexión profunda con la naturaleza y la cultura local.

TÉCNICAS

LAS TÉCNICAS EMPLEADAS, COMO EL PUNTO DE CRUZ Y EL BORDADO EN RELIEVE, requieren destreza y paciencia que son habilidades que las mujeres serranas han transmitido de generación en generación.



SÍMBOLOS

FLORES, HOJAS Y ELEMENTOS GEOMÉTRICOS son los motivos predominantes en el bordado serrano, todos con un simbolismo que habla de la vida rural y las festividades tradicionales de la región.



Los motivos predominantes en el bordado serrano incluyen **flores, hojas y elementos geométricos, todos con un simbolismo que habla de la vida rural y las festividades tradicionales de la región**. Esta rica iconografía no solo adorna paños, prendas y accesorios sino que también representa la esencia misma del espíritu serrano. Es un fiel reflejo de la evolución del poblamiento y la idiosincrasia de estas tierras, que refleja influencias de civilizaciones orientales antiguas, renacentistas y moriscas, como lo atestigua el collarín en la representación de animales, el ataurique vegetal y el 'horror vacui'. La ausencia de la figura humana, el eje de simetría de sus composiciones y sus procedimientos técnicos de punto 'al pasado' y a 'hilos contados', son las características básicas que lo definen.

Antiguamente se realizaba sobre un lienzo casero de lino puro, que era abundante en la sierra, tejido en tafetán y se trabajaba en los **numerosos telares de bajo lizo que existieron hasta mediados del siglo XIX en la Sierra de Francia**.

El reconocimiento de este arte como **Bien de Interés Inmaterial es un testimonio del valor cultural y social y fue en junio de 2022** cuando el Consejo de Gobierno de la Junta aprobó la declaración "para proteger los valores identitarios de esta manifestación cultural popular".





DESAFÍOS Y FUTURO PROMETEDOR

A pesar de su reconocimiento y popularidad el bordado serrano enfrenta desafíos como la disminución del número de artesanas y la competencia con la producción industrial.

Sin embargo, la creciente conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y el valor de la artesanía está reviviendo el interés por técnicas como el bordado serrano. Iniciativas locales y apoyos institucionales están trabajando para asegurar que **este patrimonio no solo se preserve, sino que también prospere, garantizando su relevancia en el futuro.**

En definitiva, el bordado serrano de Salamanca es mucho más que una forma de arte, **es un símbolo de identidad, un legado cultural**

y una fuente de inspiración en la moda contemporánea. Su inclusión en la lista de bienes de interés inmaterial no solo subraya su valor cultural, sino que también destaca la importancia de la preservación y promoción de las tradiciones artesanales.

Con un futuro lleno de posibilidades que el mundo de la moda puede explorar, el bordado serrano continúa **tejiendo su historia entrelazando pasado y presente y mostrando al mundo la riqueza de la cultura serrana de Salamanca.**

ADAPTACIÓN A LA MODA



Hoy en día el bordado serrano **ha trascendido sus raíces tradicionales para incorporarse al ámbito de la moda contemporánea** de manera que diseñadores locales y nacionales han visto en este arte una fuente inagotable de inspiración. Prendas con bordados serranos han desfilado en pasarelas internacionales, fusionando lo tradicional con lo moderno y creando piezas únicas que resaltan la artesanía y la cultura española.

Accesorios como bolsos, bufandas y cinturones también han adoptado los intrincados bordados serranos, convirtiéndose en artículos de deseo en el mercado de la moda urbana. Este resurgir no solo podría revitalizar su uso, sino que también contribuye a la promoción de la moda sostenible y ética, valorando la producción local y la preservación de técnicas ancestrales.

1/6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Banco Santander está adscrito al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. Para depósitos en dinero el importe máximo garantizado es de 100.000€ por depositante en cada entidad de crédito.

Este indicador de riesgo hace referencia a la Cuenta Negocios Santander.

BIENESTANDO

Es eso que sientes cuando estamos contigo para hacer grande tu negocio.



Tarifa Plana TPV

12 meses sin coste¹

contratando un TPV, una tarjeta de crédito profesional² y un seguro³

Y además, descubre todas las ventajas de la nueva Cuenta Negocios Santander⁴.

¿Quieres sentirlo?



1.Promoción válida hasta el 30 de septiembre de 2024 para nuevos clientes con menos de 10.000€/mes de facturación, que contraten una tarjeta de Crédito profesional y realicen, al menos, una operación mensual superior a 1€ con el TPV contratado y tengan un seguro detallado en las bases de la promoción. Consulta las bases en bancosantander.es. TPV: Servicio de TPV, comercializado por Banco Santander, S.A. ofrecido y sujeto a previa aprobación de Getnet Europe, Entidad de Pago S.L.U. Getnet Europe, salvaguarda los fondos recibidos de los usuarios mediante depósito en una cuenta separada abierta en Banco Santander, S.A. 2.Tarjeta de Crédito profesional: concesión de la tarjeta sujeta a previa aprobación por parte del Banco. 3.Seguros mediados por Santander Mediación Operador de Banca-Seguros Vinculado, S.A., N.I.F. A28360311 ("Santander Mediación"), a través de su red de distribución Banco Santander S.A., Santander Mediación es una sociedad inscrita en el registro de la DGSFP con el nº OV-0042. 4.Cuenta no remunerada TIN 0% TAE 0%. para personas jurídicas cuya facturación anual o la del grupo de empresas al que pertenezca sea inferior a 2 millones de euros. Consulta más información en www.santandermediacionobsv.com

MOVA

SEMANA DE LA MODA

DE VALLADOLID

La puesta en escena de la Semana de la Moda en Valladolid pone en valor todo el trabajo que hay detrás para que el modelo esté lista para el desfile

TEXTO: ALEJANDRO DE GRADO
FOTOS: SERGIO BORJA



El reconocimiento al desempeño de los diseñadores en menos de 48 horas

2017. Ese fue el año en el que se celebró la primera edición de la Semana de la Moda en Valladolid (MOVA). **Siete años después, la 15ª continúa al alza manteniendo su esencia:** que el comercio de proximidad protagonice las propuestas atrevidas de los diseñadores.

La Agrupación Vallisoletana de Comercio (Avadeco) fue la que cogió las riendas del proyecto desde el primer momento. Su entonces presidente, Alejandro García Pellitero, ahora concejal de Medio Ambiente en el Ayuntamiento de Valladolid, aseguró que el objetivo era "posicionarse como el acto más importante y completo de moda que aglutine a todo el comercio de la capital vallisoletana".

A partir de ese momento, el formato de MOVA no ha sufrido numerosos cambios, aunque sí el número de comercios participantes, ya que éstos han ido aumentando con el paso de los años. También ha variado su sede porque el Laboratorio de las Artes de Valladolid (LAVA) no ha sido siempre el lugar elegido. Por ejemplo, la Cúpula del Milenio acogió el desfile por primera vez en 2022 cuando aún MOVA se estaba recuperando de las consecuencias que dejó la pandemia por el camino.

De hecho, esa fue la XII edición y la primera en celebrarse sin ningún tipo de restricciones, aunque la XI se llevara a cabo meses antes. **Cabe recordar que un año antes, en otoño de 2021, los organizadores pusieron en marcha el desfile que celebraba su décimo aniversario.** Lo hicieron de manera presencial, cumpliendo con el protocolo de seguridad que llevaba consigo la normativa sanitaria. Los asistentes, por ese motivo, tuvieron que acceder al recinto con antelación. "Es una buena noticia que hoy estemos aquí y que reconozcamos el esfuerzo que el comercio de proximidad hace cada día", valoró la exconcejala de Comercio, Charo Chávez.

La vuelta a la pasarela supuso un antes y un después para la Semana de la Moda en Valladolid.

Su nueva puesta en escena llevó consigo el también regreso de su periodicidad bianual, ya que MOVA aprovecha las colecciones primavera-verano y otoño-invierno para demostrar la variedad y calidad de la oferta de moda que ofrece el comercio, un sector que ha ido aportando cada vez más participantes. El dj Óscar de Rivera, por ejemplo, es otro de los integrantes que, en estos últimos años, se ha encargado de que la música acompañara al evento.

Un constante crecimiento

En manos de Tamayo Agencia con su director Ángel a la cabeza, la MOVA, como demuestra los éxitos que ha cosechado en cada edición, ha ido evolucionando. Su última representación, celebrada en el mes de abril, ya contó con más de una treintena de comercios participantes, una cifra que está a la altura de la especial edición que llevó a cabo en 2023 con motivo del 45 aniversario de Avadeco.

En la misma, con el Museo Patio Herreriano como sede, MOVA ejerció de escaparate para el comercio local de moda y sus complementos. **Valladolid se ha caracterizado siempre por ofrecer una amplia variedad de propuestas en los desfiles**, con tiendas más tradicionales junto a establecimientos que apuestan por las últimas tendencias. Algunas, eso sí, más arriesgadas que otras.

Y en eso, precisamente, es en lo que consiste la Semana de la Moda. **Es decir, en que los diferentes comercios, dedicados mayoritariamente a la distribución de ropa, calzado**, e incluso accesorios relacionados con el mundo de la óptica, puedan captar la atención del público asistente con el fin de que puedan acudir, más pronto que tarde, a los establecimientos.

En concreto, se pueden ver cada año cerca de **500 estilismos de moda hombre y mujer**, ceremonia, infantil, peletería, calzado, complementos y óptica. Entre los comercios participantes destaca la presencia de Monedero, Regalado Moda, Solera, Zapatos París y Ninette&Co, entre otros.



Además, MOVA cuenta con el apoyo del **Ayuntamiento de Valladolid**, y la colaboración de Miguel Íscar 2 Academia de Imagen Personal, Caja Rural de Zamora, Rebeca Florista, la Escuela de Diseño ESI, y

los institutos de enseñanza Ramón y Cajal y Vega de Prado. **Todos ellos ya están pensando en la 16ª edición que volverá a Valladolid en el mes de octubre, como viene siendo habitual.**

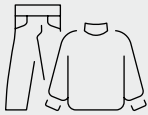
FICHA TÉCNICA



CALENDARIO

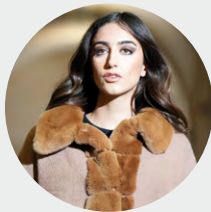
Se celebra dos veces al año (temporada primavera/verano y otoño/invierno)

Cada edición cuenta con dos días de desfile



COMERCIOS

En cada desfile, participan 40 comercios, 20 en cada uno.



DESFILE

Desfilan una media de 40 modelos profesionales. Eligen el producto y cómo quieren presentarlo



DISEÑOS

Solo pueden presentar 10 diseños en total



PRODUCTOS

Pueden participar comercios que venden productos relacionados con el textil, calzado, joyería y óptica.

ÁNGEL TAMAYO - Director de MOVA

“La Semana de la Moda en Valladolid es un referente en la ciudad”

El director de MOVA repasa las quince ediciones de una iniciativa organizada por Tamayo Agencia y Avadeco

Pocas personas saben de la Semana de la Moda en Valladolid como Ángel Tamayo, el director de la misma. Fue el fundador en el 2017 de la iniciativa, y siete años después, ya solo piensa en celebrar la 16ª edición, que volverá en octubre.

¿Cómo ha evolucionado la Semana de la Moda en Valladolid? Ha cumplido la 15ª edición desde que se fundó en el 2017 pasando, como otros eventos, por una pandemia...

La pandemia supuso un antes y un después. No solo en el sector de la moda, sino en todos los sectores. Por suerte, intentamos aprender de lo que estamos viviendo y también lo hicimos con MOVA. Nos adaptamos y hemos intentado siempre darle la máxima visibilidad posible.

¿Recuerda cómo surgió esta iniciativa?

Sí, recuerdo que hablamos con el presidente de Avadeco por aquel entonces, que era el actual concejal de Medio Ambiente, Alejandro García Pellitero. Era necesario crear una actividad de comercio porque había esa demanda de dar visibilidad a su producto. El objetivo era ponerlo en alza. Tras esta conversación, hubo un entendimiento entre ambas partes. **Esta campaña ya es un referente en el sector de la moda en Valladolid.** Cada vez se apuntan más comercios, y de los cuales muchísimos repiten... Nos quedamos sin plazas muy rápido.

¿Qué les recomiendan los comercios? ¿Algo que quieran mejorar en concreto?

A los comercios les gusta mucho la idea de que **el desfile sirva de escaparate para sus productos y que se vean en los medios de comunicación.** Apostamos también por el uso de las redes sociales para compartir el producto que quieren vender en el día a día.

¿Y también les avisan si sus ventas han aumentado a raíz del desfile?

Tras tantos años en el sector, uno crea una amistad con diferentes comercios. De hecho, me he criado en los mismos. Soy hijo, nieto y bisnieto de comerciantes de la ciudad. Con confianza, ya hay comercios que te llaman y te dicen que **les visitó una persona interesándose por un look que había visto en el desfile.** Para mí es una satisfacción cuando me pasan estas cosas. Sabemos que esta iniciativa funciona.



Diseñar moda en Segovia

TECNOLOGÍA, BUEN GUSTO Y ATENCIÓN PERSONAL DESDE UNA CIUDAD PEQUEÑA

JOSÉ ANTONIO QUIRCE



Iria Heredia y Mónica Fuentetaja, dos ejemplos de valor surgidos en la capital segoviana



IRIA HEREDIA

Creadora de la firma 'Cien Grados Design', estudio de joyería emocional

La segoviana Iria Heredia estudió arquitectura en Madrid, por tradición y vocación de una familia de arquitectos. Pero finalizó en 2009, "en plena crisis económica, con el desplome de la construcción", relata.

Pasó un tiempo con su pareja en Estados Unidos y, al regreso, se establecieron en Madrid. Circunstancias familiares les inclinaron por regresar a Segovia y, en ese momento -2017-, el traslado de Iria desde Madrid vino acompañado con un maremágnum de ideas y proyectos, y una decisión que cambió su vida profesional y personal: iniciar su carrera de diseñadora de joyas.

"Todas las ideas que traía en mi mente, bullían como una olla de agua hirviendo. ¿A qué temperatura hierve el agua?, ¡a cien grados!", explica Iria con pasión sobre el nombre con el que nació su firma **'Cien Grados Design', su estudio de joyería emocional.**

"Disfruto con lo que hago, es mi reducto de tranquilidad; la vida en Segovia es mucho más relajada, más plácida que en Madrid, y esta quietud me permite desarrollar la creatividad que necesito para las joyas que diseño, piezas únicas, en un proceso en el que intervengo en todas las fases", explica Iria.

Para la diseñadora, su formación como arquitecta y sus primeros años profesionales le ayudan a desarrollar sus joyas. "La joyería

es una arquitectura en miniatura: estudias las formas, el material, las posibilidades, el resultado final..."

Ser diseñadora en Segovia tiene, para Iria, ventajas respecto a crear en ciudades más grandes. **"Aquí no hay tantos profesionales como yo, así que puedes destacar más rápidamente y abrir tu hueco.**

Además, en una comunidad pequeña, acudes a eventos relacionados con tu sector y, en poco tiempo, coincides con un grupo habitual de personas y acabas conociendo a todos y ellos a ti", asegura.

La distancia a Valladolid o Madrid no supone un inconveniente, con las facilidades actuales para comprar herramientas o materiales "en internet, si no los encuentro aquí", razona, "y estamos cerca de ambas ciudades: es fácil acercarse para alguna gestión".

No obstante, Iria reconoce que **en Segovia "aún falta empuje en muchos sectores, pero es evidente que falta apoyo al mundo de la**

artesanía, de la creación personal, del diseño..."

Ella es optimista con el futuro y ve esperanzador que "en centros docentes formales, como la Casa de los Picos o, en breve, en la IE Universidad, se impartan asignaturas de diseño: es un buen síntoma".

Iria ha creado, en su taller, **una línea de trabajo para enseñar al público cómo puede diseñar y crear su propia joya.** "Ofrezco un taller de modelado de cera, en el que enseño a una o dos personas en cada sesión, cómo crear el diseño de su joya en cera y, si quieren, cómo pasar ese diseño a plata y que el cliente pueda llevarse una pieza de plata que ha diseñado personalmente".

Este es el **concepto que Iria Heredia define como 'joyería emocional'**, en el que cada pieza está elaborada con las ideas concretas del cliente o es la expresión última de los 'Cien Grados' que bullen en la mente de esta creadora de 'arquitectura en miniatura'.



MÓNICA FUENTETAJA

Mónica Fuentetaja comenzó muy joven en la venta de ropa y, como la arruga es bella, aquel mundo le enganchó

“

Llevo muchos años en esto. Mi comienzo, en tiendas de moda, de marcas muy conocidas.

Allí vi que éste era mi ambiente, así que **estudié patronaje y moda**”, cuenta desde su Atelier (su taller de atención personal) a pocos metros del Acueducto.

Para Mónica, estar en una ciudad pequeña como Segovia no es inconveniente para captar clientela, “que quiere una atención exclusiva a cada cliente: trabajo con cita previa y las redes sociales hacen más cercanas aún ciudades como Madrid o Valladolid”.

El taller de Fuentetaja respira tranquilidad, pero Mónica no relaciona directamente estar en Segovia con sus ideas para elaborar los **vestidos, capas, tocados y complementos de novias, madrinas o invitadas a eventos de gala**.

“La creatividad no tiene que ver con un lugar tranquilo, sino con factores de cómo te encuentras el día que diseñas, tu entorno cercano, familiar, el día a día del trabajo...”, argumenta la diseñadora, que reconoce que “la dificultad de comenzar en un sitio pequeño es poder empezar a funcionar, pero cuando ya tienes trabajo y te van conociendo, estar en Segovia no supone ninguna desventaja frente a grandes ciudades”.



Sobre la atención que en los últimos meses están prestando los políticos y gobernantes al mundo de ella moda, Mónica cree que “parece que se lo están tomando en serio. Parece que ya no nos miran como ‘modistas’ (y lo dice aclarando que al definirse así lo hace relacionándolo con la figura de hace décadas, que cosía en su casa modelos sencillos, para su entorno de vecinas y familia) sino que han visto que aportamos creación, tendencia, trabajo moderno”.

Por este nuevo perfil de las diseñadoras de hoy, Mónica Fuentetaja reconoce que sería útil **disponer de más facilidades para la publicidad, la difusión en redes sociales y la comercialización**.

“Sería muy interesante contar en un lugar como Segovia con una cita, quizá bianual, en la que reunir al sector, mostrar nuestros diseños, las tendencias y estilo de cada uno... **Una pasarela de moda segoviana beneficiaría a toda la provincia**”, asegura la diseñadora de moda, mientras hace una pausa en las pruebas a una cliente.

Porque el día a día de Mónica Fuentetaja, desde que instaló su **Atelier junto a la plaza Día Sanz se turna entre el diseño de la idea, el corte y confección de las piezas y las pruebas personales a clientes** que saben que lucirán vestidos y prendas exclusivas en su evento.

PARQUE EMPRESARIAL Y LOGÍSTICO TORDESILLAS

VALLADOLID



AYUNTAMIENTO DE TORDESILLAS



Rodeado de grandes infraestructuras

- Autovía A-6 Madrid - A Coruña
- Autovía del Duero A-11
- Autovía de Castilla A-62

DOTACIONES

- Abastecimiento de Agua
- Alumbrado Público
- Aceras
- Red de riego e hidratantes
- Red Eléctrica
- Gas
- Saneamiento separativo: pluviales y residuales
- Zonas de Aparcamiento
- Zonas verdes y jardinería
- Fibra óptica
- Contenedores de recogida selectiva de residuos
- Cámaras de seguridad

TORDESILLAS, un lugar para EMPRENDER



En 2018 nació en Ávila el proyecto del taller de joyería Avibia fruto de “las ganas, la motivación y la vocación” de José Liranzo Díaz Pérez, un artista artesano con más de 40 años de experiencia a sus espaldas, un joyero de esos que “se sientan en la mesa y trabaja con sus manos”.

AVIBIA

joyas únicas con sello artesanal en Ávila

CARLOS JIMÉNEZ

En el mes de octubre de aquel año, José Liranzo y sus tres hijas, las hermanas Alejandra, Catalina y Daniela Díaz Osorio, se preguntaron “¿por qué no sacar el taller cara al público? Dicho y hecho. Un local en la calle Soria de la capital abulense fue la ubicación elegida para “dar visibilidad a un taller que hasta el momento siempre había estado en el interior de nuestra casa y ofrecer el servicio de reparación”. Se ponía en marcha este proyecto familiar, que en sus primeros meses tuvo “muy buena acogida” entre los vecinos de este barrio de la zona sur de Ávila, algo que “nunca olvidaremos”, explica Alejandra.

Para comenzar a crecer, **una de las hermanas, Catalina, siguió los pasos de su padre y se formó en la técnica del engaste.** Tras acabar su formación en engastado, técnica que consiste en el arte de fijar las piedras preciosas en el metal de las joyas buscando que muestren su máxima belleza, Catalina y José Liranzo comenzaron a compenetrarse en el taller y Alejandra se hizo con las rindas de la atención a los clientes en la tienda.

En junio de este año surgió la **“oportunidad ideal” de trasladar el taller de joyería a una céntrica calle,** frente a la Muralla, en el casco histórico de la capital abulense. En su nueva ubicación, el proyecto familiar de Avibia sigue dando pasos adelante “con las mismas ganas y la misma ilusión que en 2018”.

La reparación de joyas en plata y oro y la **hechura, técnica que consiste en hacer una joya desde cero, una nueva pieza que se realiza “a partir de un material que ofrecemos nosotros o con un material de piezas antiguas que traen los clientes para reutilizarlo”,** son dos de las especialidades más demandadas por el público en este taller de joyería de Ávila. También realizan grabado mecánico en diferentes materiales



y solucionan todo tipo de marcaje adaptándose a diferentes aplicaciones como joyería, personalización de objetos, identificación y señalización.

Pero, **¿cómo puede competir un taller joyero tradicional en un mercado globalizado** que está dominado por las grandes multinacionales a nivel internacional? Alejandra lo tiene claro: “Hay que ver al cliente como una persona, no como un número, con **un trato cercano,** con un cara a cara, con un tú a tú”. Por ello la trascendencia de tener un establecimiento físico “para que se nos conoz-

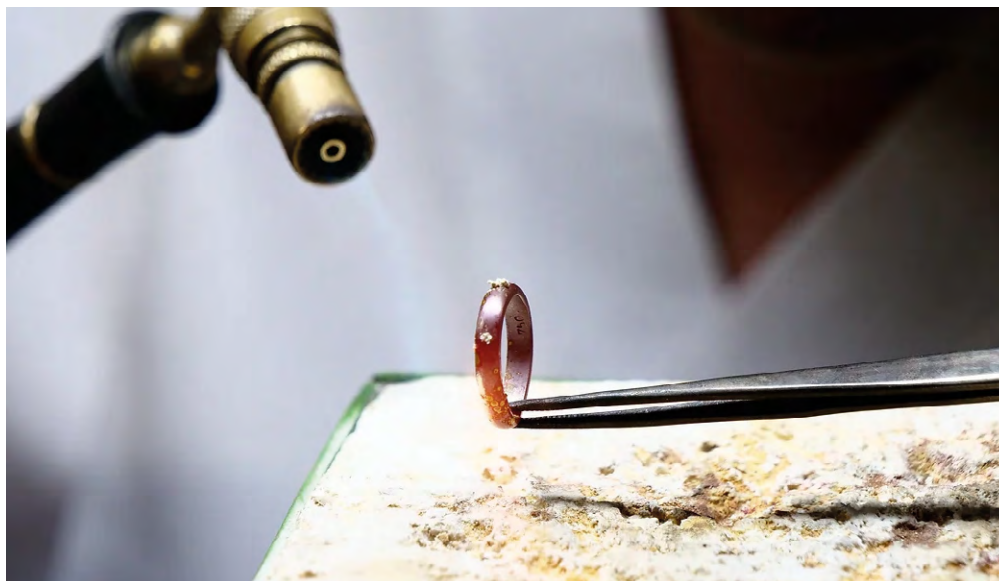
ca directamente y nosotros conocer al cliente”.

Pero no es la única clave del éxito de Avibia, donde tienen claro la importancia de **“no estandarizar ni ofrecer productos generalizados,** sino específicos para los gustos de nuestros clientes”, así como **“cuidar muchísimo la materia prima con la que trabajamos, que en nuestro caso con todos nacionales”** y “no fabricar a destajo, sino **pocas unidades para crear esa exclusividad”.** Y es que, como señalan en su web, “somos artesanos, orfebres, nuestra mejor herramienta las manos, el amor y dedicación que ponemos en cada una de las elaboraciones que realizamos para ti, somos tu taller de joyería de confianza, donde fabricamos joyas únicas de manera totalmente artesanal”.



ALEJANDRA DÍAZ OSORIO es una de las tres hijas de José Liranzo. Ella se encarga de la atención a los clientes en la tienda y taller de joyería situado en una céntrica calle, frente a la Muralla, en el casco histórico de la capital abulense.

“Garantizamos una confianza directa, somos transparentes, nos gusta que nos vean trabajar, que los clientes nos trasladen sus dudas y consultas, que en nuestra casa se sientan como en la suya” es una máxima en el día a día de Avibia que se traduce en la creación de tendencias en complementos como colgantes, sortijas, pendientes o alianzas de boda.



“Hay que crear con imaginación”

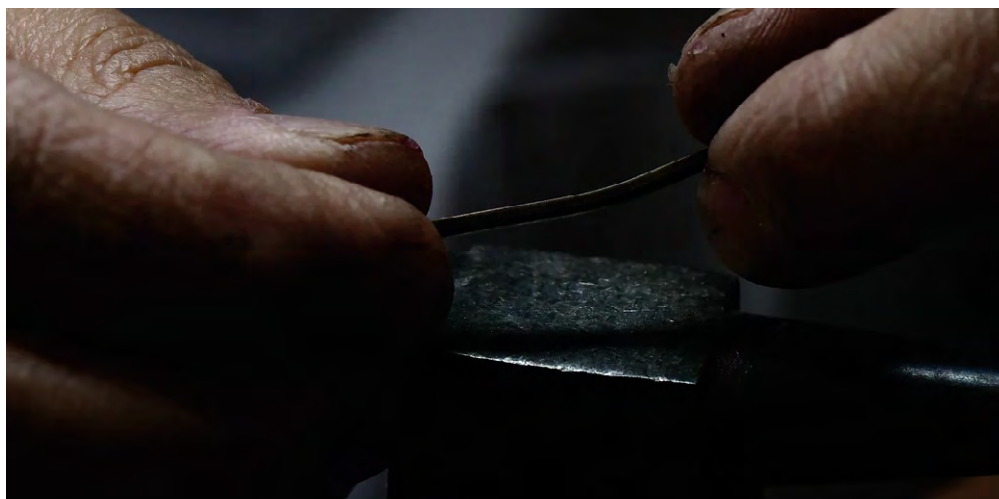
En cuanto al uso de las nuevas tecnologías en el proceso de fabricación de las joyas, Alejandra considera que “podemos apoyarnos, pero no pueden ser ellas las que fabriquen”.

Y con la vista puesta en un futuro a corto plazo, la familia de Avibia tiene claro su objetivo: **“Hay que estar atentos a las modas, por supuesto, pero no dejarnos llevar por toda esa ola, hay que intentar crear con imaginación sin que nos distorsione toda la información que tenemos a nuestro alrededor, que cada uno haga un trabajo interno para crear cosas distintas,**

cosas diferentes, en definitiva, joyas de calidad”.

En cuanto al uso de las nuevas tecnologías en el proceso de fabricación de las joyas, Alejandra considera que “podemos apoyarnos, pero no pueden ser ellas las que fabriquen”. “Pueden agilizar algunos procesos, cuando el cliente quiere cosas muy inmediatas, pero **nuestra**

labor principal es no dejar perder este oficio y dar a conocer y enseñar esta labor artesana a los más jóvenes”, añade, tras agradecer “la confianza de todas las personas que han apostado por nosotros desde el principio, por un negocio que es diferente, distinguarnos de esta manera no ha sido sencillo, pero si seguimos aquí es porque ha gustado”.



Técnicas de engaste

ENGASTE EN

GARRAS: Técnica de engaste más tradicional, donde el diamante o la piedra preciosa se encuentra sujeta de forma sencilla y totalmente segura a través de garras o patas. Este tipo permite observar la gema en todo su esplendor.

ENGASTE EN BISEL:

La gema se encuentra integrada en el diseño de la joya gracias a un fino bisel de oro o platino, que la rodea sujetándola firmemente con elegancia y belleza y aporta a la gema un mayor protagonismo.

ENGASTE EN CARRIL:

Una de las técnicas más utilizadas en joyas donde no existe una gema principal. Este método aprovecha el propio carril que forma el diseño de la joya para ir situando de forma precisa, una gema tras otra.

ENGASTE INVISIBLE:

Es una de las técnicas más complejas de lograr, ya que el objetivo es crear un efecto donde las gemas parezcan flotar sobre la montura de la joya. Se lleva a cabo habitualmente con piedras preciosas talladas en forma cuadrada, rectangular o triangular.

Tareas engastador

- ___ Preparación de las gemas
- ___ Selección de la montura
- ___ Habilidad en engastado
- ___ Técnicas de fijación
- ___ Seguridad y durabilidad
- ___ Acabado y pulido
- ___ Trabajo con varios metales y gemas
- ___ Diseño personalizado

¡HAZTE MIEMBRO!



CLUB DE

AMIGOS DE LA
PROVINCIA
DE VALLADOLID

Es totalmente gratuito

“Obtendrás descuentos
y promociones”



**DIPUTACIÓN
DE VALLADOLID**


TURISMO PROVINCIA DE
VALLADOLID
Mucho que ver contigo

VALLADOLID
AVANZA

IMPULSANDO EL DESARROLLO
DE LA PROVINCIA DE VALLADOLID



Desde su casa en Salamanca, Diamantina Sánchez, vive la explosión de fama de sus diseños de inspiración taurina popularizados por la presidenta de Madrid

DEL ANONIMATO AL RECONOCIMIENTO CON SU AGUJA:

“Ser artesana es mi pasión”



BOLSOS, CINTURONES, HOMBRERAS, ROPA y hasta zapatos se agolpan en una habitación que sirve de escaparate.



Puede que algunos de los maestros de la moda no hayan desfilado en las grandes pasarelas y su talento permanezca oculto. Es el caso de la **salmantina Diamantina Sánchez**, artesana desde hace veinte años que ha conseguido crear su propia marca, **'Aguja de Arte'**, y que hoy está en todas las revistas.

Sus manos expertas, de **'purísima y oro'**, han saltado al panorama nacional después de que la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, haya lucido algunas de sus creaciones, rindiendo homenaje al mundo del toro.



DÍAZ AYUSO EN LA ENTREGA DE MEDALLAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID, luciendo una hombrera de inspiración taurina, con bordados dorados y machos azabaches, realizada por Diamantina Sánchez.

"Vio una de nuestras hombreras azabache y tuvo claro que quería algo así para entregar las medallas de la Comunidad de Madrid, un día grande. Su equipo se puso en contacto con nosotros... **es una satisfacción por el trabajo que llevo haciendo toda mi vida**".

Nos recibe en su casa. Accedemos al salón, es su lugar de trabajo. Sobre la mesa reposan **pequeñas bolsitas y botes como los antiguos de farmacia**, repletos de lentejuelas, abalorios, alamares, machos... hilos de diferentes colores y grosores, sus telas y sus gafas.



“Es imposible hacer dos piezas iguales”

Natural de la localidad salmantina de San Miguel de Valero, recuerda sus inicios, “empecé haciendo traje charro, me encantaba... luego, me fui especializando. La artesanía es mi pasión, no lo he llevado a industrializar, lo hago por placer”, ahonda.

Se considera una **fanática del mundo del toro**. Por ello, plasma cada detalle sobre piezas únicas que no dejan a nadie indiferente. “La labor es un trozo de tela. Se empieza por poner lentejuelas, luego hilos, cordoncillos, pasamanerías y bolas charras que la gente de fuera no valora, pero nosotros sí”.

Pierde la cuenta al preguntarle **cuántas horas al día pasa cosiendo**. “No abarco demasiado y tampoco tengo muchos encargos”, pero le dedica mucho tiempo. La gente no entiende el arte del mundo del toro que va más allá de la muerte del animal. El traje tiene **una artesanía preciosa**, no hay otra...”.

Los encargos se hacen a petición del cliente, “cada uno se personaliza lo que quiere”. **Aquí nadie repite**, “es imposible hacer dos piezas iguales, **ese es el significado de la artesanía, aunque no le damos valor**”. Le hubiera gustado dirigir una empresa, pero ahora tan sólo pretende disfrutar de lo que hace.

Bolsos, cinturones, hombreras, ropa y hasta zapatos se agolpan en una habitación que sirve de escaparate. Rojos, negros, blancos, mostaza... Combinados los **dorados, plateados y azabaches** de bordados, ‘machos’ y alamares con las manos de la costurera, dan lugar a complementos y piezas de ropa que son auténticas obras de arte, **fruto de un trabajo en peligro de extinción**.



“EMPECÉ HACIENDO TRAJE CHARRO, ME ENCANTABA... luego, me fui especializando. La artesanía es mi pasión, no lo he llevado a industrializar, lo hago por placer”.



INTEGRANDO PROGRESO Y SOSTENIBILIDAD



GRUPO HERGONSA

OBRAS HERGON S.A.

C/ Aluminio, 26. 47012 Valladolid (ESPAÑA)

Tel. 983 218 925 Fax. 983 218 926

hergonsa@hergonsa.com

www.hergonsa.com

OBRAS HERGON S.A. SUCURSAL PERÚ

C/ Las Camelias, 710

piso 3, oficina 301 - San Isidro

Edificio Las Camelias. LIMA (PERÚ)

RPM #983925899 / RPC 962751949



El oasis académico que impide a Béjar olvidar sus raíces textiles

Los grados de 'Confección y Moda' y 'Patronaje y Moda' permiten estudiar en la ciudad que fue uno de los grandes centros neurálgicos del mundo textil.



MANEL HERNANDEZ

El Centro Integrado de Formación Profesional 'Ciudad de Béjar' mantiene viva la llama del conocimiento textil en la que fue una de las cunas de dicha industria. Con la mayor parte de las fábricas que una vez tiñeron el río de color y daban trabajo a gran parte de las familias ya cerradas, uno de los últimos reductos de aquellos tiempos gloriosos que queda en la localidad se encuentra en las aulas de este centro.

Tras el cierre de la Escuela de Ingenieros Industriales Textiles de la Universidad de Salamanca, con el grado medio de 'Confección y Moda' y el grado superior de 'Patronaje y



CONOCIMIENTO TEXTIL

Con la mayor parte de las fábricas que una vez tiñeron el río de color y daban trabajo a gran parte de las familias ya cerradas, uno de los últimos reductos de aquellos tiempos gloriosos que queda en la localidad se encuentra en las aulas de este centro.

Moda' del C.I. de F.P. 'Ciudad de Béjar', alrededor de **medio centenar de jóvenes estudiantes han podido formar parte de esta rama de conocimientos durante este curso**. Entre los docentes con los que cuentan se encuentran Raquel González, ingeniera textil y jefa de estudios del centro, y Victoriano Pérez, profesor de prácticas de Patronaje y Confección y jefe de departamento de confección y piel.

"Poco a poco vamos subiendo de matrículas. Hemos tenido andaluces, asturianos, gallegos, extremeños, canarios, mallorquines...", explica la jefa de estudios, aunque tan solo ocho son bejaranos. Obviando esto segundo, lo cuenta con la sonrisa en la boca, contenta y satisfecha por el trabajo que llevan desarrollando



desde hace años y que los convierte en la elección de los estudiantes, quienes podrían elegir otros puntos de España para formarse.

El trabajo ha ido cambiando con el paso de las leyes de Educación, las cuales obligaron a cambiar el grado medio de confección a medida por nuevos estudios. Entre tanto, dieron comienzo al estudio superior de Patronaje, algo que "fue difícil" por el proceso de desarrollo del plan de estudios y de todo lo que conlleva, pero tristemente tuvieron que cerrarlo por falta de alumnos y, pese a todo, lograron "volver a conseguirlo". "Es un nivel fuerte, **nos ha tocado estudiar mucho y preparar muchos temas porque en esto no hay libros de texto**", asegura Raquel.



EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL

Una relación muy potente con estos estudios, puesto que reconocen que "la industria textil es la más contaminante" y el objetivo debe pasar por "reducirlo sí o sí", poniendo el foco en que "nos hemos acostumbrado a consumir a lo bruto y no podemos seguir de esta manera".



El reciclaje del profesorado

SOLO EL PERSONAL DOCENTE CONOCE EL TRABAJO QUE HAY DETRÁS, ESE QUE NO SE VE Y QUE CONLLEVA MUCHAS VECES DEDICAR CINCO HORAS PARA DAR SOLO UNA DE CLASE.

"Hemos conseguido que la gente se interese, los alumnos nos valoren y nos tengan en consideración". Orgullo que también comparte Victoriano, que destaca que "el reciclaje empieza en el profesorado". La premisa que tienen es mirar siempre a la industria, a la cual tienen claro que no podrán adelantar "nunca", pero a la que deben conocer a la perfección para trasladar a los alumnos "qué se van a encontrar" cuando hagan las prácticas o salgan al mercado laboral.

Raquel González no olvida tampoco cómo tuvieron que luchar en los comienzos para impartir estos estudios. Tuvieron que combatir la idea instaurada en Béjar de que los estudios textiles eran los de "textil de base", aquellos de "la industria que se vino abajo" y que centraban la atención de los vecinos acostumbrados a vivir con ella.

Pese a todo, el orgullo se respira en el ambiente al hablar del alumnado. Esos que se forman en las aulas y de quienes reciben grandes palabras por parte de otros docentes con los que siguen formándose posteriormente. "Profesores que conocemos en grados de Diseño nos dan la enhorabuena por lo bien preparados que van", recalca. Durante los dos años de formación por las clases se imparten materias muy diferentes, dando espacio también al medioambiente. Una relación muy potente con estos estudios, puesto que reconocen que "la industria textil es la más contaminante" y el objetivo debe pasar por "reducirlo sí o sí", poniendo el foco en que "nos hemos acostumbrado a consumir a lo bruto y no podemos seguir de esta manera".



Las empresas son las que llaman preguntando por los estudiantes

Al acabar sus estudios, los diferentes alumnos toman rumbos diversos y no les faltan las ofertas para hacer prácticas y, en muchos casos, para quedarse a trabajar en esos mismos sitios al finalizar esos tiempos.

“Nos llaman de Sevilla, nos buscan de Badajoz, de Asturias...”, incide Victoriano Pérez.

A pesar de esta realidad, la sombra que acecha a todos está en el futuro de la industria textil española. Aquella que ha ido cayendo en picado por la descentralización, perdiendo el poder y viendo como especialmente el continente asiático se comía el mercado.

La jefa de estudios tiene un lamento muy claro: **España no ha protegido su propio mercado.** Poniendo el ejemplo de Italia, donde se impide que los uniformes de militares y policía se construyan a partir de determinados kilómetros del país, Raquel González recalca que **“el textil de base nos lo hemos cargado porque no hemos podido competir** y todo el mundo se ha ido porque es más barato”.

Proteger nuestra industria

“LA GENTE ESTÁ ACOSTUMBRADA A QUE UNA CAMISETA CUESTA TRES EUROS Y EL CASO ES TENER CANTIDAD. DEBEMOS QUITARNOS ESO DE LA CABEZA”; RECALCA, APUNTILLANDO QUE GRAN PARTE DEL REPERTORIO QUE PUEDE ENCONTRARSE EN SHEIN –UNA DE LAS GRANDES PLATAFORMAS DE FAST FASHION- ESTÁ FABRICADO “EN POLIÉSTER Y DE MALA CALIDAD”.

La mirada también se va hacia unos fondos europeos llamados a revalorizar el sector textil, aunque ninguno se encuentra muy ilusionado a la espera de conocer a qué se destinará concretamente.

“Tenemos grandes diseñadores y creadores. Somos un pueblo creativo”. Esa es la frase que utiliza Raquel la ingeniera para encontrar algo de optimismo, el mismo que tiene a la hora de hablar de su centro de trabajo. Ese donde, a pesar de todo lo exterior, han logrado pasar de buscar a alumnos a recibirlos por sí mismos.

No obstante, lo tiene claro: “pasamos por la necesidad de que el Gobierno se involucre en el sector textil español”. Y es que los vasos conectados entre industria y formación también ahogan las aspiraciones de Béjar, allí donde la conciencia de proteger el sector también voló y donde este centro de estudios continúa al pie del cañón. Siendo una referencia académica, pero también como un motor de la economía bejarana al atraer estudiantes de toda España que durante los meses del curso viven en la localidad.

Un oasis para recordar lo que un día fue Béjar, aquella que logró ser referencia tanto dentro como fuera de España por su capacidad para confeccionar prendas y vestir a más de una generación.

NOS IMPORTA
tu sonrisa



ESPECIALISTAS EN SALUD BUCODENTAL

Implantología y periodoncia - Microcirugía bucodental
Ortodoncia y ortopedia - Odontopediatría - Estética dental
Endodoncia - Rehabilitación mediante prótesis dental
Armonización de la sonrisa con Ácido Hialurónico



globaldent
ASTURIAS





Alta costura medieval

La artesana abulense Carmen Andueza ha logrado llevar a otro nivel la moda del medievo, presente ya en jornadas, mercados, bodas y diferentes eventos de toda España y parte del extranjero gracias a su profesionalidad y buen hacer.

TEXTO JAVIER RUIZ-AYÚCAR



Carmen Andueza no hace disfraces. Eso es algo que queda meridianamente claro cuando uno visita su taller en Ávila, un espacio de confección artesanal donde el tiempo fluye, y a la vez se detiene, entre los tejidos y sus costuras.

Esta abulense lleva en el mundo de la moda desde que en 1986 se puso a los mandos del establecimiento tradicional El Dedal, pero fue hace aproximadamente unos 15 años cuando decidió aprovechar la oportunidad que le ofrecía el pasado histórico de la ciudad amurallada para diversificar su negocio, sin sospechar entonces que esa decisión desembocaría en una marca propia con repercusión en gran parte del territorio nacional.

Si las **Jornadas Medievales de Ávila, 'El mercado de las tres culturas'**, han conseguido ser un auténtico espectáculo de Interés Turístico Nacional con miles de visitantes cada año, es en parte gracias a la implicación de la población de la capital abulense, entregados ciudadanos que **el primer fin de semana de septiembre ponen en**

marcha la máquina del tiempo para transformarse en auténticos soldados, damas, pícaros, juglares, nobles o mesoneras que contribuyen a imbuir la ciudad en un halo místico de medievo y animan a los visitantes a hacer lo mismo para sumergirse en tiempos pretéritos como si fueran los suyos.

Carmen es una de esas ciudadanas **implicadas con la promoción turística de su ciudad** y ha sabido apretar las teclas adecuadas para establecer una relación, hoy indisoluble, entre el desarrollo territorial y su evolución personal, impulsando un nicho de negocio en el que a día de hoy sobresale por su creatividad, profesionalidad y buen hacer.

“Cuando la gente empezó a vestirse para las Jornadas Medievales me pareció muy interesante y me empecé a documentar. Yo ya tenía

bastantes nociones de diseño, pero empecé a ir con un profesor, y de vez en cuando hago mis reciclajes para diseñar las prendas porque claro, yo tengo mis ideas y tengo mis tejidos, y todo mi mundo alrededor, pero a veces te costaba plasmarlo y que el cliente lo viera, sobre todo en la primera época”, explica.

Una primera época en la que se lanzó al **alquiler de vestimentas medievales** -que no disfraces- “porque el mercado estaba empezando a crecer y vimos un nicho de negocio, el cliente lo demandaba y había que ofrecérselo”. El siguiente paso fue acercarse al plano institucional. Contactó con el Ayuntamiento de Ávila, cuya corporación tiene por costumbre pasear por el mercado ataviada de época, y les trasladó su iniciativa.

“Les gustó que un comercio local tuviera esta idea, confiaron en nosotros y empezamos a confeccionar sus vestimentas. En ese momento tuvimos ya que hacer un gran esfuerzo de todo, de diseño, de documentación, para empezar a hacer los primeros trajes y ahí empezamos ya a funcionar”.

Desde entonces Carmen Andueza se metió de lleno en las Jornadas Medievales. “He intentado siempre estar muy involucrada con el tema porque me parecía que era **una potencia para Ávila, potencia turística y económica**. Desde el primer momento me ofrecí a colaborar, me integré y me dieron la oportunidad. A partir de ahí, hemos intentado potenciar que el mercado tenga una estructura en cuanto a vestuario, incluso a veces en cuanto a la decoración, con las empresas que han venido”.

Con la marca Carmen Andueza dedicada ya en exclusiva a las vestimentas de época, empezaron a confeccionar a demanda porque “el cliente venía y nos pedía, y ahora ya tenemos otra amplitud de negocio”.

Una máquina del tiempo textil

“Yo no trabajo el disfraz”. Carmen hace mucho hincapié en esto. Se confiesa aun “de lápiz y cuaderno”, a pesar de que la tecnología ya agiliza mucho el trabajo, y luce con orgullo su carnet de artesana a pesar de que “lo tuve que luchar, porque cuando me fui a sacar el título de artesana en el epígrafe solo había disfraces y nosotros no trabajamos el disfraz, hacemos otro tipo de vestimenta”.

Basta con entrar en www.carmenandueza.com para darse cuenta de que no es una tienda de disfraces, sino más bien **una máquina del tiempo textil**. No solo por la calidad de los tejidos, la precisión en los detalles, los complementos, las pasamanerías o la confección a medida, sino también por el **aroma a historia que desprende cada diseño**, todos ellos únicos y originales y con una importante base documental, fruto de horas de trabajo.

En la actualidad Carmen Andueza trabaja los atavíos de época medieval en las dos vertientes de alquiler y venta. En su taller se puede encontrar un amplio vestuario para todos los gustos en régimen de alquiler, y ella misma destaca que “tenemos una solución importantísima de alquiler que renovamos constantemente y que cuidamos mucho”, pero cada vez más los clientes buscan prendas propias, a su gusto y a medida de su talla y personalidad, y es en esto en lo que la abulense es una auténtica especialista.

La página web en este caso es un mero expositor, un ejemplo de lo que puede ofrecer esta artesana, que utiliza internet como una forma de establecer contacto con el cliente. **“No vendemos en la web porque eso resta la personalización**

que nosotros queremos darle a nuestras prendas, y no solemos tener el mismo vestuario en diferentes tallas, tenemos muchísima variedad. Lo que hacemos es contactar con el cliente, nos manda sus medidas, normalmente le pedimos una fotografía porque viéndole un poco su figura, la de ellas sobre todo, podemos un poco ver más lo que le puede encajar del vestuario que tenemos, y a raíz de eso preparamos fotos y se las mandamos”.

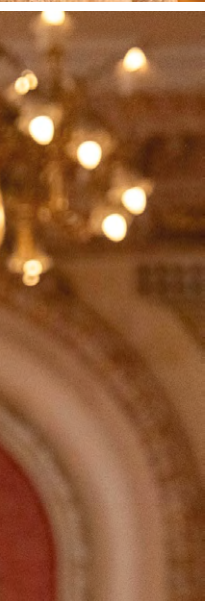
Para ello, **el asesoramiento personalizado es otro de los puntos fuertes**, por lo que Carmen no tiene reparos en evaluar las peticiones y aportar su experiencia para ofrecer alternativas. “Alguna vez he llamado a una clienta y le he dicho, creo que esto no es apropiado, ni para ti, ni para cómo va la boda, quizá no sea este el estilo”

EL ASESORAMIENTO PERSONALIZADO ES OTRO DE LOS PUNTOS FUERTES, por lo que Carmen no tiene reparos en evaluar las peticiones y aportar su experiencia para ofrecer alternativas.





EN LA ACTUALIDAD LOS ATAVÍOS MEDIEVALES DE CARMEN ANDUEZA se ven en mercados medievales, bodas y otros eventos de varias provincias de Castilla y León, Madrid, Toledo, Alicante, Córdoba, Sevilla...pero también en la vecina Portugal e incluso en Reino Unido.



De Ávila al mundo

Lo que comenzó como un negocio ligado exclusivamente a las Jornadas Medievales de Ávila, pronto traspasó las fronteras locales, regionales e incluso nacionales.

El buen hacer de Carmen Andueza atrajo las miradas de visitantes y profesionales foráneos, animados por las necesarias campañas promocionales, sí, pero sobre todo a través del boca a boca, que han llevado su producto a otros **mercados medievales, pero también a bodas y otros eventos de época.**

“Al principio solo trabajábamos el fin de semana del Mercado Medieval de Ávila, pero ahora **nos piden este tipo de producto prácticamente durante todo el año**”, señala Carmen, quien revela que “no podíamos tener todo ese vestuario parado para un fin de semana de septiembre así que nos propusimos moverlo, hicimos promociones en medios y llamábamos a todos los ayuntamientos que tenían mercados medievales, fue muchísimo trabajo, pero poco a poco fue viniendo la gente”.

El tirón de esta artesana ha servido también para llevar la diversificación un paso más allá y acercarse a otras épocas, como el Renacimiento, con **presencia en las jornadas que se desarrollan en Salamanca, o los Tercios de Flandes**, cuyo vestuario fue objeto de una exposición que giró por toda España. En la actualidad **también realiza bajo demanda vestuario vikingo**, motivos todos ellos que trabaja con la misma mezcla de rigor histórico y creatividad que le ha llevado incluso a mostrar sus creaciones en desfiles de la Pasarela Española.

Conjugar, por cierto, el rigor histórico, con las preferencias del cliente, no es tarea fácil, pero “al final yo tengo que comercializar mis vestidos. Eso sí, no me pidas nada en rosa,

ANA VELASCO





Ana Velasco Molpeceres analiza, a lo largo de toda su carrera, la historia de España a través de la vestimenta y la imagen de la sociedad

Gracias a la moda conocemos a día de hoy la mayoría de detalles sociales y políticos de nuestra historia”

**MIGUEL ÁNGEL
FERNÁNDEZ**

*La moda es un negocio y, a su vez, una cultura, pero también símbolo de poder y de influencia, expresión de identidad personal y colectiva, indicador de los modos de sociabilidad y marcador político. Eso lo tiene claro la autora de libros como **‘Moda y prensa femenina en la España del siglo XIX’** o **‘Ropa vieja: Historia de las prendas que vestimos’**.*

La vallisoletana experta en moda Ana Velasco Molpeceres es Licenciada en Periodismo y graduada en Historia del Arte y, a día de hoy, ejerce como escritora y profesora de la Universidad Complutense de Madrid, dedicando su trayectoria a investigar sobre la historia de la moda en España.

Velasco asegura que “vestir es definir una identidad” y repasa en sus publicaciones el esplendor de la moda a la española desde los Austrias hasta el fenómeno Zara, pasando por figuras tan características y relevantes de nuestro país como los chulapos o Eugenia de Montijo.

¿Por qué enfocó sus estudios personales hacia el sector de la moda?

Siempre me ha gustado e interesado la moda. Tenía claro que quería ser periodista pero mi pasión era la moda desde muy joven. Mi madre siempre me compraba la revista Telva y cuando tuve acceso a internet me pasaba horas viendo las fotos de los desfiles en blogs. Una vez finalizada la universidad, me decían que necesitaba especializarme en algo y pensé que la moda era una buena opción. Pese a que me rechazaban por que no era un tema muy universitario, **decidí centrar mi investigación en las revistas y la moda.** Fue una etapa complicada, por que no tenía claro cómo enfocarlo. Me costó mucho encontrar información, pero de ahí surgió el material para el primer libro.

¿El estudio de la evolución de la moda de un país puede aportar claves sociales y políticas del mismo?

La moda dice casi todo de la sociedad. Gracias a ella podemos analizar las diferentes épocas de la historia, la mentalidad de la gente y la diferencia social entre clases. A día de hoy, las diferencias existen pero se han ido disolviendo y uniformando con el uso de prendas tan versátiles como los pantalones vaqueros. Pero hace años, durante las revoluciones liberales, existían una serie de leyes suntuarias que prohibían al pueblo llevar ropajes o complementos que llevaban los ricos. El objetivo de esto era que nadie pudiese ocupar determinados



Ahora, acostumbramos a ver a algunas mujeres vestidas de forma muy elegante y con una estética muy trabajada pero que han podido acceder a ella por un precio realmente bajo.

puestos en la sociedad que no le correspondían. **La moda es un reflejo muy exacto de la mentalidad, de la política, de la situación social,** del rol que tienen tanto hombres como mujeres, que es construido, porque vivimos en un mundo donde todo realmente es ritual, desde cómo saludamos a cómo vestimos.

¿Por qué se suele ignorar la moda a la hora de estudiar la historia?

Hay una visión de la moda como algo frívolo o algo femenino pero en realidad no es así. No hay que anclarnos en esa idea y debemos aprovechar una herramienta tan útil y definitoria como es la moda.

En la actualidad, ¿continúa la moda siendo el filtro más visible para ubicar a un individuo en un marco social concreto?

No, ese facto ha desaparecido. Hoy hasta los más millonarios pueden vestir con unas sandalias y una camiseta que han comprado en un supermercado. Este tipo de comportamientos complican el hecho de identificar a alguien en un grupo social por su modo de vestir. Además, las redes sociales contribuyen a la disolución de esta herramienta de distinción porque, ahora, acostumbramos a ver a algunas mujeres vestidas de forma muy elegante y con una estética muy trabajada pero que han podido acceder a ella por un precio realmente bajo. **Hace años se ubicaba a la gente por su imagen, ahora ya no.** Antes era impensable ver a un policía o un militar con tatuajes. Sin embargo, ahora todos sabemos que esos tatuajes no te impiden realizar su labor profesional de forma correcta.

Solemos fijarnos en grandes capitales como Milán, París o Nueva York siempre que hablamos de moda, ¿España está al mismo nivel que estos lugares de referencia?

La moda es un reflejo cultural y está muy relacionada con los imperios o las potencias. Esto va mucho más allá de la mera apariencia. España durante mucho tiempo fue el foco en el que se miraba el resto del mundo y, por eso, no hay que desmerecer la moda española frente a otras potencias mundiales.

En España, ¿qué prendas originales de aquí se han quedado grabadas en la historia de la moda?

La península ibérica tiene tras de sí una rica e importante tradición indumentaria. En España han nacido

algunas prendas que han marcado la imagen de la sociedad en Occidente durante muchos siglos. El **verdugo**, una falda armada con aros que surgió a finales del XV, es clave, porque hasta el siglo XIX, e incluso en el XX, definió el aspecto de las mujeres. También **la mantilla** es importantísima. Y, en lo referente a los hombres, el traje a la española, negro, fue fundamental en Europa con los Austrias, y es probable que de esas maneras haya algo en lo que ahora conocemos. También los **cueros españoles** finamente trabajados, **el esparto, los bordados y los encajes son muy conocidos.**

¿Cuál ha sido el momento de mayor esplendor en la moda de nuestro país a nivel histórico?

Los Austrias fueron la monarquía más relevante en lo referente a la industria, sobre todo Carlos V y Felipe II. Aunque, en el XIX también tuvo su momento destacado el majísimo, que se promovió en torno a los majos y las majas y los chulos y chulapas, así como al traje de flamenca o la bata de cola, con mantillas y mantones de Manila.

¿Dónde datan sus estudios el origen de la moda?

En el siglo XIV cuando se dejan de usar las túnicas y se define, completamente, la distinción entre la ropa de caballero y la de señora.

¿Cuál es su figura favorita de la moda española?

Amo a Eugenia de Montijo porque entendió que la moda es política e hizo de sí misma una forma de promocionar el Segundo Imperio con su apariencia. Puso de moda las mantillas en Francia en un momento en el que en España se prefería el estilo francés y las mantillas estaban muy pasadas. Se valora muy poco su figura pese a que hizo muchas cosas importantes.



Amo a Eugenia de Montijo porque entendió que la moda es política e hizo de sí misma una forma de promocionar el Segundo Imperio con su apariencia.

El arte de la sastrería que resiste a morir en Béjar

TEXTO: MANEL HERNÁNDEZ
FOTOS: ARAI SANTANA

Siguiendo el testigo de su padre, Raúl Rodríguez es el único sastre en activo en Béjar y es uno de los grandes maestros textiles del mundo del toro.

Raúl Rodríguez lleva 23 años en la profesión, continuando el legado de su padre y trabajando con una realidad que ha azotado a todo el sector textil de la zona.

S Veintitrés años son los que lleva Raúl Rodríguez al frente de su propia sastrería. Este bejarano es hoy por hoy **una de las grandes referencias a la hora de vestir a todo aquel integrante del mundo del toro** y lo es desde Béjar, su tierra natal y la que fuera uno de los puntos neurálgicos de la industria textil.

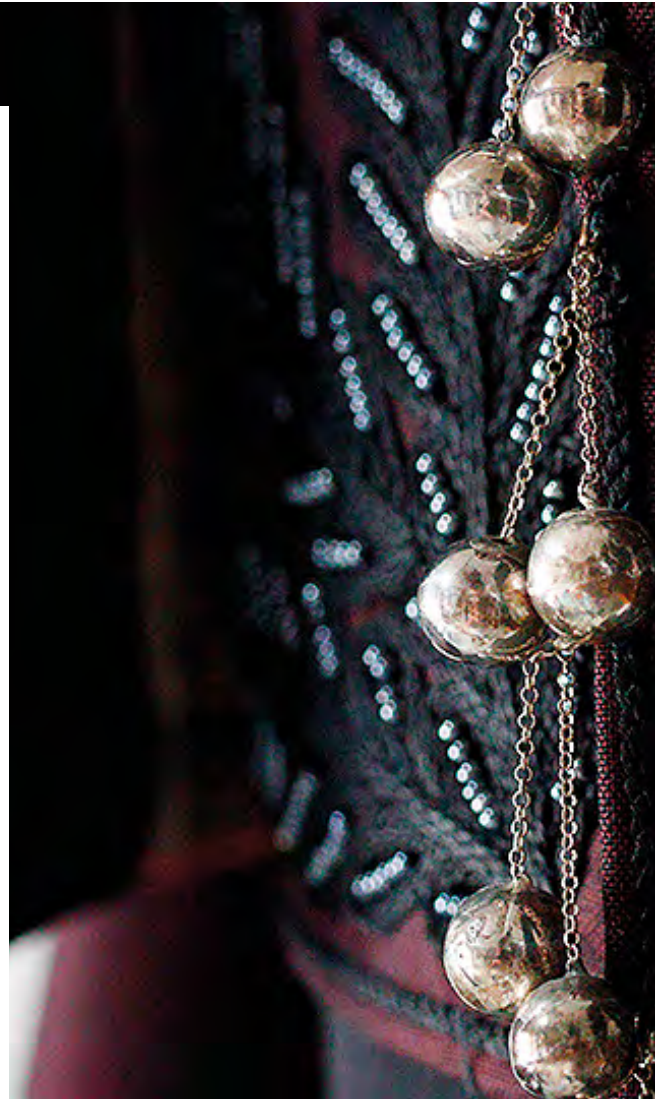
Cogió alfiler e hilo a los 16 años. Una decisión que llegó "rápido" al no



RAÚL RODRÍGUEZ LLEVA 23 AÑOS EN LA PROFESIÓN, continuando el legado de su padre.

querer estudiar y recibir de respuesta que entonces debía prepararse para una profesión. Dicho y hecho. Cogió el testigo de lo aprendido en casa y **Raúl apostó por trabajar codo con codo con su progenitor**, quien fue el decimotercer sastre de Béjar y ahora, con 39 años, él es el único que sigue funcionando en la ciudad textil.

Especializado en el mundo del toreo, a pesar de que también crea ropa para el mundo diplomático, Rodríguez lleva el nombre de Béjar por todo el mundo. Y es que como él mismo explica, **"el 99% de mis clientes son de fuera"**. Con clientes de toda España, sus creaciones





COGIÓ ALFILER E HILO A LOS 16 AÑOS. Una decisión que llegó "rápido" al no querer estudiar y recibir de respuesta que entonces debía prepararse para una profesión. Dicho y hecho.



traspasan fronteras y **viste a toreros de Francia, Latinoamérica e incluso algún inglés.**

¿De dónde surgió esta especialidad? Raúl Rodríguez habló en sus inicios con su padre y decidió que debían buscar nuevos nichos de negocios. Si bien antes trabajaban centrados en Béjar y los alrededores, el sastre apostó por "especializarse" al considerar que los tiempos cambiaban y la costumbre de salir a pasear daba paso a otros hobbies. "A nivel nacional se vestía muy bien y ahora peor porque hemos pasado el paseo por hobby", incide.



ESPECIALIZADO EN EL MUNDO DEL TOREO, a pesar de que también crea ropa para el mundo diplomático, Rodríguez lleva el nombre de Béjar por todo el mundo.

El mundo del toreo llegó por casualidad, puesto que al ver "que esto estaba de capa caída", Raúl contactó con dos tiendas de Madrid dedicadas a este ámbito. Dos espacios con los que comenzaron a colaborar y que dio paso a **una trayectoria bordada de oro al unir los toros y el nombre de Raúl Rodríguez.**

Los tiempos también han cambiado para él en este sentido, pasando de tener que informarse para saber quién era cada uno de los matadores de toros que contaba con su sastrería a abrir sus puertas a "casi la totalidad del mundo del toro".

Para la artesanía todo se está volviendo más complicado

Junto a él trabajan otras tres personas, un equipo de trabajo **especializado en los trajes de corto y los de trabajo de los rejoneadores**. Ocho manos que logran crear las prendas completas en un plazo de dos o tres días, pero que también encuentran los problemas de la industria textil que se ha borrado del mapa de Béjar.

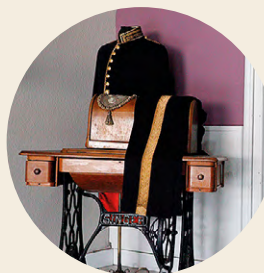
“Todo para lo que es artesanía se está volviendo más complicado. Cada vez **hay menos materia prima, hay menos industria a nivel nacional** y a la hora de encontrar algo debemos echar mano del extranjero”. Problemas en los materiales, esos que considera

que son los que más han cambiado desde que comenzó en la profesión y que ahora se traducen en “tejidos que duran mucho menos” e implican “que el traje dure mucho menos”.

Pese a tener que estar en la carretera constantemente, Raúl Rodríguez sigue apostando por ‘su’ Béjar. “Mi intención es acabar aquí”. Una ciudad que otrora fue la cabeza de lanza de la industria textil a nivel nacional y referencia internacional y que, en la actualidad, encuentra en casos como el suyo a su gran esperanza para no dejar caer en el olvido un legado que, pese a todo, sigue escribiendo páginas en la historia.



PROBLEMAS EN LOS MATERIALES, esos que considera que son los que más han cambiado desde que comenzó en la profesión y que ahora se traducen en “tejidos que duran mucho menos” e implican “que el traje dure mucho menos”.



RAUL RODRIGUEZ
ALTA SASTRERIA



Todo es posible si tienes a alguien cerca

En la isla más remota
del mundo y aquí, cerca de ti



- Atendemos a las personas mayores con más de **1.600 gestores sénior**.
- Apoyamos a los emprendedores a través de MicroBank con **100.000 microcréditos** al año.
- Contamos con más de **17.000 voluntarios** implicados en miles de proyectos sociales.

CaixaBank, cerca de ti para todo lo que importa

 **CaixaBank**
Tú y yo. Nosotros.

“ESTOY VIVA”

LAS MUJERES OPERADAS SE SUBEN A LA PASARELA PARA PLANTARLE CARA AL CÁNCER

Millones de mujeres se enfrentan en todo el mundo a la dura realidad del que es el segundo cáncer más común, el cáncer de mama. A pesar de la alta tasa de supervivencia a este tipo de cáncer, son muchas las personas que se enfrentan a él y que viven una complicada realidad que muchas veces supone una pesadilla para quienes sufren la enfermedad y sus secuelas físicas.

Texto: M.A.F.

LA AECC CELEBRA ANUALMENTE un divertido desfile de lencería para pacientes que han pasado por una mastectomía





E

En España se diagnosticaron alrededor de **34.740 nuevos cánceres de mama en el año 2022**, según las estimaciones del Observatorio del Cáncer de la Asociación Española Contra el Cáncer, lo que representa casi el 30% de los cánceres diagnosticados en mujeres.

El Hotel Olid acoge, cada año, el ya tradicional **desfile de lencería y baño de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) de Valladolid** para mujeres operadas. Se trata de una bonita jornada en la que las propias mujeres masectomizadas desfilan por la pasarela mostrando conjuntos de ropa interior y de verano a los asistentes al evento.

Se trata de un evento que, desde hace más de dos décadas, organiza la Asociación Española Contra el Cáncer de Valladolid y en el que mujeres que tuvieron que ser operadas de cáncer de mama son las protagonistas, participando como modelos en un desfile en el que colaboran varias marcas y diseñadores locales, entre otras empresas y organizaciones.

La **gerente de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) de Valladolid, Luisa Lobete**, pone en valor "la valentía" de las modelos que desfilan con ropa interior de la marca Amoena que ofrece soluciones de productos óptimamente coordinados en las respectivas fases de curación desde el inicio de la terapia. Los **productos Amoena de las áreas de Cuidado Post-operatorio, prótesis y prendas para el cuidado de la mama**, cierran las brechas en el cuidado y acompañan a las mujeres afectadas en su camino de vuelta a la vida normal.

"¡Guapas!" se escucha, normalmente, entre el público del divertido desfile en el que se crea una atmosfera de compañerismo y con el que se trata de visibilizar a las personas que sufren esta enfermedad, además de destigmatizar los cuerpos de las mujeres que pasan por intervenciones quirúrgicas o tratamientos que hacen frente al cáncer.

El evento surgió ante la necesidad que tienen todas las mujeres que han sido operadas por cáncer de mama de tener tanto lencería como productos de baño adaptados para poderlos poner con la prótesis que utilizan, así como darle un lugar a quienes van a empezar a pasar por este proceso para que vean que nadie se va a dar cuenta de que han tenido una intervención de estas características.



LUISA LOBETE, GERENTE DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER DE VALLADOLID, pone en valor "la valentía" de las modelos que desfilan con ropa interior de la marca Amoena.



¡GUAPAS! se escucha, normalmente, entre el público del divertido desfile en el que se crea una atmosfera de compañerismo

LOS PRODUCTOS AMOENA de las áreas de Cuidado Post-operatorio, prótesis y prendas para el cuidado de la mama, cierran las brechas en el cuidado y acompañan a las mujeres afectadas en su camino de vuelta a la vida normal.

UN DÍA PARA CELEBRAR LA VIDA

El primero de los años, el desfile se llevó a cabo con un grupo de modelos profesionales. Pero las pacientes que acudieron a verlo quisieron formar parte de forma activa de la iniciativa y desde el segundo año han desfilado siempre mujeres operadas.

Lobato asegura que, a día de hoy, ya tienen a las modelos que desfilarán el próximo año porque "son muchas las que se atreven a salir en ropa interior a gritarle al mundo que están vivas y que no hay que tener vergüenza de nuestros cuerpos".

Cada año, comienzan a organizar en febrero la jornada que se celebra durante el mes de mayo y que cuenta, además, con un sorteo donde se regalan a los asistentes lotes de productos de belleza, ropa interior para personas que han pasado por una mastectomía, tatuaje de cejas o pezones, y cenas para dos personas.

"Es un día lúdico, para pasárselo bien y celebrar la vida", afirma la gerente de la AECC y explica que la colaboración "es esencial", mostrando así su agradecimiento a todos los establecimientos y empresas voluntarias que hacen posible el evento.

Desde la AECC de Valladolid resaltan el **"ambiente mágico"** que se crea en el hotel vallisoletano porque el público hace "que ellas se sientan muy cómodas" y, también, "disfrutan de la música y la moda".



LA PASARELA DE LA MODA
DE CASTILLA Y LEÓN

Escaparate de Talento y Creatividad



La Pasarela de la Moda de Castilla y León se ha consolidado como uno de los eventos más importantes del panorama fashion nacional, siendo una plataforma esencial para diseñadores emergentes y consagrados de esta comunidad autónoma.

**TEXTO: VERÓNICA FERNÁNDEZ
FOTOS: ICAL**

CELEBRACIÓN DE LA CULTURA Y EL PATRIMONIO DE LA REGIÓN. El uso de tejidos tradicionales, como la lana merina y el lino, y la incorporación de técnicas artesanales, como el bordado y la cerámica, son ejemplos de cómo la moda puede servir como un puente entre la herencia cultural y la innovación contemporánea.



elebrada anualmente en Burgos, esta pasarela no solo destaca por la calidad y originalidad

de las propuestas que se presentan, sino también por su capacidad para fusionar tradición y modernidad, logrando así atraer la atención de medios, críticos de moda, y público en general.

Desde sus inicios, la Pasarela de la Moda de Castilla y León ha experimentado una notable evolución. Nació con el objetivo de **promover el talento local y ofrecer a los diseñadores una oportunidad de mostrar sus creaciones en un entorno profesional.** Con el paso de los años, el evento ha crecido en tamaño y relevancia, atrayendo a diseñadores de renombre y ampliando su alcance internacional.

Uno de los hitos importantes en la historia de esta pasarela fue la incorporación de un **enfoque sostenible en sus desfiles.** La sostenibilidad se ha convertido en una pieza clave en la industria de la moda, y la Pasarela de la Moda de Castilla y León no ha sido ajena a esta tendencia. Diseñadores comprometidos con el medio ambiente han presentado colecciones que utilizan **materiales reciclados y técnicas de producción ecológicas,** demostrando que la moda puede ser tanto estilosa como responsable.

ENFOQUE SOSTENIBLE.

Diseñadores comprometidos con el medio ambiente han presentado colecciones que utilizan materiales reciclados y técnicas de producción ecológicas, demostrando que la moda puede ser tanto estilosa como responsable.

Uno de los aspectos más destacados de la Pasarela de la Moda de Castilla y León es su dedicación a la promoción de **nuevos talentos.** Jóvenes diseñadores tienen la oportunidad de presentar sus trabajos junto a nombres consagrados, lo que les permite ganar visibilidad y establecer contactos valiosos en la industria.

Las **instituciones educativas de moda** de la región juegan un papel crucial en este ámbito. Sus estudiantes tienen la oportunidad de participar en la pasarela, lo que no solo les ofrece una plataforma para mostrar sus colecciones, sino que también les brinda una experiencia invaluable en la organización y presentación de un desfile de moda profesional.

La pasarela no solo es una vitrina para talentos emergentes; también es un escenario en el que diseñadores ya establecidos presentan sus nuevas colecciones. Nombres como Amaya Arzuaga y María Lafuente han sido habituales en este evento, llevando su estilo y creatividad a un público ansioso por descubrir las últimas tendencias.

La Pasarela de la Moda de Castilla y León no solo es un evento de moda; es también **una celebración de la cultura y el patrimonio de la región.** Los diseñadores a menudo incorporan elementos de la rica **historia y tradición de Castilla y León** en sus colecciones, creando una conexión única entre el pasado y el presente.

El uso de **tejidos tradicionales, como la lana merina y el lino, y la incorporación de técnicas artesanales, como el bordado y la cerámica,** son ejemplos de cómo la moda puede servir como un puente entre la herencia cultural y la innovación contemporánea. Estos elementos no solo añaden profundidad y significado a las colecciones, sino que también ayudan a preservar y promover las artesanías locales.





ASISTIR A LA PASARELA DE LA MODA DE CASTILLA Y LEÓN ES UNA EXPERIENCIA ÚNICA. Los desfiles no solo presentan las últimas tendencias en moda, sino que también son espectáculos en sí mismos. La música, la iluminación, y la escenografía se combinan para crear una atmósfera envolvente que captura la atención del público desde el primer momento.



El Impacto Económico

La Pasarela de la Moda de Castilla y León también tiene un impacto económico significativo en la región. El evento atrae a visitantes de todo el país y del extranjero, lo que beneficia a la industria hotelera, restaurantes y otros negocios locales. Además, la exposición mediática que genera ayuda a posicionar a Castilla y León como un destino cultural y turístico.

Los diseñadores locales también se benefician económicamente al ganar visibilidad y establecer relaciones comerciales. La posibilidad de vender sus colecciones a compradores nacionales e internacionales puede significar un gran impulso para sus negocios. Además, la pasarela ofrece **oportunidades de colaboración con otras marcas y diseñadores**, lo que puede resultar en proyectos conjuntos y nuevas fuentes de ingresos.

Asistir a la Pasarela de la Moda de Castilla y León es una experiencia única. Los desfiles no solo presentan las últimas tendencias en moda, sino que también son espectáculos en sí mismos. La música, la iluminación, y la escenografía se combinan para crear una atmósfera envolvente que captura la atención del público desde el primer momento.

Los organizadores ponen un gran esfuerzo en cada detalle para

asegurarse de que cada desfile sea memorable. La elección de los modelos, el maquillaje, el peinado, y la coreografía son cuidadosamente planeados para complementar las colecciones y realzar la visión de los diseñadores. Esta atención al detalle es una de las razones por las que la Pasarela de la Moda de Castilla y León es tan apreciada tanto por los profesionales de la moda como por el público en general.

El futuro de esta cita parece prometedor. Con una base sólida y una reputación creciente, el evento está bien posicionado para seguir siendo **una plataforma clave para el talento emergente y un escaparate para las últimas tendencias en moda**. La continua adaptación a las demandas del mercado y la incorporación de nuevas tecnologías y prácticas sostenibles serán cruciales para su éxito continuo.



SALAMANCA *está de* MODA



Ayuntamiento
de Salamanca



**EL SUEÑO DE DOS JÓVENES RURALES QUE
IMPLICA A TODA UNA COMUNIDAD**

vidapropia

*Nace en el palentino pueblo de Guardo con el objetivo de
crear artículos originales, diferentes y únicos a partir de
la reutilización de tejidos*

EVA MARTÍNEZ

Estamos acostumbrados a que los jóvenes emigren de las zonas rurales a las grandes ciudades en busca de un mejor futuro. Sin embargo, aún quedan valientes que le hacen frente a la España Vacía y regresan a sus pueblos para poner en marcha sus proyectos de vida.

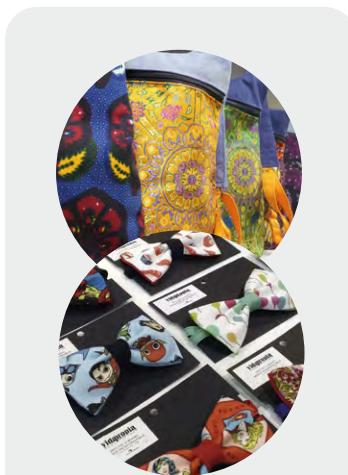
Este es el caso de **Sandra y Mónica, dos jóvenes originarias del palentino pueblo de Guardo**, ubicado en la Montaña Palentina. Tras finalizar sus estudios de Publicidad y Comunicación, y de Enfermería, respectivamente, decidieron retornar a sus orígenes, “buscábamos una forma de poder quedarnos a vivir aquí, en nuestra zona”.

Lo que empezó como un trabajo en la zapatería familiar, se convirtió poco a poco en la ilusión de estas dos jóvenes bajo el nombre de VIDAPROPIA. “No estábamos de acuerdo con tener que hacer grandes pedidos a marcas en las que toda la ropa y zapatos fuesen iguales”, explican a MÁS TRIBUNA.

Fue entonces cuando decidieron comenzar a personalizar pequeñas cosas. Su objetivo era **“ofrecer a la gente algo único acorde con lo que necesitaban y con su personalidad”**. Poco a poco, fueron adentrándose en el mundo de la moda sostenible, acudiendo incluso al Museo del Traje de Madrid para formarse en jornadas específicas.

Pero, ¿por qué ese nombre? Lo tienen muy claro: “la ropa que nosotras hacemos va a acompañar a esa persona a diferentes eventos o acontecimientos de su vida, y va a tener... su vida propia”.

Este tipo de iniciativa no siempre es fácil de llevar a cabo, sobre todo en zonas rurales donde la población quizá no está acostumbrada. Sandra y Mónica nos cuentan como en un inicio la gente preguntaba y le parecía raro o diferente. Con el tiempo, se fueron haciendo un hueco en la sociedad



VIDAPROPIA OFRECE UNA SEGUNDA VIDA A AQUELLOS TEJIDOS O PRENDAS QUE LA GENTE YA NO UTILIZA CREANDO SUS DISEÑOS DE BOLSOS O ACCESORIOS HECHOS A MANO. *Los vecinos de este pueblo y comarca palentina han acogido esta idea, “saben que están reduciendo residuos y por otro lado están ayudando a un negocio que repercute directamente en su comunidad”, cuentan.*



VIDAPROPIA ES MUCHO MÁS QUE UNA TIENDA DE ROPA DE DOS JÓVENES RURALES EMPRENDEDORAS, *es un proyecto como ellas lo definen con “las personas, el medio ambiente y la comunidad donde vivimos”. Orgullosas, explican a MÁS TRIBUNA que para ellas es algo indivisible el hecho de tener un negocio en un pueblo y el pertenecer de forma activa a ese entorno.*

guardarse y “nos inundan con bolsas, la gente viene con su bolsita con limpieza de fin de temporada”, cuentan.

Es por ello, que participan además con diferentes asociaciones de la zona, como la de empresarios de Guardo, con quienes tratan de buscar mejoras en el tejido empresarial de la zona, o la asociación feminista de la Montaña Palentina ‘Tejiendo cambios para la igualdad’.

Sandra y Mónica son muy conscientes de la realidad de la Montaña Palentina, una zona cuyo empleo durante siglos ha estado liderado por la minería, la construcción o el campo, unos sectores en su gran mayoría dirigidos a los hombres. “Tenemos que participar en este tipo de proyectos feministas porque somos mujeres en el mundo rural y ganándonos la vida”.

No fue fácil conseguir sacar a delante este proyecto, abrir las puertas de un negocio en un lugar en el que no mucha gente pasea por delante de tu escaparate no está hecho para los cobardes. Por ello, **han tenido que realizar un trabajo muy grande de redes sociales, acudir a eventos, “participar en otras cosas para que te conozcan y poder tener un volumen de trabajo que te permita vivir”**.

Un proyecto que une más allá de la pasión por la moda reutilizable de dos jóvenes, sino también el compromiso con una comunidad que cada vez ve como más y más de sus vecinos emigran. Mónica y Sandra **hacen lo posible para mantener a esta población unida con la elaboración de talleres, charlas o eventos educativos que atraen a mucha gente de fuera de la localidad.**

Si algo tenían claro de su ropa es que “cada persona necesita algo único, todos los artículos tienen vida propia dependiendo de quién los vaya a utilizar después, creamos cosas específicas y únicas”.



ENTREVISTA A ESTEFANIA LUYK
EXMODELO Y EMPRESARIA ESPAÑOLA

De Milán y Nueva York a Valladolid: la top que cambió las pasarelas por una familia vallisoletana

Estefanía Luyk sigue dedicándose al mundo de la moda pero ahora detrás de las cámaras en una faceta que le “encanta” y que compagina con su vida personal en Castilla y León

Si pensamos en la época dorada de los modelos, indiscutiblemente, pensamos en la década de los años noventa. Y si se nos vienen nombres a la cabeza puede que, en la esfera internacional, sean Naomi Campbell o Claudia Schiffer pero el talento patrio también llegó muy lejos en una época donde la belleza femenina estaba en auge y España exportó a grandes profesionales como Laura Ponte, Ester Cañadas o Nieves Álvarez.

**TEXTO: MIGUEL FERNÁNDEZ
FOTOS: SERGIO BORJA**



La exmodelo Estefanía Luyk, hija del famoso baloncestista Clifford Luyk y de la Miss Europa Paquita Torres, es uno de los grandes iconos de un tiempo en el que el espectro mediático consideraba a las modelos casi superestrellas.

Una larga y exitosa carrera profesional que comenzó de muy joven y que se ha mantenido hasta la actualidad, aunque la vallisoletana de adopción ha pasado de estar ante las cámaras como modelo a estar detrás con **su propia agencia de organizadores de eventos.**

Pasarelas internacionales se convirtieron durante algunos años en la zona de confort de quien era musa



de muchas de las firmas de moda internacionales más destacadas del mundo pero que hace 18 años dejó atrás para mudarse y formar una familia con el que dice que es "el amor de su vida".

Ahora, **a sus 47 años, mira al pasado "sin nostalgia ninguna"** y analiza una industria de la que formó parte y que ahora "está cambiando mucho" hacia la inclusión.

¿Cómo es vivir en un lugar como Valladolid, siendo una persona que ha viajado de capital en capital por todo el mundo?

Es una ciudad que me gusta mucho, sobre todo por su tranquilidad. Estoy empadronada en Valladolid, aunque

viajo semanalmente a Madrid por trabajo. Tengo mi empresa de eventos y su sede está aquí, en Castilla y León, pero trabajamos por toda España.

¿Qué le enamoró de Valladolid?

Me enamoré de mi marido, que es vallisoletano, pero luego lo hice de la ciudad. Es un lugar con monumentos preciosos, con gente maravillosa y con una gastronomía exquisita. Lo único que me falta es el mar. Soy muy acuática y necesito tenerlo cerca, y Valladolid ahí flojea.

Con 14 años comencé a trabajar en Nueva York y con solo 16 me mudé a Milán porque no paraba de tener contratos allí. He viajado por todo el mundo sin parar.

Es la única pega que le pongo al lugar que ahora considero mi casa.

¿Cómo fue el cambio de dedicarse al mundo de la moda a hacerlo al de los eventos con su propia empresa?

Fue muy natural. Antes estaba ante las cámaras y ahora estoy detrás. **Me encanta la producción. Siempre he sido muy relaciones públicas.** Me encantaba ayudar en la producción a mis compañeros de la industria de la moda y, poco a poco, lo fui convirtiendo en mi día a día. Al haberlo vivido desde el otro lado, tengo más perspectiva ahora. Trato a las modelos como me gustaba que me trataran a mí.

¿Nostalgia de su época como modelo?

Ver a otras disfrutar de las pasarelas no me da ninguna envidia. Estuve décadas haciéndolo y, durante un tiempo, fue mi pasión. Ahora, enseño a desfilarse a algunas de mis modelos y cuando las veo pienso "no me meto yo ahí, ni loca". Me encanta mi trabajo de ahora, no lo cambiaría por nada.

¿Qué recuerdos guarda del mundo de las pasarelas?

Tuve mucha suerte. **Con 14 años comencé a trabajar en Nueva York y con solo 16 me mudé a Milán** porque no paraba de tener contratos allí. He viajado por todo el mundo sin parar. De Londres a París o de Australia a Japón. Había mañanas en las que me despertaba y no sabía en qué parte del mundo estaba.

¿Qué era lo mejor de su profesión?

A mí me encantaba viajar. Estoy muy agradecida de haber vivido todas esas experiencias y de poder hablar tantos idiomas. He conocido a mucha gente de la industria por todo el mundo y, al echar la vista atrás, me siento muy afortunada.

Además de suerte, imagino que hay mucho trabajo detrás, ¿no es cierto?

Muchísimo trabajo. **Muchas horas y mucho sacrificio. Ser modelo requiere dejar al lado a tu pareja o tu familia y pensar mucho en el trabajo.** Cuando yo me dedicaba a ello la profesión se podía alargar hasta los 30 años, como si fuésemos futbolistas.

Una de sus hijas quiere dedicarse al mundo de la moda, ¿cómo se recibe en casa que quiera seguir sus pasos?

Cumple 18 años en noviembre y se va a estudiar Comunicación y Gestión de Empresas de Moda a Madrid. Siempre hemos insistido a nuestros hijos a que estudien y se formen para dedicarse a lo que más les gusta con cierta formación como base.

Abuela miss, madre modelo e hija que quiere dedicarse a la industria de la moda, ¿son ya una saga del sector?

“Hay que dar voz al talento que tenemos cerca y utilizar el foco que podemos tener cada uno para ensalzar la Denominación de Origen.”



“Tenemos una tierra con muchísimo talento. Grandes diseñadores, buenos productos y muchas oportunidades.”

Estamos felices de que haga lo que le gusta. Ha comenzado con algunos trabajos como modelos y nosotras le aconsejamos mucho sobre este mundo tan complicado como apasionante.

¿Cómo ve el sector de la moda en Castilla y León en la actualidad?

Tenemos una tierra con muchísimo talento. Grandes diseñadores, buenos productos y muchas oportunidades. La Comunidad va, poco a poco, dándole su sitio a este sector. **Tenemos a gente increíble como Baro Lucas o Fely Campo que se han hecho un nombre más allá de Castilla y León.**

Asistió a la Gala de la Academia de la Moda junto a la diseñadora salmantina Fely Campo con uno de

sus diseños, ¿qué tiene de especial su firma?

Llevamos trabajando juntas mucho tiempo. He organizado algunos de sus desfiles y también catálogos. **Como diseñadora es un ‘10’, confecciona como nadie y utiliza materiales muy especiales.** Suelo elegirla para muchos de mis eventos porque adoro su marca y la adoro a ella.

¿Le gusta ser embajadora de Castilla y León?

Por supuesto. Hay que dar voz al talento que tenemos cerca y utilizar el foco que podemos tener cada uno para ensalzar la Denominación de Origen.

Ha estado ligada a la Gala del Comercio de Castilla y León o a la Pasarela Castilla y León, ¿por qué es importante que la Comunidad tenga este tipo de eventos?

Debemos darle un nombre a esta tierra. Sigo trabajando activamente y siempre que haga falta lo haré. Mi profesión abarca muchos ámbitos y es un placer formar parte de iniciativas tan bonitas que ensalzan Castilla y León.

¿Cómo ve la reciente inclusión que se está dando en el modelaje con personas transgénero, mujeres de más edad o de tallas grandes?

Siempre he pensado que debía darse esa inclusión. Hemos observado toda la vida en pasarelas a chicas desde los 17 hasta los 30 y por fin vemos otro tipo de cuerpos y de rostros que también son moda. **Me parece fenomenal.** Hay un gran sector de la sociedad que no se sentía identificado con la moda por los representantes que había sobre la pasarela. Con esto vamos a llegar a más público y eso es muy positivo. Estamos ante un momento importante.

*“El agua es la fuerza motriz
de toda la naturaleza.” -Leonardo Da Vinci.*

**En Aquona, gestionamos este recurso
para impulsar la transición ecológica
en Castilla y León y asegurar un futuro
sostenible a todos sus habitantes.**

CEOE
Castilla y León

NOS
IMPULSA


Junta de
Castilla y León

U N I E N D O

MODA

CASTILLA Y LEÓN

 @uniendomoda_cyl

 @uniendomoda_cyl

 CEOE Castilla y León

 Uniendo Moda Cyl

#UniendoModaCyl

modacyl@modacyl.es