

LE LIVRE JAUNE

EL LIBRO AMARILLO

Guía de estilo Totalmente Palacio

OTOÑO 26

*El
Palacio de Hierro*

SOY TOTALMENTE PALACIO

ELPALACIODEHIERRO.COM



LE LIVRE JAUNE

EL LIBRO AMARILLO

Guía de estilo Totalmente Palacio

OTOÑO 26

*El
Palacio de Hierro*

SOY TOTALMENTE PALACIO

ELPALACIODEHIERRO.COM

ZEGNA



Su Misura



Cartier

CAMELOT BAG

CH
CAROLINA HERRERA



Dior





PANDÖRA



TINI X PANDÖRA

PURIFICACION GARCIA

ACCESORIOS | HOMBRE | MUJER



BULOVA

LEGENDARY SINCE 1875



LUNAR PILOT
BLACK HOLE
EDICIÓN LIMITADA

PRESIONA Y DESCUBRE

DUA LIPA FOR NESPRESSO



NESPRESSO

WHAT ELSE?

NUEVA VERTUO UP

CAFÉ CALIENTE & FRÍO



NESPRESSO

WHAT ELSE?



ATTESA
F950 LIGHT IN DARK SUPER TITANIUM
LOGRANDO LO IMPOSSIBILE

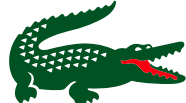
CITIZEN



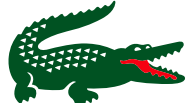
A fashion advertisement for Epsilon. A woman with long brown hair is seated in a modern chair with a yellow cushion and chrome frame. She is wearing a brown suede jacket with fringe details over a white lace dress. She is looking towards the camera with her hand resting on her head. A man is lying on the floor next to her, wearing a white lace cardigan over a cream turtleneck and dark jeans. He is looking towards the camera. The floor has a red and white checkered pattern. The background is a large glass wall with a view of greenery outside.

EPSILON



LACOSTE 



LACOSTE 

SAMSUNG

**Nueva
Bespoke AI Laundry Combo™**

Capacidad, velocidad e inteligencia.
Tecnología que trabaja para ti.



El Palacio de Hierro®



30
CHESTER & PECK

DE VENTA EXCLUSIVA EN EL PALACIO DE HIERRO
ELPALACIODEHIERRO.COM

 CHESTERANDPECK
 CHESTERANDPECK

EL PALACIO DE HIERRO

WERNER HIRSCHI

Director de relaciones con clientes

RAFAEL ARROYO

Director de marketing

SOFÍA FÉLIX

Directora de Marca Palacio: creatividad y contenidos, investigación de mercado, oficina de moda

ANGÉLICA RAMÍREZ

Gerente de contenido

GERARDO ISLAS

Gerente de estilismo

ELI GONZÁLEZ

Gerente de tendencias y moda

VALENTINA CUÉLLAR

Coordinadora Sr. de tendencias

GEORGINA RIVERA

Gerente de contenido digital

CINDY OCAMPO

Logística y estilismo

CELINA RODRÍGUEZ, JORDANA MOISÉS,

PAOLA BÁRCENAS, ROSA BÁRCENAS y

SANDRA MARTÍNEZ

Asistentes de estilismo

ALBERTO HERNÁNDEZ, ELISEO TREJO,

JUAN PEÑALOZA y MARISELA ALMAGUER

Operación de Moda Palacio

EYELY MUÑOZ

Gerente de comercialización

LUIS BERDÓN

Gerente de ventas

SOFÍA COBO

Coordinadora operativa

MARÍA DEL CARMEN RODRÍGUEZ

e ISABEL GARCÍA

Ejecutivas de ventas



Concepto, dirección editorial y coordinación general
PLAN B

ALONSO ESCUDERO

Editor y director creativo

ANA LAURA SOLÓRZANO

Coordinadora editorial

LORENA TORRES

Diseño editorial

ROBERTO NÚÑEZ

Director de operaciones

SEBASTIÁN MENDOZA

Corrector de estilo

PAULO PORTILLA

Retoque digital

Producción

ESTUDIO VEREDA

JOVANNA VILLASEÑOR y ARIANA PÉREZ

Productoras ejecutivas

ARELI ZETINA

Gerente de producción

ALONSO ARROYO y MAFER ZETINA

Asistentes de producción

CARMEN CORONADO y JESSICA VILLASEÑOR

Coordinadoras de producción

PORTADA ELLA

Cuello de *fur*, suéter y camisa ›

CHESTER & PECK

Pantalón › **BALMAIN**

Zapatos › **DHIERRO**

Aretes y anillos › **HSTERN**

PORTADA ÉL

Abrigo › **CHESTER & PECK**

Suéter › **AMI**

Pantalón › **JACQUEMUS**

Anillo › **TTEN**



Sigue este [link](#) para conocer la versión digital interactiva de esta edición de *El Libro Amarillo*, que contiene material inédito.

EL LIBRO AMARILLO. GUÍA DE ESTILO TOTALMENTE PALACIO, Año 2026, No. 28. Periodo de la edición: Otoño 2026. Publicación semestral, editada por EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V., con domicilio en Moliere No. 222, Piso 3, Colonia Polanco 2a Sección, C.P. 11550, Ciudad de México. Teléfono 5229 5400. Editor responsable: Alonso Escudero Mendoza. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2011-080911224000-102, Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15784 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Impresa y Distribuida por Servicios Profesionales de Impresión, S.A de C.V., con domicilio en Mimosas No. 31, Colonia Santa María Insurgentes, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06430, Ciudad de México. Este número se terminó de imprimir en julio de 2026 con un tiraje de 50,000 ejemplares. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura de la editorial. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación, sin previa autorización por escrito del editor.

MaxMara



Hay amigos que pasan pronto al olvido. Otros desaparecen ante la primera dificultad o la primera diferencia. Y hay amistades extraordinarias que nos transforman para siempre, relaciones destinadas a perdurar toda la vida.

Esta edición especial de *El Libro Amarillo, La Guía de Estilo Totalmente Palacio*, celebra una de ellas: la historia de dos países hermanos que se acompañan, se enriquecen y se inspiran mutuamente. La historia de dos culturas milenarias que, aunque distintas entre sí, nunca han dejado de mirarse con curiosidad para descubrir, una en la otra, lo mejor de sí mismas.

Nos referimos, por supuesto, a la conmemoración de dos siglos de amistad entre México y Francia. Entre Francia y México. Dos naciones unidas por el respeto mutuo y la admiración por aquello que las hace diferentes, porque saben que es precisamente esa diversidad la que las vuelve únicas y fascinantes. Pero también por una profunda afinidad: su pasión compartida por el *Arte de Vivir*.

Te invitamos a recorrer esta carta de amor a Francia, en forma de revista, preparada con esmero durante los últimos meses para rendir homenaje a un país que ha sido, para México —y para El Palacio de Hierro— un amigo excepcional. Estas páginas celebran su gastronomía, su gente, su diseño, su moda, sus vinos, su arquitectura y sus paisajes, pero también el afecto y la admiración que Francia ha cultivado por nuestra gastronomía, nuestra gente, nuestro diseño, nuestra moda, nuestros vinos y nuestros paisajes.

¡Viva Francia! ¡Vive le Mexique! Totalement.



¡Hola!
O, mejor dicho:
¡Oh là là!



Pomellato

MILANO 1967

ICONICA COLLECTION

EL PALACIO DE HIERRO
GUADALAJARA • MONTERREY • PERISUR • POLANCO • SANTA FE

LOS RIVAS MERCADO

Más que una familia, los Rivas Mercado fueron protagonistas de una época marcada por la modernidad y la efervescencia cultural. Entre las paredes de su casa se cruzaron la arquitectura, la literatura, la música y el pensamiento, dando forma a un legado que continúa inspirando a quienes estudian su vida y obra; o visitan el sitio donde pasaron sus mejores días.

Este es un homenaje *Totalmente Palacio* a su sensibilidad, imaginación y enorme amor por México.

*“Una ciudad es como una gran casa,
una casa como una pequeña ciudad”.*
—León Battista

Fotografía › David Suárez
Styling › Gerardo Islas
Modelos › Ana Souza, Cristina Piccone,
Diane P. Estevez, John Jamieson
y Simón Pennella
Arte › Rocío Berganza
Fotografía producto › Pablo Morales
Maquillaje › Stephanie Sznicer
Peinado › Alejandro Iñíguez
Manicure › Eréndira Rizo

Él
Sobrecamisa, saco, polos y pantalón ›
CHESTER & PECK
Zapatos › CHRISTIAN LOUBOUTIN

Ella
Abrigo › EPSILON
Saco, chaleco y pantalón › DHIERRO
Top › RAQUEL OROZCO
Guantes › CHESTER & PECK
Zapatos › VALENTINO
Aretes › SWAROVSKI





*El diseño del jardín se
inspiró en la sensibilidad
romántica del siglo XIX.*

Página anterior
Capa y vestido › **PURIFICACION GARCIA**
Aretes, collar y anillo › **HSTERN**
Zapatos › **JIMMY CHOO**

*Las puertas de madera
evocan la maestría artesanal
y la elegancia característica
del Porfiriato.*



Saco › **CHESTER & PECK**
Camisa › **DHIERRO**
Falda › **RAQUEL OROZCO**
Zapatos › **AMINA MUADDI**
Aretes › **SWAROVSKI**



*Los mosaicos ingleses
crean un gran tapete de
inspiración europea que
distingue este espacio.*

Página anterior
Abrigo › RAQUEL OROZCO
Blusa y falda › DHIERRO
Botas › CHRISTIAN LOUBOUTIN



*Las bay windows,
o ventanas mirador,
ofrecen una vista
privilegiada hacia
el jardín.*

Saco, suéter y pantalón › CHESTER & PECK
T-shirt › MCQUEEN
Pañuelo › BIMBA & LOLA
Botas › CHRISTIAN LOUBOUTIN

Abrigo › CHESTER & PECK
Suéter › AMI
Pantalón › JACQUEMUS
Anillo › TTEN

*La Hovenia, árbol
originario de Asia, es un
silencioso testigo de la
historia de la casa.*

Página siguiente
Chamarra › DHIERRO
Blusa › ROBERTO VERINO
Shorts › ISABEL MARANT
Zapatos › VICTORIA BECKHAM



*La galería principal
anticipa la majestuosidad
y el carácter refinado
de la casa.*



*La fachada lateral
comunicaba directamente
con el despacho de Antonio
Rivas Mercado.*



Página anterior
Abrigo › **FABIANA FILIPPI**
Chaleco y falda › **JAZMIN CHEBAR**
Camisa › **ETRO**
Bolso › **FERRAGAMO**
Anillos › **SWAROVSKI**
Zapatos › **ROGER VIVIER**

Sobrecamisa, saco,
polos y pantalón ›
CHESTER & PECK
Zapatos ›
CHRISTIAN LOUBOUTIN
Anillo › **TANE**

*Más que un árbol más, un
testigo vivo de la memoria de
toda una época en México.*



La cornisa, los mosaicos de porcelana francesa y la herrería de hierro forjado convierten este balcón en una auténtica ventana al pasado.

La escalinata es una pieza excepcional: reúne nueve tipos de cantera procedentes de distintas regiones del país.



Página anterior
Él
Saco y pantalón › ADOLFO DOMINGUEZ
Suéter y guantes › CHESTER & PECK
Cinturón › POLO RALPH LAUREN
Botas › LOEWE

Ella
Chamarra y falda › BURBERRY
Top › PUCCI
Botas › JIMMY CHOO
Aretes › SWAROVSKI

Saco › MIRTO
Polo y zapatos › VICTORIA BECKHAM
Falda › ULLA JOHNSON
Guantes › CHESTER & PECK
Collar › HSTERN

Abrigo › MAX MARA
Vestido › DHIERRO
Zapatos › AMINA MUADDI
Bolso › ADOLFO DOMINGUEZ
Aretes › ARISTOCRAZY



Cuello de *fur*, suéter y camisa ›
CHESTER & PECK
Pantalón › BALMAIN
Zapatos › DHIERRO
Aretes y anillos › HSTERN
Correa de perro › KOKOLET



Él
Suéter › CHESTER & PECK
Chamarra, chaleco y pantalón ›
BURBERRY
Zapatos › LOEWE
Collar › TTEN
Anillo › BVLGARI



Ella
Chamarra › JACQUEMUS
Vestido › BALMAIN
Zapatos › VICTORIA BECKHAM
Aretes y anillo › SWAROVSKI

Saco › CHESTER & PECK
Blusa › LA DOUBLEJ
Suéter › DHIERRO
Pantalón › MIRTO
Zapatos › ROGER VIVIER
Anillo › HSTERN





La galería fue concebida como el corazón de la vida cotidiana de la familia.



La cantera tallada pone de manifiesto la excelencia y la precisión del trabajo artesanal realizado durante el Porfiriato.

Saco y pantalón › EPSILON
Camisa › AMI
Chaleco › CHESTER & PECK
Zapatos › CHRISTIAN LOUBOUTIN

Página anterior
Izquierda
Chamarra › JAZMIN CHEBAR
Blusa › DHIERRO
Falda › ADOLFO DOMINGUEZ
Collar y anillo › TANE
Botas › COURRÈGES

Derecha
Mascada › LA DOUBLEJ
Saco › DHIERRO
Blusa › ROBERTO VERINO
Falda › MIRTO
Aretes y anillo › TANE
Botas › COURRÈGES

LOLA CASADEMUNT



MAX MARA



Bolso › FERRAGAMO
Tenis › LOEWE



MONTBLANC



Abrigo corto › STELLA MCCARTNEY
Camisa › LOEWE
Falda › PUCCI
Zapatos › DHIERRO
Aretes › SWAROVSKI
Anillo › UNODE50

*En este jardín transcurrió
la infancia de Antonieta
Rivas Mercado.*

Suéter, camisa, corbata y pantalón ›
EPSILON
Cinturón › ADOLFO DOMINGUEZ
Anillo › UNODE50
Tenis › RAG & BONE



Página siguiente
Abrigo › LOLA CASADEMUNT
Camisa › AMI
Pantalón › VICTORIA BECKHAM
Bolso › DHIERRO
Zapatos › ALEVÍ
Aretes › ARISTOCRAZY
Medallón y anillo › PANDORA

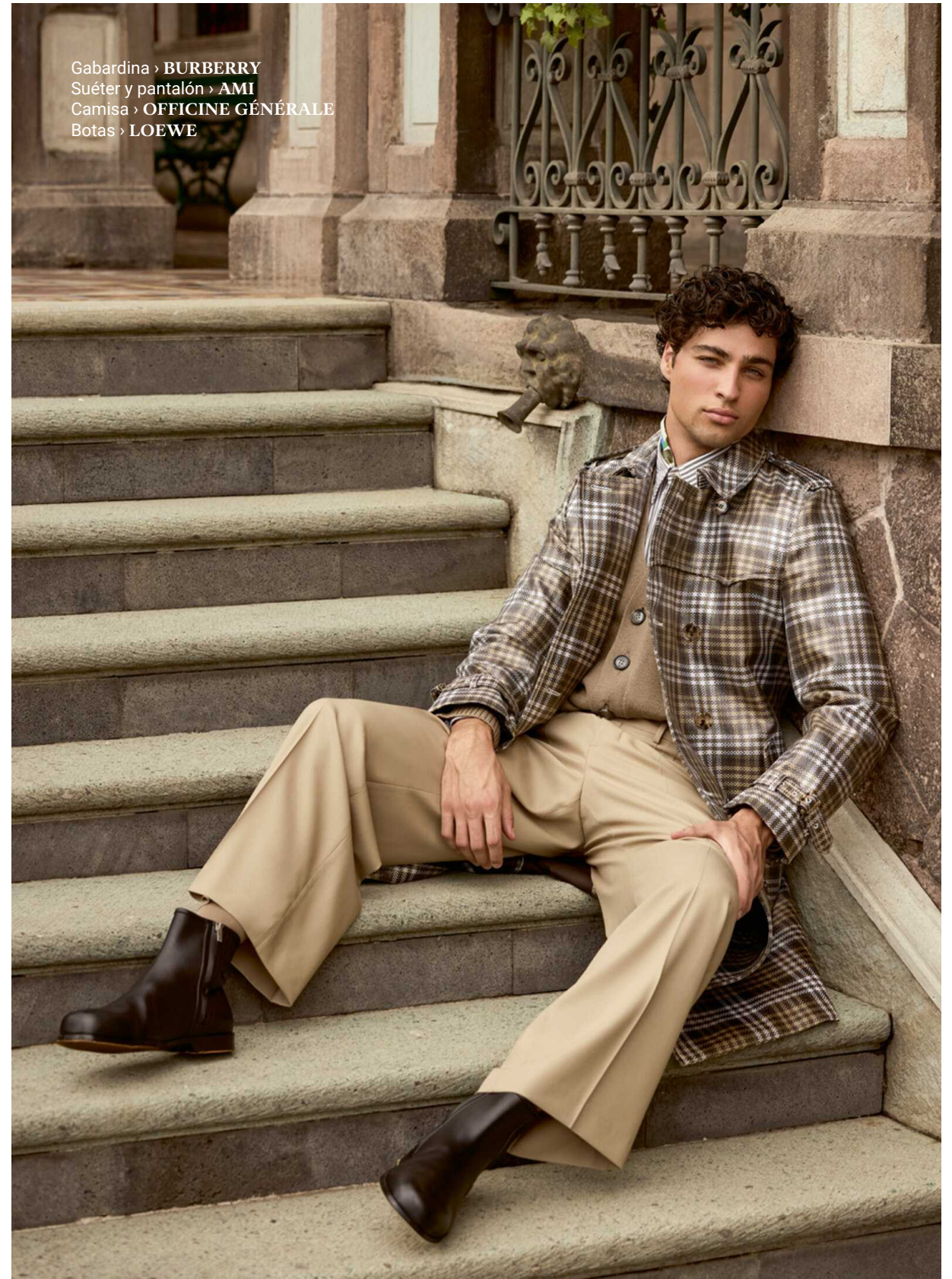
*Mientras la planta baja
acogía la vida social y el piso
superior las habitaciones
familiares, el sótano
resguardaba la cava de vinos
y champña francesa.*





Abrigo › **ROBERTO VERINO**
Vestido › **VICTORIA BECKHAM**
Aretes y anillo › **ARISTOCRAZY**
Zapatos › **ALEVÍ**

La cantera, el encino y los mosaicos convierten la galería en uno de los espacios más emblemáticos de la residencia.



Gabardina › **BURBERRY**
Suéter y pantalón › **AMI**
Camisa › **OFFICINE GÉNÉRALE**
Botas › **LOEWE**

Izquierda
Saco › EPSILON
Camisa y pantalón ›
DRÔLE DE MONSIEUR
T-shirt › ADOLFO DOMINGUEZ
Foulard y zapatos ›
CHESTER & PECK
Anillo › TTEN

Derecha
Saco, suéter y pantalón ›
CHESTER & PECK
T-shirt › MCQUEEN
Pañuelo › BIMBA & LOLA
Botas ›
CHRISTIAN LOUBOUTIN



Precios en tienda. elpalaciodehierro.com  MI PALACIO APP

*La escalera de encino destaca
por sus motivos ornamentales,
inspirados en el diseño de los
mosaicos que decoran la casa.*



*Cada rincón del jardín
conserva la memoria
de quienes habitaron
esta residencia.*

Saco y pantalón › BOSS BY BECKHAM
Suéter › AMI
Pañuelo y guantes › CHESTER & PECK
Cinturón › LONGCHAMP
Botas › LOEWE

UN PERIPLO EN EL TIEMPO

En medio del bullicio y el trajín de la Colonia Guerrero de la Ciudad de México, la Casa Rivas Mercado (casarivasmercado.com) conserva el recuerdo de una vida con otro ritmo, más pausado. Ahí entrevistamos a Ana Lilia Cepeda, quien se ha dedicado los últimos 25 años de su vida a la restauración de edificios históricos y a la escritura.

Por
**Claudia
Morales
Cueto**

Ana Lilia, tu vida profesional y tu oficio de escritora te han convertido en una viajera en el tiempo, por eso, en ocasión de los 200 años de las relaciones diplomáticas entre México y Francia, queremos entrevistarte para conocer más acerca de la Casa Rivas Mercado y la influencia de la cultura francesa en México.

La Casa Rivas Mercado es uno de los mejores ejemplos de esta relación entre México y Francia. Es un excelente exponente de este gran vínculo que existe.

¿Cómo fue que la casa Rivas Mercado llegó a tu vida?

Por un libro, porque yo conocí a Catherine Blair, a partir de su novela *A la sombra del ángel*. Ella fue la nuera de Antonieta Rivas Mercado, la hija del gran arquitecto Antonio Rivas Mercado, quien es quien proyectó la casa en la que nos encontramos. Me fue a ver porque unos jóvenes de la colonia (Guerrero) habían leído su libro, en el que hace mención de esta casa. Ellos le hicieron saber que el edificio estaba en riesgo de demolición. Catherine Blair me buscó porque yo he estado vinculada a la restauración durante los últimos 25 años. Al conocerla, se generó una alianza, una complicidad, y nos dimos a la tarea de recuperar esta casa. Por ella conocí al hijo de Antonieta, Donald Blair; fue muy conmovedor. A partir de ese encuentro nos dimos a la tarea de buscar recursos para salvar la propiedad. Nos tardamos 18 años, ¡pero lo logramos!

La casa estuvo muchos años en riesgo de demolición. Que ahora podamos visitarla es casi un milagro.

Algunos han viajado por el mundo, pero otras personas, como **Ana Lilia Cepeda**, tienen el don de viajar en el tiempo.

¿Qué representa La Casa Rivas Mercado y por qué era importante evitar que desapareciera?

Pues mira, primero porque tiene un valor arquitectónico muy importante. Es una construcción ecléctica que es una síntesis de la relación entre México y Francia, porque es de la época del porfiriato; su construcción se inició en 1900. Es un reflejo de cómo vivían las élites en esa época. La distribución de la casa muestra la influencia de la arquitectura francesa, con una división muy clara entre los espacios privados, los espacios sociales de la casa y las áreas de servicio. Visitarla es un viaje en el tiempo. Desde que tú entras y cruzas el umbral de la puerta, te transportas a finales del siglo XIX o principios del XX. Esta casa ha sido testigo del porfiriato, la revolución y la construcción del México moderno.

En tu libro *La casa Rivas Mercado, una historia detrás de la historia* cuentas que el arquitecto Antonio Rivas Mercado era hijo de un comerciante de Nayarit y me llama la atención que toda su educación profesional fue en Francia. ¿Cómo se dio esto? Sí, de muy niño lo mandan primero a Inglaterra para su educación básica. Después, en la preparatoria, se va a Burdeos y él se fascina con Francia. Posteriormente se traslada a París y ahí estudia arquitectura e ingeniería. Francia era el faro cultural e intelectual de esa época y ahí se formó profesionalmente. Digamos que su patria intelectual fue Francia, pero fue también un gran mexicano. Tal vez haber estudiado en Europa le abrió mayores posibilidades de reintegración, ya que Porfirio Díaz tenía un gran interés por modernizar México y el mejor ejemplo de lo moderno era París.

Es sabido que el arquitecto Rivas Mercado diseñó y se encargó de la construcción

Fotografía ›
Víctor Benítez



de la Columna de la Independencia, un monumento que representa a todos los mexicanos. Hubo un concurso para construir un monumento conmemorativo en torno a los 100 años de la independencia de México. Aunque fue cuestionado, lo ganó finalmente el arquitecto Rivas Mercado, quien se inspiró en la *Victoria de Samotracia* (una de las esculturas maestras de la época helenística griega y que representa a la diosa alada de la victoria), que fue descubierta a finales del siglo XIX y se había llevado al museo de Louvre.

¿Qué otras obras del arquitecto Rivas Mercado pueden visitarse actualmente? Él diseñó la casa que ahora es el Museo Casa de Carranza (@museocasadecarranza). También tuvo a cargo la remodelación del Salón Morisco de Palacio Nacional, que es muy bonito y vale la pena visitarlo.

La trágica muerte de Antonieta Rivas Mercado ha empañado su legado, ¿qué nos puedes contar de ella? A quienes conocemos su historia, se nos queda en el corazón. Ella estuvo muy vinculada a Francia, pasó grandes temporadas en París. Tuvo la fortuna de tener un padre con una gran apertura y preocupado

El arquitecto Rivas Mercado también proyectó la Columna de la Independencia, mejor conocida como “El Ángel”.

porque sus hijas tuvieran educación; no nada más el varón, sino que también las mujeres estudiaran. Antonieta fue una artista y una intelectual. Estuvo a punto de ser bailarina profesional y de quedarse en París, pero sus padres decidieron que regresara a México. Ella hablaba francés perfectamente y posteriormente tradujo algunos libros. Es una figura fascinante que todavía nos falta conocer mejor. Me atrevo a decir que fue la primera mecenas mexicana, con una clara visión de apoyar la cultura y las artes. Ella apoyó de manera fundamental a Carlos Chávez para la creación de la Orquesta Sinfónica Nacional. También fue la introductora del teatro moderno a México, y junto con amigos como Salvador Novo y Xavier Villaurrutia fundaron el teatro Ulises, en el edificio de las Jerónimas, que ahora es el Claustro de Sor Juana.

¿Fue una mujer incomprensida? Ella se casó con un joven norteamericano que llegó a México en la época de la revolución, amigo de la familia Madero. Era un hombre muy conservador, pero Antonieta no era una mujer que se iba a quedar entre cuatro paredes a cuidar a su hijo. Ella tenía más mundo y, por lo mismo, comienza a tener dificultades con su marido. Cuando

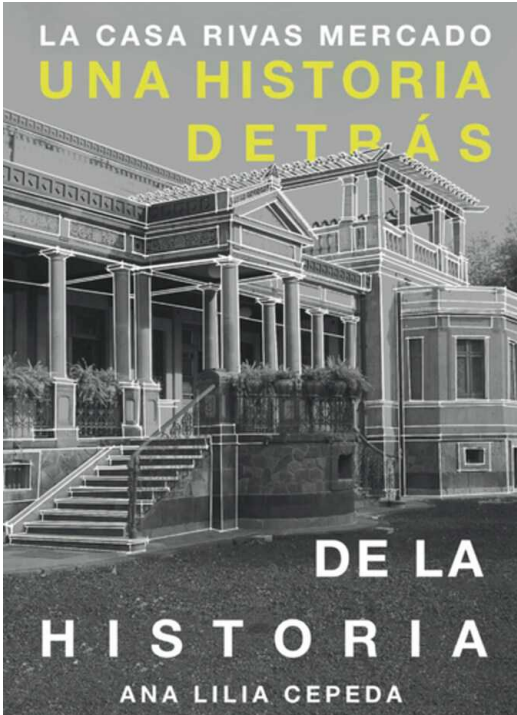
se convierte en administrador de los bienes de la familia Madero se mudan a Coahuila y le destruye todos sus libros, porque le dice: “Esto es lo que te está enfermando, esto es lo que te está llenando la cabeza de cosas”. Toma todos los libros, hace una hoguera y los quema enfrente de ella. Ella era mal vista porque dejó al marido y buscaba divorciarse de él.

Las mujeres aún no podían votar, pero ella tiene una participación política, ¿no? Ella cree en la causa de la democracia en México y se une a la campaña de Vasconcelos. Después se enamoró de él. Cuando pierden la elección, se ven amenazados y ella teme por su vida. Deciden irse a Europa y ella se adelantó, vía Nueva York. Tuvo una primera crisis nerviosa y es su amigo Federico García Lorca quien la apoya para que reciba tratamiento. Se repone y viaja a París para esperar a Vasconcelos. Pero él llega con su esposa y sus hijos y decide terminar la relación. Para Antonieta fue un golpe terrible, pues le había apostado todo: el amor, el dinero, la vida, todo... Es una mujer con muchos matices, a la que podemos recordar como artista, mecenas y una ciudadana comprometida con la democracia. Tuvo una vida muy corta, porque murió a los 31 años.

Fue en esa época que también se inauguró la primera tienda departamental en México: El Palacio de Hierro, en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

En tu novela *A donde te lleve el tiempo nos cuentas de un viaje a 1910 y una visita a El Palacio de Hierro en esa época. ¿Qué era lo que las damas porfirianas buscaban?* Los grandes almacenes o *grand magasins* cambiaron la forma de comprar. En esa época esperaban lo que venía de Francia con gran ilusión. Todo ese cargamento llegaba por Veracruz con lo último de la moda. Lo más deseado eran los guantes, los listones, el corset, los sombreros, las medias de seda, el talco para polverse, los perfumes... Todo lo que tenía que ver con el arreglo personal. Los hombres también buscaban estar a la moda, es decir, el frac, el sombrero, el bastón, los anteojos o las corbatas. La moda francesa también influyó en la decoración: las luminarias y los candiles venían de Francia, así como los muebles de madera, muchos combinados con mármol. Además, durante las celebraciones de los 100 años de la independencia en México, el menú oficial de la cena que ofreció Porfirio Díaz fue francés, se sirvieron vinos franceses y se trajeron cajas y cajas de champán para poder brindar por el centenario. Me gustaría finalizar diciendo que pocas veces nos damos cuenta del vínculo tan fuerte y tan importante que ha habido entre México y Francia, que ha sido generoso y enriquecedor para ambas partes.

Fotografías casa > Pablo Morales



Fuente: César Sánchez Fuentes. Tesis IPN

1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1847	Sauternes	CHÂTEAU D'YQUEM	Premier Cru Supérieur
1847	Sauternes	CHÂTEAU D'YQUEM	Premier Cru Supérieur
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1923	René Lacoste	POLO LACOSTE	Petit piqué
1923	René Lacoste	POLO LACOSTE	Petit piqué
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1947	Annecy, France	SALOMON	Salomon
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1921	Ernest Baux	CHANEL Nº. 5	Coco Chanel
1923	René Lacoste	POLO LACOSTE	Petit piqué
1923	René Lacoste	POLO LACOSTE	Petit piqué
1936	Abadia de Hucvillers	DOM PÉRIGNON	
1936	Abadia de Hucvillers	DOM PÉRIGNON	
1936	Abadia de Hucvillers	DOM PÉRIGNON	
1921	Lady Di	LADY DIOR	Cannage
1921	Lady Di	LADY DIOR	Cannage
1921	Lady Di	LADY DIOR	Cannage
1956	Thermo-Spot	T-FAL	Marc Grégoire
1956	Thermo-Spot	T-FAL	Marc Grégoire
1956	Thermo-Spot	T-FAL	Marc Grégoire
1925	Armand Desaglier	LE CREUSET	Octave Aubrecq
1925	Armand Desaglier	LE CREUSET	Octave Aubrecq
1925	Armand Desaglier	LE CREUSET	Octave Aubrecq
1764	Rey Luis XV	BACCARAT	Cristal de color
1764	Rey Luis XV	BACCARAT	Cristal de color
1764	Rey Luis XV	BACCARAT	Cristal de color
1917	Louis Cartier	CARTIER TANK	Cartier Tank
1917	Louis Cartier	CARTIER TANK	Cartier Tank
1917	Louis Cartier	CARTIER TANK	Cartier Tank
1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1937	Mascada Carré	HERMÈS	Robert Dumas
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1903	Dr. Perrier	PERRIER	Les Bouillens en Vergèze, Francia
1847	Sauternes	CHÂTEAU D'YQUEM	Premier Cru Supérieur
1847	Sauternes	CHÂTEAU D'YQUEM	Premier Cru Supérieur

ÍCONOS DE FRANCIA

Ilustraciones › Manuel Bueno
Por Ana Laura Solórzano



HERMÈS

Mucho antes de convertirse en una de las grandes *maisons* del lujo, Hermès abrió sus puertas en 1837 como un taller especializado en artículos ecuestres. Esa tradición artesanal permanece viva en sus legendarios *carrés* de seda, introducidos un siglo después, en 1937, y convertidos desde entonces en obras de arte portátiles que se comparten de generación en generación.



CHÂTEAU D'YQUEM

Hablar de Château d'Yquem es hablar de una de las grandes joyas de la viticultura francesa. Con más de cuatro siglos de historia, este extraordinario vino dulce ha alcanzado un prestigio incomparable gracias al delicado equilibrio entre frescura, complejidad y longevidad. Elaborado en Burdeos, es el único clasificado como *Premier Cru Supérieur*.



PERRIER

Con sus intensas burbujas y su inconfundible botella de un profundo verde esmeralda, Perrier elevó el agua mineral con gas a la categoría de ícono. Extraída del manantial de Vergèze, al sur de Francia, desde 1863, su personalidad efervescente conquistó tanto las mesas más sofisticadas como el mundo del arte gracias a colaboraciones con figuras como Andy Warhol y Salvador Dalí.

Del misticismo de los viñedos a la audacia de la moda y del universo de los aromas al de los deportes, Francia ha dejado una huella imborrable en la cultura, el diseño y el arte de vivir.



CHANEL N° 5

Son muy pocas las creaciones que representan mejor el *savoir-faire* francés que Chanel N° 5, la fragancia que dio origen al concepto de perfume moderno. Concebido en 1921 por “Coco” Chanel junto con el perfumista Ernest Beaux, revolucionó la perfumería al combinar flores con aldehídos sintéticos, dando vida a una fragancia completamente original. Desde entonces, su elegancia atemporal ha seducido a mujeres como Marilyn Monroe y sigue siendo el perfume con el que todas las demás fragancias inevitablemente se comparan.



DOM PÉRIGNON

Más allá de la leyenda del monje benedictino del siglo XVII, a quien se atribuye la célebre frase “*Estoy bebiendo estrellas*” tras probar por primera vez el *champagne*, Dom Pérignon representa una de las expresiones más refinadas del *champagne* de añada, elaborado únicamente con uvas de una misma cosecha. La marca moderna comenzó a consolidarse en 1936 y, desde entonces, ha construido un prestigio sustentado en cosechas excepcionales y una búsqueda incesante de la perfección.



POLO LACOSTE

Antes de convertirse en una prenda indispensable del guardarropa contemporáneo, el polo Lacoste transformó la manera de vestir dentro y fuera de las canchas, liberando al hombre del rígido código del traje. Creado en 1933 por René Lacoste, introdujo el algodón *petit piqué*, que ofrecía una libertad de movimiento inédita. El pequeño cocodrilo bordado en el pecho, inspirado en el célebre apodo del tenista francés, terminó por convertirse en uno de los logotipos más reconocibles y queridos del mundo.



BACCARAT

Desde 1764, Baccarat ha transformado el cristal de lujo en una auténtica expresión artística y del lujo refinado. Fundada bajo el reinado de Luis XV, la *maison* ha perfeccionado durante más de dos siglos y medio un extraordinario legado artesanal que hoy dialoga con algunos de los diseñadores contemporáneos más influyentes del mundo para crear piezas destinadas a convertirse en objetos de colección, como la famosa fragancia Baccarat Rouge 540 de Maison Francis Kurkdjian.

CLAUDIA ÁLVAREZ

SIMORRA



LE CREUSET

El color también puede revolucionar una cocina. Así lo demostró Le Creuset desde 1925, cuando un experto en fundición y un especialista en esmalado unieron su talento para crear utensilios de hierro colado con una resistencia excepcional. Hasta entonces, incorporar color a una olla era considerado un gesto puramente decorativo. Su inconfundible tono volcánico, inspirado en el hierro al rojo vivo, continúa siendo el sello distintivo de una firma que ha acompañado a generaciones de cocineros.



CARTIER TANK

Inspirado en la silueta de los tanques de combate de la Primera Guerra Mundial, el Cartier Tank debutó en 1919 para redefinir el diseño relojero, demostrando que un símbolo de elegancia podría estar inspirado en una máquina de guerra. La pureza de sus líneas, sus proporciones perfectas y su elegancia discreta conquistaron a coleccionistas, artistas y miembros de la realeza, convirtiéndolo en uno de los guardatiempos más influyentes del siglo XX con un diseño tan vigente hoy como hace más de un siglo.



LADY DIOR

Algunos objetos nacen para convertirse en leyenda. Así ocurrió con el Lady Dior cuando, en 1995, Bernadette Chirac, entonces primera dama de Francia, lo obsequió a Diana, princesa de Gales, durante una visita oficial a París. La fascinación de Lady Di por el bolso –conocido originalmente como *Chouchou*– fue tal que la *maison* decidió rebautizarlo en su honor. Aún hoy continúa siendo uno de los grandes símbolos de la elegancia parisina, pues encierra todos los códigos de la marroquinería Dior.



T-FAL

Pocas innovaciones transformaron la cocina cotidiana como el primer sartén antiadherente. Desarrollado en 1954, y patentado dos años después, por el ingeniero Marc Grégoire, dio origen a T-Fal, una marca fundada en Sarcelles, a 15 kilómetros al norte de París, cuyo nombre fusiona teflón y aluminio. Desde entonces, sus utensilios han facilitado la preparación de alimentos en millones de hogares alrededor del mundo. Lo mejor, continúan explorando nuevos campos para crecer aún más su extensa familia de artículos y accesorios de cocina.

Precios en tienda - elpalaciodelhierro.com MI PALACIO APP



FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE

Live your passion



MANUFACTURE

Chronograph Automatic

MOVING FORWARD

Frederique Constant son marcas registradas. 2026 Frederique Constant, FC-391NS4NH4

MÉXICO Y FRANCIA. PAULINA Y JULIEN.

Fotografía › Ana Hop

A todos nos inspira ver a una pareja compenetrada que nos deja ver con claridad que juntos son mucho más que dos. **Paulina Fosado y Julien Cuisset** han formado un dueto fuera de serie –y una familia excepcional– donde la unión de sus dos visiones del mundo da como resultado magia pura.

Este cuadro es de Mario Núñez, de la galería de Julien. Este otro es un Roberto Turnbull, ¡que es fantástico! Aquel es de Gabriel Orozco. ¡Es una belleza! Estas dos vírgenes de barro son de Guillermina y Josefina Aguilar; ellas dos pertenecen a una de las familias más reconocidas del arte popular en Oaxaca. Dimitrio, hijo de Guillermina, ahora también es muy famoso, afirma emocionada Paulina.

El abuelo de Pau fundó una de las primeras, si no la primera, tiendas de arte popular en México. Sigue existiendo en el Centro Histórico (de la Ciudad de México), lleva operando más de ocho décadas continuas, interrumpe Julien. “¿Y esa escultura?”, les pregunto. Era de mi suegro. De las pocas que hizo, responde Julien.

La gran pieza de la entrada es un autorregalo que nos hicimos por un aniversario de bodas. Cuando ya llevas varios años juntos, nos casamos en 2010, no necesitas otra licuadora o cafetera más (risas). Nosotros nos regalamos arte, me confía Paulina. Algo que se volvió mucho más fácil desde que abrí la galería en 2008, dice Julien. Por ejemplo: esta escultura es de Manuel Rocha Iturbide. Hijo de Graciela Iturbide y hermano de Mauricio Rocha. Voy a tener su quinta exposición individual en la galería, a principios de noviembre, a raíz de una residencia artística que hizo en la Cité des Arts, en París. Yo lo represento desde hace quince años, afirma orgulloso. Yo solo miro hacia todos lados intentando retener la información que recibo. “¿Y van cambiando el arte que exhiben en sus paredes?” pregunto realmente intrigado. Algunos de los cuadros de la escalera, sí. El de Boris Piskin, ese de hasta arriba, lo prestamos por algún tiempo al Museo de Arte Moderno. ¡No sabes lo que fue desmontarlo! “No, pues ¡la colección no termina!”, digo de manera espontánea. “Y ¿tienen cosas embodegadas?”, les pregunto. Dicen que un verdadero coleccionista es el que tiene más obras que paredes, asegura Julien. Lo más disfrutable es cuando vas rotando tu colección a partir de una narrativa, una línea temática o un estado de ánimo. Además, como galerista, tienes el famoso derecho de primera opción, con el cual puedes adquirir obra antes que todos los demás. A mí me produce una frustración enorme porque, por lo general, ¡quiero todo! Pero para eso se necesita de mucha liquidez y mucho espacio. Cuando se

Por
Alonso
Escudero

puede, y son piezas que considero importantes, hago cambalaches. “¡Qué palabra más mexicana!”, le digo sorprendido. ¡Ya soy súper mexicano!, me contesta orgulloso. Bueno, y estas dos sillas hechas con cientos de hojas de palma son de **Casa Palacio**, finaliza Paulina con una gran sonrisa en el rostro. El tour ha concluido, podemos iniciar la grabación de nuestra entrevista.

¿No podrás ponerle un filtro a mi voz para que no se me note tanto el acento francés?, dice en broma Julien. “¡No! Justo queremos captar toda su esencia francesa. Es parte de nuestro interés en conversar contigo”, le contesto con convicción. “Además, ¡Hablas un perfecto español!” Es lo que hay, me responde efusivamente. Todos soltamos una sincera carcajada.

De verdad quiero agradecerles a los dos que hayan aceptado platicar con nosotros y nos hayan abierto las puertas de su casa. No conozco otra pareja que pueda representar más lo que queremos celebrar con esta edición especial de **El Libro Amarillo**, dedicada a los 200 años de amistad entre México y Francia.

Lo primero que quisiera saber es: ¿Cómo es la relación de una mexicana tan mexicana y un francés tan francés? ¿Dónde hay coincidencias? ¿Cuáles son las principales diferencias?

Paulina: Bueno, primero que nada, Julien no es tan francés, por suerte (risas).

¿Por qué dirías que no es tan francés?

P: Porque Julien ama enormemente a México. Y cuando amas al país al que llegas como extranjero, te conviertes un poco en local. Julien tiene la sensibilidad de entender qué significa ser mexicano, a pesar de venir de una familia muy francesa. Después de 26 años de vivir en México, se ha hecho ya muy a la manera del mexicano. Yo amo de Julien cómo ha logrado fusionarse y adaptarse a una cultura tan diferente a la suya. Aunque, al mismo tiempo, pienso que los mexicanos y los franceses somos muy parecidos. En nuestro caso en particular, aunque toda su familia es de médicos y la mía de artistas,

“Lo más disfrutable es cuando vas rotando tu colección (de arte) a partir de una narrativa o un estado de ánimo”.

nuestra visión del mundo es muy similar. Estamos unidos de manera profunda, mucho más allá de las maneras. En las cosas importantes, somos iguales. En cómo miramos la vida y cómo la comprendemos.

¡Qué increíble respuesta!

Julien: Como Paulina empezó hablando de mí con palabras tan bonitas, voy a hacer lo mismo. Pienso que antes que una identidad nacional, nosotros tenemos valores compartidos. Ella, junto con su hermana gemela Malinali, tuvo la fortuna de viajar por el mundo desde niña. Vivieron en Estados Unidos, Japón y España. Todo eso te va formando y te brinda diferentes perspectivas. Desarrollas, poco a poco, algo que yo llamo hibridación cultural o aculturación. Pero todo depende de tu curiosidad, de tu capacidad de abrirte a los otros. De querer aprender de aquellos que no son iguales a ti. Todo esto es lo que finalmente te enriquece como ser humano.

Llevas casi la mitad de tu vida en México.

¿Ya eres más mexicano que francés?

J: Siempre digo que vivo en estado permanente de mexicanización (risas). Ya no soy tan francés, pero tampoco soy 100% mexicano. Lo mejor es cuando te quedas con lo mejor de los dos países porque, para mi fortuna, son dos culturas increíbles. ¡Y muy amigas!

P: Más allá del país en donde hayas nacido, lo verdaderamente importante es el desarrollo como individuos. Yo me nutro de las raíces de Julien y él de las mías. Cualquiera, si así lo quiere, puede convertirse en un ciudadano del mundo. Somos el resultado de nuestros viajes, de nuestras experiencias, de lo que hemos vivido. Hay que entender que ser diferentes es enriquecedor y, en lugar de juzgar esas diferencias, debemos aprender de ellas y seguir caminando. Cuando nos detenemos a juzgar a los que no son como nosotros, nos atoramos. En nuestro caso, Julien y yo hemos logrado tener esta relación de tantos años (25) y un hijo mexicano maravilloso, de 18, porque nos hemos logrado nutrir el uno al otro de lo bueno que tiene cada uno. Eso no quiere decir que no haya momentos donde hay mucho que

“En las cosas importantes, somos iguales. En cómo miramos la vida y cómo la comprendemos”.

trabajar, pero la mayor parte del tiempo nuestra vida camina hacia adelante. Obviamente, siempre hay que trabajar en las relaciones, eso es parte de lo que implica ser humano.

La familia que han formado la lograron en México. ¿Cómo imaginan sería su familia si hubieras sido tú, Paulina, quien viviera en Francia? ¿Habría sido muy distinto?

P: ¡Uy!, yo creo que sí sería muy diferente. La forma de vida en México es muy distinta a la de Francia. Y, pensando en nuestro hijo, también los sistemas educativos son opuestos. Aquí *Vic* (su hijo) estuvo en una escuela Montessori, donde te ayudan a ser tú mismo. La escuela en Francia es muy lineal. Mucho más cuadrada. Aquí, el mexicano improvisa. Somos felices a pesar de las broncas. Tenemos otro tipo de actitud ante la vida. Obviamente yo me enriquezco mucho cuando voy a Francia, pero amo vivir en México.

J: A nosotros nos funciona visitar Francia cada vez que podemos, pero vivir en México. Aunque estoy seguro que *Vic* hubiera disfrutado de muchas cosas de crecer en Francia, como poder estar despreocupado en la calle con los amigos.

Julien, ¿cómo fue que llegaste a vivir a nuestro país?

J: Yo terminé mis estudios universitarios en España, es decir, ya tenía un pie fuera de Francia. En el año 2000 estuve a punto de irme a vivir a Suecia, pero surgió un ofrecimiento de trabajo en la embajada de Francia en México. Me emocionó muchísimo, así que acepté de inmediato. Pensé que sería una aventura de uno o dos años, pero conocí a Paulina y aquí me tienes (risas).

¿Ya no te imaginas regresando a vivir permanentemente a Francia?

J: A estas alturas es casi imposible.

¿Y Vic? ¿Ha hablado de irse a vivir para allá algún día?

J: Si lo piensa, no lo expresa. A él lo que le importa es el mundo en su totalidad. Es más global.

P: *Vic* es un niño sumamente afortunado

porque es bicultural y trilingüe. Él no está casado con una sola idea. ¡Claro que ama a Francia! Pero es una gran representación de lo que sucede cuando se unen dos visiones del mundo, dos naciones. Quisiera aclarar que esto tiene mucho que ver con nosotros, porque hay muchas parejas biculturales con visiones muy cerradas. En ese sentido, nosotros sí tuvimos que platicarlo y platicarlo, porque yo sí quería que *Vic* fuera mucho más plural. Siento que ha sido un gran acierto. El tipo de educación que les das a tus hijos determina muchísimas cosas y dicta, en gran medida, en qué clase de ser humano se convierte. Él no es franco-mexicano, es mucho más que eso.

Debe ser fantástico crecer con papás como ustedes. Rodeado de arte, de belleza, de sensibilidad estética. Y ahí tiene mucho que ver tu pasión por el arte y tu galería. Julien, platicanos un poco de Le Laboratoire (lelaboratoire.mx).

J: Ya llevo 18 años con el proyecto. Después de un tiempo en la embajada, donde veía temas de cooperación y acción cultural, comencé a trabajar en la división de perfumes de Christian Dior, aquí en México. Ya no había de mi parte interés en regresar a Francia para seguir en el servicio diplomático.

En ese tiempo, muchos de nuestros amigos eran artistas, pero no estaban contentos con las galerías que los representaban. Así que monté una plataforma virtual, Arteria. Ese fue el primer paso.

P: Yo lo motivé mucho al inicio para que se animara a abrir la galería. Le di muchas ideas y le presenté gente.

J: Ya me había picado el mosco del arte y, afortunadamente, comenzaron a verse los resultados rápidamente.

¿Cuál es la filosofía de la galería?

J: Al ser francés en México, a diferencia de muchos colegas, siempre he pensado que tengo que trabajar para el ecosistema mexicano. Es una manera muy consciente de regresarle a México un poquito de lo mucho que me sigue dando después de tantos años. Durante la pandemia creamos una asociación de galerías, Gama. Inicialmente éramos cuatro galeristas fundadores. Hoy somos



treinta únicamente aquí en la Ciudad de México. Tenerla nos permite visibilizar lo que hacemos. En México aún hay mucha gente con poder adquisitivo que no tiene ningún interés por el arte. Hay mucho por hacer.

¿Hablas de educar al posible coleccionista mexicano?

J: No usaría la palabra “educar”. Prefiero “inspirar”, “formar” o “acompañar”. Me interesa crear plataformas de pedagogía. Detonar un interés. Es muy importante en un país con una civilización con tanta riqueza como la mexicana. Su cultura es uno de sus mejores activos. De alguna manera, estamos trabajando para la marca México. No podemos quedarnos en los clichés. Como extranjero, soy de los primeros defensores de México y de su herencia.

¿Hay diferencias entre coleccionistas mexicanos y franceses?

J: La verdad es que coleccionistas franceses tengo muy pocos. Obviamente estuve empapado de cultura francesa cuando llegué a México, cuando estaba trabajando en la embajada. Hoy tenemos una vida totalmente mexicanizada o, mejor dicho, mestiza. Híbrida.

Yo quiero trabajar con el mercado mexicano. Eso no quiere decir que la galería no tenga un perfil internacional. Tengo bastantes clientes en Estados Unidos y algunos en Europa, pero siento que tenemos muchísimo que hacer en el mercado local.

Paulina, tu historia es muy distinta y verdaderamente sorprendente. ¿En qué momento de vida estás en este momento?

P: Nuestro trabajo, el de mi hermana y el mío, siempre ha sido 100% emocional. Nosotras somos creativas. Al ser bailarinas, hicimos coreografías para muchos artistas, pero desde niñas hacíamos nuestra ropa. Por eso acabamos en la moda. Muchos no me creen, pero, desde chiquitas, salíamos a la calle, casi disfrazadas, con nuestras propias creaciones. Nuestra visión del mundo ha sido crear. Yo creo que por eso nuestro trabajo siempre ha sido más que negocio. Nunca lo hemos hecho por ganar dinero, sino por seguir nuestras pasiones.

“Como extranjero, soy de los primeros defensores de México y de su herencia”.

Cuéntanos un poco de tu trayectoria.

P: A los seis años empezamos a bailar. Estábamos en Bellas Artes. Eso nos llevó a recorrer el mundo. Después de doce años de estar fuera de México, de repente se nos acercó Luis de Llano para que hiciéramos un disco. Así fue como entramos al mundo de la música, pero no nos gustó el ambiente. Muy dentro sabíamos que eso no era lo que queríamos. Tuvimos un programa de televisión, un programa de radio, un disco; salimos en portadas de revistas y grabamos videos con nuestra música. Finalmente saltamos al mundo de la moda porque era lo más lógico. Ni siquiera fue planeado.

¿Han hecho de todo!

P: Por mucho tiempo le montamos las coreografías a Ana Torroja, de Mecano. Incluso hicimos una gira con ellos por varios meses, cuando sacaron el disco *Entre el cielo y el suelo*. Dábamos un concierto por día. Recorrimos cada pueblito de España, desde San Sebastián hasta Algeciras. Pero sigo creyendo que, si no hubiéramos sido bailarinas, hubiéramos hecho ropa de forma profesional desde muy jóvenes.

¿Cómo fue que finalmente saltaron a la moda?

P: A mi papá (El maestro Víctor Fosado. Reconocido promotor cultural y orfebre.) le hicieron un homenaje en Quintana Roo un poco antes de que muriera. A mi hermana y a mí se nos ocurrió hacernos unos vestidos con unos huipiles que mi papá nos había regalado cuando teníamos seis o siete años. Cuando mi papá nos vio se emocionó muchísimo y nos dijo: “Viejecillas, creo que han encontrado su camino en la vida.” Y así empezó nuestra marca: Paulina y Malinali.

Al poco tiempo, hicimos un desfile en el foyer del Palacio de Bellas Artes, junto con las bailarinas de la Compañía Nacional de Danza. Fue un evento increíble. Hasta la fecha, todo lo hacemos pensando en mi papá, y en lo que él tanto amó: México.

Nuestra producción es muy pequeña, por eso solamente tenemos una boutique, que está dentro del Bazar del Sábado, en San Ángel (CDMX). La abrimos ahí porque el dueño, Nacho Romero, que también ya



EL ECO DE LA TIERRA

TERRE
D'HERMÈS

PURE PERFUME



Publicis Etna



Escultura: **Contrapunto** de Manuel Rocha Iturbide.
Martinetes de piano, 2021.

murió, era muy amigo de mi papá. Un día se acercó a nosotras y nos dijo: “Quiero que el nombre Fosado siga en el Bazar.” Mi papá vendía ahí su joyería. Al final ha sido increíble porque solo tenemos que estar ahí una vez a la semana. El resto de los días los podemos dedicar a hacer otras muchas cosas que también nos llenan como personas. En mi caso, ser mamá o esposa. Ese balance es fantástico. Después de tantos años con la marca tenemos clientes de todo el mundo. Cuando vemos a alguien que se lleva algo que has hecho con tanto amor, cuidado y respeto, aunque no sepa quiénes somos, ¡es increíble! No hay mejor recompensa que esa.

Se que también ahora hacen joyería.

P: Mi papá, entre muchas otras cosas, fue un joyero muy importante. Fue pionero del diseño en plata en México, junto con Spratling, quien inició la tradición platera de

*Mi papá nos dijo:
“Viejecillas, creo que
han encontrado su
camino en la vida”.*



Taxco. (El artista y arquitecto estadounidense William Spratling es considerado el padre de la platería mexicana y el fundador del primer taller de plata en Taxco, en 1931).

La nueva línea de joyería es un homenaje más a mi papá. Empezó por insistencia de mi mamá. Realmente estoy feliz con lo que estamos haciendo porque me conecta profundamente con él. Son piezas únicas, pues cada una se combina con un textil distinto.

Ha sido una experiencia muy bonita. Y, al final, es una extensión de lo que hacemos porque, aunque no es ropa, seguimos creando y trabajando con nuestras emociones, que son nuestra esencia. Tengo claro que poder trabajar en algo que te inspira y te nutre es un verdadero privilegio. Lo agradezco todos los días.

Les repito, no pudimos haber encontrado una mejor pareja para esta edición. Gracias nuevamente por recibirnos.



MONTBLANC

Let's Write

RAQUEL, KRIS Y MACARIO

¿Qué implica ser diseñador o tener una marca de moda en México en 2026?

Macario Jiménez: Una marca de moda mexicana es una obsesión, porque todo el tiempo debes pensar en cómo subsistir en un país donde el lujo aún es sinónimo de un logotipo. Como diseñador mexicano tienes que construir, forzosamente, una marca; solo así lograrás que la gente te conozca.

Uno de los mayores retos a los que nos enfrentamos es que competimos con las marcas internacionales, que tienen muchas ventajas sobre las nuestras, especialmente en cuanto a imagen. Al final, debemos trabajar mucho para estar a su mismo nivel.

Raquel Orozco: Yo pienso que en este momento hay una oportunidad muy grande para México, porque el mundo entero está volteando a vernos. Ahora es más fácil que descubran que aquí hay muchísimo talento, una diversidad impresionante de visiones y propuestas. Sí es un reto mantenerse, pero debemos seguir haciendo crecer nuestra industria. Es cuestión de mantenernos firmes.

Kris Goyri: En mi caso, mi nombre ha sido construido con los años, a partir de muchísimo trabajo. Cuesta que la gente te identifique como una marca sólida, que todo el tiempo está proponiendo y que cuenta con una visión fresca. He luchado para que mis clientes me relacionen con una experiencia que los hace sentir bien, más que con un logotipo.

Los tres tienen su marca bajo su propio nombre. ¿Es su marca una extensión literal de ustedes mismos?

K: En mi caso, sí. Mi marca siempre ha sido una expresión de quién soy. Claro, siempre separando mi trabajo de mi vida privada. Pero hoy, mis clientes son personas que se identifican conmigo, con mi lenguaje y mis códigos.

Por
Alonso
Escudero

¿Pero se ven obligados a conducirse de cierta manera en su vida diaria al ser la cara de sus marcas?

M: Obviamente tienes que cuidar muchas cosas, pero, al final, entre más honesto seas con tu público, más lograrás que se identifiquen contigo.

R: En mi caso, mi marca sí es una extensión de mí misma. Por ejemplo, a mí siempre me ha gustado tener color en mi casa y en lo que traigo puesto. Para mí, el color es optimismo. Por eso verás mucho color en mi tienda y en todas mis colecciones. Cuando empecé a diseñar, quería crear prendas que a mí me funcionaran, piezas que me ayudaran a vestirme bien con facilidad. Pensaba mucho en mis propias necesidades. Así, de manera natural, fui encontrando a mis primeras clientas. Ahora, obviamente, también diseño pensando primero en ellas. Tu marca es algo que debe ir madurando conforme tú también vas madurando.

M: Yo sí pienso que mi marca es una extensión de mí, porque todo el tiempo estoy pensando en mi clienta: una mujer refinada y sencilla, pero muy sofisticada. Que llame la atención no por lo que trae puesto, sino porque ella lo trae puesto. Mi marca es mi nombre porque, de alguna manera, estoy vendiendo mi estilo de vida. Mi forma de ver las cosas.

¿Cómo se traduce tu personalidad en tus prendas?

M: Hay colecciones que son muy formales, pero hay otras que son más atrevidas.

¿Entonces la marca Macario Jiménez también se porta mal?

M: ¡Claro! (risas) Aunque suelo ser recatado, también hago cosas que sorprenderían a la gente y que, al final, también acaban por venderse muy bien. Esa dualidad es parte de

RAQUEL
OROZCO

la vida. No todos los días están hechos para presentarnos impecables o formales. También están los días para portarnos mal.

Raquel, ¿tú cómo definirías la marca Kris Goyri?

R: Es empática, limpia, impecable. Una marca que cuida hasta el más mínimo detalle. Me resulta muy fácil reconocer a Kris en cada uno de sus vestidos.

Kris, ¿tú cómo ves la marca Macario Jiménez?

K: Para mí, Macario siempre ha sido una gran inspiración. Es uno de los primeros diseñadores en México que realmente logró definir un estilo y establecer una marca. Cuando yo estaba estudiando y veía sus desfiles, decía: “¡Guau, qué bonito todo!”. Lo que más me llamaba la atención era el tema de la feminidad. Creo que la manera en la que la logra proyectar en sus vestidos es lo que lo ha definido. Pienso que eso es una parte importantísima de su marca y, claro, de su éxito. Por eso las mexicanas están enamoradas de lo que hace.

M: ¡Voy a llorar! (risas)

Y tú, Macario, ¿cómo ves a Raquel Orozco?

M: Es súper divertida y colorida. Siempre

“No todos los días están hechos para presentarnos impecables o muy formales”.
Macario Jiménez



le salen flores o plumas a los vestidos por algún lado. Eso se me hace lo máximo. Son prendas para que te las pongas y vivas momentos increíbles. Es claro que la marca refleja a la perfección su personalidad.

Macario, después de más de treinta años en el negocio debes tener muy claro quiénes te compran. ¿Son las hijas de tus primeras clientas?

M: ¡Más bien las nietas! (risas) Yo lo que trato de hacer en cada colección es presentar diseños que pueden adaptarse a diferentes edades. Puedo vestir a una mujer de 85 años o a una chava de 18. Pienso que soy de las pocas marcas que puede vestir a cuatro generaciones. Eso sí, todo el tiempo estamos pensando en cómo llegar a la siguiente generación. Es un gran reto seguir vigente.

@raquelorozcog





KRIS GOYRI

Háblanos un poco de la filosofía de tu marca.

R: Lo que yo hago involucra mucho el trabajo artesanal y la recuperación de residuos; es decir, evitar el desperdicio. Empecé, en 2017, a trabajar con mujeres artesanas y el resultado ha sido increíble, especialmente con sus bordados. Siempre estoy buscando cómo incorporar nuevas técnicas de manufactura. Mi deseo es seguir colaborando con esas comunidades. Con ellas fue que empezamos a hacer flores a mano con lo que nos quedaba de tela al finalizar la producción. Han gustado tanto que ahora forman parte importante de cada colección. Es curioso, pero mucha gente ya nos reconoce por las flores. Lo mejor es que cada una es única. No hay dos iguales.

Las flores son un símbolo poderosísimo.

R: ¡Sin duda! Muchas de nuestras clientas las usan para personalizar sus looks. Se sienten empoderadas al poder expresar su estilo con la ropa. No hay mejor sentimiento para un diseñador que escuchar a una clienta decir: “¡Guau, me hiciste el día. Me sentía como reina con tu vestido!”. De eso vivimos los diseñadores: de generar ese tipo de reacciones.

Kris, ¿una marca mexicana tiene la obligación de hacer piezas que perduren o bastaría con dedicarse a crear prendas

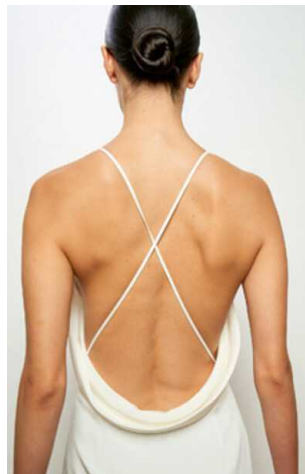
Los tres diseñadores afirman que es un gran reto mantenerse vigentes en la industria.

Lo que he tratado de hacer en los últimos años es ubicarme en el nicho de: “Me voy a comprar un Macario Jiménez porque me lo merezco y porque sé que lo voy a poder usar durante 20 años”. He descubierto que ese pensamiento es una constante entre quienes compran mi ropa.

Raquel, ¿los vestidos con plumas de tu nueva colección son perfectos solo para esta temporada o también pueden tener esta trascendencia de la que habla Macario?

R: Siempre he buscado hacer piezas atemporales. Yo también intento que mi marca sea transgeneracional y, por lo mismo, la calidad es sumamente importante para mí. Además, mis creaciones deben servir para distintas ocasiones.

@krisgoyri



statement que nacen con la intención única de lucir al máximo en una sola ocasión?

K: En mi caso, he construido mi marca a partir de piezas atemporales. Aunque también he hecho prendas que se roban la noche. Son necesarias para darle mayor interés a un desfile, por ejemplo. Lo que acabo haciendo son adaptaciones de esos vestidos, pero más aterrizadas para la vida real, siempre manteniendo la esencia del diseño original. Terminan siendo vestidos que las mujeres que los compran usan una y otra vez, porque saben que son muy especiales. Te voy a compartir una anécdota: una de mis primeras clientas me pidió, hace varios años, un vestido. Hace poco me mostró una foto de la graduación de su hija, en la que lo llevaba puesto. Solo me dijo: “Kris, tu vestido me sigue haciendo sentir lo mismo que el día que me lo puse por primera vez”. Debo admitir que seguía viéndose increíble (risas).

Sé que, por lo general, tú no bautizas tus colecciones con la temporada y el año. Más bien les das nombres más poéticos. ¿Eso les permite vivir un poco libres y no estar atadas a meses específicos?

K: Totalmente. Para mí, cada colección es un nuevo capítulo de una gran historia que sigo contando. Siempre hay un hilo conductor que une a todas. Mis prendas son piezas que, por decirlo de alguna manera, se pueden “coleccionar”.

M: A mí también me acaba de pasar algo parecido. Llegó una clienta con todos sus vestidos Macario Jiménez —que eran muchos— y me dijo: "Quiero que los ajustes para que ahora los use mi hija". ¡Fue padrisimo! No solo ella los usó muchísimo durante todos estos años, sino que además los conservó. Ahora convenció a su hija de que son ideales para ella. Sé que también se le verán increíbles.

Eso no solo habla de que tus diseños son atemporales, sino también de la calidad de la manufactura y de las telas.

M: Es muy difícil que un vestido se mantenga vigente veinte años después y que se vea impecable.

¿Green que comparten clientas o cada uno atiende a mujeres muy distintas?

M: Definitivamente tenemos clientas en común. Antes que nada, son mujeres que reconocen el valor del diseño mexicano. Buscan, además, el trato único que los tres podemos darles. Al final, a muchas de ellas les hacemos piezas a la medida. Eso no lo consiguen en muchos otros lugares. Además, todas sienten que están apoyando a la industria de la moda del país y se sienten orgullosas de ello. Sé que en su clóset van a tener marcas de lujo, pero también me van a tener a mí, a Kris y a Raquel. Compartir clientas está muy padre.

K: A mí me ha pasado que llega una clienta y me pide un vestido de ciertas características. Si no es algo en lo que pueda ayudarla, le digo: “No soy el diseñador indicado para hacerte eso. Quizá debas ir con Macario o con Raquel”. Estamos obligados a hablarles con honestidad para que puedan hacer realidad sus deseos. Jamás intento convencerlas de que cambien de idea. Soy muy respetuoso de sus gustos. Lo que también quiero evitar es quedarles mal.

M: Yo siempre me hago tres preguntas cuando llega una nueva clienta a verme: ¿Qué busca? ¿Por qué pensó en mí? y ¿hacemos química? Las respuestas a estos cuestionamientos son decisivas para identificar si podemos trabajar juntos. En caso de que no sea así, ¡claro que la voy a mandar con alguien que pueda ayudarla! De lo contrario, nadie queda satisfecho. La meta es que todos la pasemos bien.

¿Qué es más importante para una marca como las de ustedes: una estrategia implacable de redes sociales o un showroom que muestre a la perfección quiénes son?

R: Yo creo que las dos cosas. El mercado está demandando que estés presente por todos lados, todo el tiempo. Hay que tener una estrategia integral de marca porque de nada sirve tener muy buenas redes sociales si tu prenda va a desilusionar cuando la vean en persona. Deberían poder decir: “¡Está mucho mejor que en las fotos!”. Y, para las clientas que te eligen para hacerse una pieza a la medida, todo el proceso debe ser una experiencia. Estamos obligados a

“Para las clientas que eligen hacerse una pieza a la medida, todo el proceso debe ser una experiencia”, asegura Raquel.



MACARIO JIMENEZ
MEXICO

reconozca, te abra las puertas y te respalde, ¡es increíble! De alguna manera, te está diciendo: “Eres un diseñador que vale mucho la pena”.

R: Yo me he sentido muy bien recibida, como en familia. Es una validación muy importante. Nos abre el espectro de gente que puede ver lo que hacemos. A mí me ha encantado que nos hayan puesto a los tres juntos, en la misma área de la tienda, como parte de un grupo que representa a la moda mexicana. Así, los clientes ven nuestras propuestas y, al mismo tiempo, descubren a México.

K: El otro día estaba con mi mamá y le estaba platicando de la llegada de mi marca a *El Palacio* Polanco, y me decía: “Cuando te graduaste y empezaste tu carrera, lo primero que pensé fue: un día Kris va a estar en El Palacio de Hierro” (risas). Entrar a *El Palacio* es sumamente importante para cualquier marca mexicana. Todos sabemos que aquí todo es seleccionado cuidadosamente, que solo encuentras lo mejor de lo mejor. Ahora nosotros estamos rodeados de las grandes marcas. Eso lo vuelve más intimidante, pues todavía tenemos una tarea gigantesca: enseñarle al mercado mexicano que no todo son marcas extranjeras. Pero sabemos que hay gente que valora mucho encontrar una propuesta única. Prendas que no se las van a ver puestas a todo el mundo.

“Un día vas a estar en El Palacio de Hierro”, le dijo su mamá a Kris cuando él iniciaba su carrera.

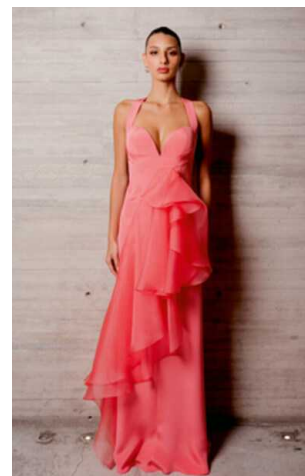
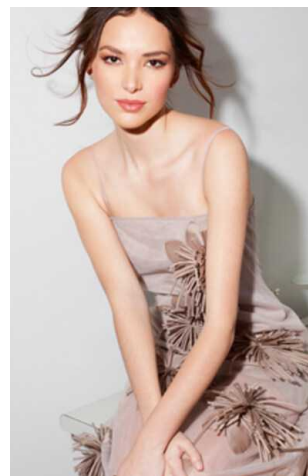
hacerlas felices y, de paso, a disfrutar nosotros también el camino que recorreremos con ellas. Debemos emocionarnos con lo que estamos creando para ellas.

M: Es súper importante que tengas un lugar que represente lo que tú eres, que refleje tu visión del lujo y tu forma de vivir. No puedes recibir a tus clientas en un taller ruidoso donde está todo tirado.

¿Qué significa El Palacio de Hierro para ustedes?

M: Mi experiencia personal con *El Palacio* ha sido increíble. La cantidad de gente que ha visto mi marca en El Palacio de Hierro Polanco desde nuestra llegada es impresionante. Lo noto en el número de personas nuevas que han llegado también a mi tienda. Que El Palacio de Hierro te

@macariojimenez



EL PRIMER TEQUILA
◀ EN BARRICA ▶
DE ROBLE MEXICANO



DOBEL

♥ MX ♥



CONOCER ES NO EXCEDERSE

253300201A1136

WWW.ALCOHOLINFORMATE.ORG.MX

M: Yo quiero aclarar que ya había estado en El Palacio de Hierro hace muchos años, pero había entrado como una marca mexicana más. Ahora es diferente. Me han permitido expresar mi ADN en el espacio y mostrarme 100% como una marca de lujo.

¿Tienen alguna anécdota especial en nuestras tiendas de cuando eran niños?

R: ¡Las galletas! (risas) Hablando en serio, yo también ya había estado en *El Palacio*, pero en otra área. Fue como un sueño hecho realidad. Claro que esta nueva era es muy distinta. Eso sí, la reacción de la gente al saber que pueden encontrar mi marca aquí es siempre la misma. Me dicen: “¡Guau! ¡Estás en *Palacio*! Felicidades”.

K: Para mí, el primer gran recuerdo que tengo de *Palacio* también son las galletas (risas). Ya de adulto, sin duda, fue cuando me llamaron para diseñar el vestido de la campaña de Navidad, al año de haber empezado mi marca (2010). Todo el mundo me hablaba por teléfono para felicitarme. Fue un parteaguas en mi carrera. Yo solo me decía: “¡Estás en una campaña de *El Palacio*!”.

Ya hablamos de que la mujer mexicana sabe tomar riesgos de estilo, le gusta la moda y sabe lo que quiere. ¿Qué pasa con el hombre mexicano?

M: El hombre es mucho más conservador. Le cuesta trabajo ponerse algo que pueda generar controversia. En mi opinión, prefiere no gastar demasiado en su ropa, pero sí en la de su mujer. Yo hice colecciones para hombre durante siete años y la diferencia en ventas entre mis colecciones de hombre y mujer era impresionante.

Al parecer, para todos ellos, las galletas Zukys forman parte de sus primeros recuerdos de El Palacio de Hierro.

¿Son generosos, pero miedosos con la moda?

M: Yo pienso que es una manera de vivir el lujo a través de otra persona.

R: Yo veo que cada vez hay más hombres que se atreven a expresarse con la ropa. Quizá les faltan opciones. Yo veo que quieren más. Mi propuesta para ellos va creciendo poco a poco. Todavía estoy buscando al tipo de hombre que quiero vestir. Sigo madurando mi línea masculina. Pero sí reconozco que los hombres mexicanos son quisquillosos.

Una última pregunta: esta edición de El Libro Amarillo está dedicada a Francia.

¿Cuál es su lugar favorito en París?

K: Mi imperdible es L'Orangerie (musee-orangerie.fr/en). No me canso de ir y sentarme por horas a contemplar las obras de Monet. Siempre les descubro algo nuevo.

R: No hay nada como caminar por las calles de París, casi sin rumbo fijo. Yo lo que hago es ponerme los audífonos hasta llegar a un café que me guste, sentarme y simplemente contemplar lo que pasa frente a mis ojos.

M: Para mí, París significa Alta Costura. Entonces, más que decirte un lugar favorito, te comparto un sueño: presentar mi trabajo en París. Afortunadamente, ya se volvió realidad. Ahora estamos tratando de presentar ahí al menos una vez al año. Para Macario Jiménez, París es el reto más grande.

Estoy seguro que habrá una nueva oportunidad para reunirnos y continuar platicando de otros temas. Gracias, otra vez, por haber aceptado platicar con nosotros.



KEEP IT LOOSE
Styled by Belinda



TENDENCIAS

Collages ›
Contrapelo y Ch4nes
Fotos de pasarela ›
WGSN

PALACIO



CUADROS

De las siluetas que definen la estación a los tonos y texturas clave de las colecciones. Descubre las tendencias que transformarán tu estilo.

El rey de los estampados es un imprescindible para los meses fríos del año. Su mayor virtud radica en combinar con naturalidad lo refinado y lo relajado, fusionando el estilo clásico con un espíritu urbano.



JEANS FORMA DE BARRIL

Su silueta de curvas te conquistará por completo. Ajustados en la cintura y los tobillos, ganan volumen en la cadera para crear un característico efecto ovalado. No es casualidad que se hayan convertido rápidamente en una pieza de culto.

rag & bone
NEW YORK



Venta en El Palacio de Hierro

Coyoacán | Durango | Guadalajara | Monterrey | Perisur | Polanco | Querétaro | Santa Fe | Satélite

MEZCLA CON ROSA

El vibrant pink combina con todo y se convierte en el protagonista cromático de la temporada. Al mezclarlo con otros tonos crea automáticamente un equilibrio perfecto, actuando como un puente visual entre la suavidad y lo audaz.

STEVE MADDEN





BOTAS ALTAS

Las grandes apuestas de este tipo de calzado recuperan la influencia de la estética de los setenta y noventa. En piel, son el complemento ideal para faldas y vestidos gracias a su capacidad para estilizar y alargar visualmente la figura.

*El
Palacio de Hierro*

SOY TOTALMENTE PALACIO®

EL
DESTINO ES
EL MOMENTO.
VIAJES PALACIO

Belmond Hiram Bingham, Perú.

viajespalacio.com.mx

CUERO

Este material, tan sofisticado como versátil, se reinventa más allá de las clásicas chamaras. Ahora conquista abrigos, capas y otras siluetas clave de la temporada. Un básico infalible que aporta carácter y elegancia a cualquier *look*.



ROG ZEPHYRUS DUO DUO IT ALL



La primera laptop gaming de doble pantalla de 16"



**GEFORCE
RTX**

Transformando el juego

Laptops GeForce RTX Serie 50,
impulsadas por NVIDIA Blackwell e IA.

DE VENTA EN EL PALACIO DE HIERRO



Fotografía › David Suárez
Ilustraciones › Aldo Jarillo
Styling › Gerardo Islas
Modelos › Ángel Brett,
Ashton Bossous, Effy Kolchina
y Michelle Lomeli
Maquillaje › Stephanie Sznicer
Peinado › Alejandro Iñiguez
Manicure › Eréndira Rizo

BIRD'S EYE VIEW

La mejor vista permite que apreciemos
las cosas desde otra perspectiva.
Después de todo, el mundo cambia
según el cristal con el que lo miramos.



Página anterior
Saco, camisa y pantalón › MCQUEEN
Collar y broche › SWAROVSKI
Anillo › TTEN
Zapatos › CHRISTIAN LOUBOUTIN

Blusa › RAQUEL OROZCO
Falda › DHIERRO
Zapatos › JIMMY CHOO
Bolso › BVLGARI
Aretes › POMELLATO



Chamarra › **EPSILON**
Camisa › **MCQUEEN**
Corbata › **BURBERRY**
Pantalón › **JACQUEMUS**
Cinturón › **LONGCHAMP**
Zapatos › **LOEWE**
Bolso › **MARC JACOBS**
Arete › **SWAROVSKI**
Pulsera › **UNODE50**

Página siguiente
Abrigo ›
JAZMIN CHEBAR
Vestido transparente ›
EPSILON
Blusa y pantalón › **MISSONI**
Zapatos › **CHRISTIAN LOUBOUTIN**
Bolso › **MARC JACOBS**
Aretes y collar › **SWAROVSKI**





Chaleco y pantalón ›
ADOLFO DOMINGUEZ
Suéter › **DHIERRO**
Lentes › **PRADA**
Dije › **TTEN**
Guantes ›
CHESTER & PECK
Bolso › **BVLGARI**
Botas › **MCQUEEN**



Saco › **STELLA MCCARTNEY**
Camisa y falda › **EPSILON**
Bolso › **VALENTINO**
Zapatos › **CHRISTIAN LOUBOUTIN**
Aretes y anillo › **SWAROVSKI**



Chamarra, vestido y bolso ›
CH CAROLINA HERRERA
Zapatos › AMINA MUADDI
Anillos › POMELLATO



Saco, t-shirt, pantalón,
zapatos y bolso › GUCCI
Anillos › BVLGARI

Precios en tienda. elpalaciodelhierro.com  MI PALACIO APP



Saco y pantalón › **ETRO**
Blusa › **CHLOÉ**
Aretes, collar y anillo ›
SWAROVSKI
Zapatos › **ALEVÍ**
Bolso › **BVLGARI**



Saco y pantalón ›
ADOLFO DOMINGUEZ
Camisa › **AMI**
Top › **VICTORIA BECKHAM**
Cinturón › **DIESEL**
Zapatos › **MCQUEEN**
Collar y anillo › **TTEN**



Página anterior
Saco, camisa y corbata ›
RAQUEL OROZCO
Pantalón › **ETRO**
Cinturón › **CHESTER & PECK**
Zapatos › **CHRISTIAN LOUBOUTIN**
Collar › **PANDORA**
Anillo hoja › **ARISTOCRAZY**
Anillo piedra verde › **UNODE50**

Vestido › **RAQUEL OROZCO**
Bolso › **ROGER VIVIER**
Zapatos › **STELLA MCCARTNEY**
Lentes › **FENDI**
Aretes y collar › **SWAROVSKI**

LEYENDAS DE OTOÑO

Por Ana Laura Solórzano

Fotografía › Dan Crosby
Modelos › Effy Kolchina, Gabi Werneck
y Michelle Lomeli
Maquillaje › Stephanie Sznicer
Peinado › Alejandro Iñiguez
Manicure › Eréndira Rizo

La guía definitiva de las gamas cromáticas que dominarán los próximos meses para lograr los efectos de maquillaje más impactantes.



Lipstick Fabulous Kiss ›
CAROLINA HERRERA

Favorecedor y sofisticado. Los matices más enigmáticos del color del vino tinto conquistan los labios de todas las mujeres al ser la alternativa más elegante. Defínelos cuidadosamente para que luzcan impecables y seductores.

También conocido como *cerceta* –inspirado en el color de las plumas de este pato–, transmite de manera natural calma y refinamiento. En las uñas aporta sofisticación y un sutil aire de misterio. Aplica capas muy finas de esmalte para conseguir un acabado impecable.



Esmalte Les Mains Hermès ›
HERMÈS



Hidratante para labios
Dior Addict Lip Glow Oil › DIOR
Rubor en barra
Real Blush Healthy Glow Stick ›
CHARLOTTE TILBURY

Este singular rosa aporta al rostro un aspecto dulce y romántico al instante. Además, armoniza las facciones y ayuda a proyectar una imagen fresca y luminosa. Elige una fórmula en crema, como un rubor en barra, y aplícala en distintas zonas para lograr una integración perfecta con la piel.



Labial Everkiss Liquid Lip ›
DOLCE & GABBANA
Base de maquillaje Soft Matte
Complete Foundation › NARS
Sombra Eye Shadow › MAC

La tendencia abarca desde los tonos chocolate, en todas sus variantes, hasta los castaños medios y oscuros. Es una paleta cálida, versátil y deliciosa para crear maquillajes sin complicaciones. Para difuminar las sombras con éxito, comienza con un trazo diagonal que aporte profundidad a la mirada.



Precios en tienda. elpalaciodelhierro.com  MI PALACIO APP

Apuesta por este color: es uno de nuestros grandes favoritos. La clave está en aplicarlo de manera sutil en ojos, pómulos y labios para conseguir un maquillaje armónico y femenino que resalte la belleza natural del rostro.

Paleta de sombras
Connect In Colour › MAC
Brillo Loveshine Plumping Lip Oil Gloss ›
YVES SAINT LAURENT



Nacido de la perfecta combinación entre tierra, agua y sol, este tono realza la mirada con naturalidad y se consolida como el nuevo neutro de la temporada. Es ideal para intensificar los ojos y suavizar los rasgos, logrando un look sofisticado y lleno de personalidad.

Sombra para ojos Eye Shadow › MAC
Máscara de pestañas Lash Clash Waterproof ›
YVES SAINT LAURENT

ES TIEMPO DE SOÑAR

Por Ana Laura Solórzano

Grandes representantes de la alta relojería mundial visitan un universo onírico como ningún otro. Piezas maestras que fusionan herencia histórica, vanguardia técnica, estilo absoluto y mucha magia.



SERPENTI TUBOGAS STUDS CAPSULE BVLGARI

Heredando la emblemática combinación de oro amarillo y acero, que definió a la marca durante los años 70, este reloj fusiona el icónico diseño de la serpiente con el espíritu contemporáneo y audaz de Tubogas.

Collages textiles ›
Edith Hernández y
Regina Santos Coy
para Madeja Jaja



SPEEDMASTER MOONWATCH PROFESSIONAL OMEGA

Inspirado en el cronógrafo que hizo historia al llegar a la Luna en 1969, este emblemático reloj se ha convertido en un símbolo del permanente afán de la humanidad por medir el tiempo.



OCTO FINISSIMO BVLGARI

Con su inconfundible estética de inspiración romana, esta versión de 37 mm del icónico Octo Finissimo logra un equilibrio perfecto entre vanguardia tecnológica y líneas puras. Una combinación que sorprendió al mundo desde su lanzamiento en 2014.



ROADSTER CARTIER

Inspirado en los automóviles de competición de los años 50, este modelo fusiona elegancia clásica con un marcado espíritu deportivo. Destaca, entre muchas otras virtudes, por su legendaria carátula inspirada en los velocímetros de época.



MASTER CONTROL CHRONOMÈTRE PERPETUAL CALENDAR JAEGER-LECOULTRE

Ultraplano, con carátula de un azul profundo, fase lunar en platino martillado y una precisión extraordinaria, este reloj representa con orgullo el espíritu pionero e innovador de la manufactura suiza. Ideal para quienes hacen del lujo parte de su vida cotidiana.

Precios en tienda. elpalaciodehierro.com  MI PALACIO APP



TRIBUTE REVERSO MONOFACE SMALL SECONDS JAEGER-LECOULTRE

Creado en 1931, el Reverso es uno de los grandes íconos de la relojería. Esta elegante versión Tribute, realizada en oro rosa, ofrece un encanto *vintage* inconfundible y un reverso personalizable con un grabado destinado a perdurar para siempre.

EL TREN AMARILLO

Por
Roberto
Núñez

Te invitamos a realizar una colorida travesía por la Cataluña francesa abordo de un singular tren que, con su paso, parece pintar de amarillo puentes centenarios, pueblos medievales y montañas infinitas.

un tren de alta velocidad conduce hasta Perpiñán, puerta de entrada al sur de Francia. Después, un servicio regional llega a **Latour-de-Carol**, el punto ideal para iniciar una travesía que comienza entre mesetas de montaña y praderas alpinas, para después descender lentamente hacia bosques, desfiladeros y valles donde el clima mediterráneo empieza a hacerse presente.

Puentes inauditos

La ruta completa recorre poco más de 60 kilómetros en aproximadamente tres horas, atravesando 19 túneles y más de 600 puentes. Dos de ellos son auténticos íconos del recorrido. El **Puente Gisclard**, el único gran puente ferroviario colgante aún en servicio en Francia, parece suspendido sobre un profundo valle. Más adelante aparece el **Viaducto Séjourné**, construido en piedra y formado por elegantes arcos que parecen emerger de la propia montaña.

Durante el trayecto conviene dejar que el ritmo pausado del tren marque el tiempo. Poco a poco se revelan pequeños pueblos de



Si decides realizar el recorrido entre septiembre y octubre, disfrutarás un paisaje teñido de tonalidades doradas y rojizas.

piedra, iglesias románicas, rebaños que pastan sobre las laderas y extensos bosques de pino. En verano, algunos vagones descubiertos permiten sentir el aire fresco de la montaña y fotografiar el paisaje sin obstáculos.

Un final encantador

El recorrido concluye en **Villefranche-de-Conflent**, probablemente el cierre más evocador que podría tener un viaje como este. Rodeada por murallas medievales y considerada Patrimonio Mundial de la UNESCO, esta pequeña localidad invita a recorrer sus estrechas calles adoquinadas sin prisa. Cafés, talleres artesanales y antiguas fachadas de piedra crean una atmósfera que parece suspendida en el tiempo.

Desde el pueblo puede visitarse el **Fuerte Libéria**, construido para proteger el valle. Desde lo alto, las panorámicas de los Pirineos hacen que el ascenso valga completamente la pena.

Dormir entre montañas

Para disfrutar la experiencia de principio a fin, conviene reservar al menos una noche antes y otra después del recorrido. En el punto de partida, el **Grand Hôtel L'Ermitage**, en Font-Romeu, conserva el encanto de los grandes hoteles de montaña de principios del siglo XX, con habitaciones elegantes, spa y magníficas vistas a los bosques circundantes. Al finalizar la ruta, pocos lugares resultan tan especiales como **Château de Riell**, cerca de Prades, integrado en un refinado castillo rodeado de jardines, ofrece la combinación perfecta entre historia, gastronomía y remanso de paz.

Viajes Palacio

555-PALACIO
55 5725 2246 (opción 3)
viajespalacio.com.mx



DE MANTELES LARGOS

Chester & Peck está de gala. Una de nuestras marcas exclusivas favoritas está celebrando sus primeras tres décadas de vida.



Todo tiene un inicio

Corría desenfadada una era que ya nunca volverá: la década de los 90. En esos años, la frase *Soy Totalmente Palacio* se posicionaba como la mejor manera de declarar estilo y personalidad. Al mismo tiempo, la apuesta de **El Palacio de Hierro** crecía a pasos firmes hacia el mundo del lujo –y todo lo que esto conlleva–. De manera espontánea, un grupo de creativos del equipo de moda pensó en concebir una marca que reflejara todos estos cambios y ambiciones.

La inspiración llegó al imaginar el ideal del estilo de vida de la campiña inglesa y de la tradición británica de la sastrería –especialmente la de Savile Row–. Esto adaptado al hombre mexicano. Así nacieron, en un principio, piezas pensadas para acompañar actividades al aire libre, como la equitación, la cacería, el cricket o el golf.

Chester & Peck es sinónimo de elegancia accesible.

Esta forma de vestir ya había sido adoptada en el continente americano durante la década de los 60, principalmente por los estudiantes de las más prestigiosas universidades de la costa este de Estados Unidos. Con el paso de los años, muchos de ellos se convirtieron en empresarios exitosos o en afamados intelectuales, manteniendo ese estilo de vestir que hoy conocemos como *old money*.

El otoño de 1996

La primera boutique de **Chester & Peck** hizo su aparición triunfal en El Palacio de Hierro Durango, en la Ciudad de México. En un inicio fue concebida como una marca netamente masculina. Aun así, su oferta era realmente extensa: camisería, suéteres de lana merino, sastrería, prendas de *outerwear* –como abrigos–, toda clase de accesorios de piel, así como una amplia

variedad de complementos, entre ellos corbatas, bufandas de *cashmere* e, incluso, mancuernillas.

Solo un año después se lanzó la línea femenina bajo la misma inspiración y con una característica muy particular: las prendas, de impecable sastrería, eran confeccionadas con telas tradicionalmente reservadas para el guardarropa masculino. Muy pronto se convirtió en una gran alternativa para mujeres familiarizadas con el éxito profesional.

Fueron pasando los años

El estilo de vida de **Chester & Peck** se fue diversificando y sofisticando. Las prendas eran confeccionadas principalmente en Italia y Portugal, bajo estrictos lineamientos de diseño, un patronaje impecable, acabados artesanales y, por supuesto, con las mejores telas que pueden encontrarse

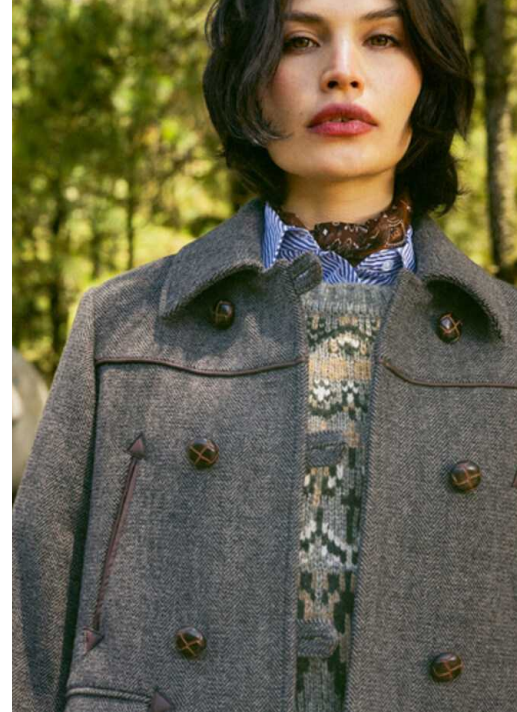
en el Viejo Continente. Después llegarían una amplísima colección de prendas de *cashmere*, sombreros, calzado, ropa de cama e incluso accesorios de baño. Cada colección aportó a la construcción de una estética capaz de trascender las temporadas y de formar, al mismo tiempo, una enorme familia de nuevos clásicos.

La colección del 30 aniversario

Ahora, después de que por mucho tiempo se pensó que era una firma inglesa, todo el mundo lo sabe: **Chester & Peck** es una marca *Totalmente Palacio* que se enfoca en presentar, cada temporada, colecciones de enorme valor gracias a su interés de estar dentro del lujo accesible, y a un estilo clásico que se adapta perfectamente al mercado mexicano. Propuestas que tienen, además, el gran atributo de permanecer vigentes durante mucho, pero mucho tiempo.

Cada temporada presenta colecciones de enorme valor y estilo único.





Fotografías catálogos › Pablo Morales

La propuesta para **Otoño 26** nace de la reinterpretación contemporánea de su propio legado. No buscan recrear el pasado, sino entender por qué ciertas prendas, códigos y colores siguen siendo los indicados para, así, rendirles homenaje de una manera que siga haciendo muy felices a sus clientes.

La colección que celebra los primeros 30 años de Chester & Peck, y que retoma sus valores e historia, ha sido bautizada

Para la marca, la verdadera sofisticación no necesita excesos.

From West to East. Las referencias van desde los paisajes rurales británicos hasta la estudiada sofisticación universitaria estadounidense. La colección habita el punto exacto donde la funcionalidad se transforma en identidad cultural y la sofisticación no necesita excesos. Se trata de un viaje visual –y emocional– a través de distintos territorios, donde la elegancia nunca está forzada, sino que surge como una consecuencia natural de la vida misma.



Precios en tienda. elpalaciodelhierro.com  MI PALACIO APP



IYKYK

If You Know, You Know

Es el código secreto de las redes sociales que nació para celebrar lo exclusivo y lo divertido. Si aún no tienes claro qué es lo más *cool* en estos momentos, ¡aquí te lo revelamos! Así, tú también dirás: *If You Know, You Know*.

¡Más mascadas!

Una mascada estampada puede serlo todo... ¡y hacerlo todo! Puede convertirse en blusa, cinturón, ir atada al cuello; o incluso, transformar por completo tu bolso favorito. Es el camaleón de tu clóset: una sola pieza con infinitas posibilidades para crear *looks* originales sin esfuerzo.



Gorra › BIMBA Y LOLA • Tennis › VEJA • Anillos › UNODE50 • Anillos › PANDORA

Hay tendencias que se mantienen vigentes mucho tiempo, mientras que otras vienen y van, o suben y bajan con enorme rapidez. No por ello son menos importantes ni relevantes. Aquí te presentamos las

microtendencias más populares identificadas en redes sociales por Eli y Vale, del equipo de Moda, y que sabemos seguirán marcando pauta en los próximos meses.

Fotografía › Dan Crosby
Styling › Gerardo Islas
Modelos › Eshton Bossous
y Gabi Werneck
Maquillaje › Stephanie Sznicer
Peinado › Alejandro Iñiguez
Manicure › Eréndira Rizo

¡Yo quiero un vaquero!

No importa si estás en Coachella o en Zapopan. El estilo *cowboy*, llevado con personalidad y seguridad, siempre destaca. La clave está en equilibrarlo con detalles urbanos que le aporten un aire contemporáneo.



Chamarras y pantalón › ACNE STUDIOS • Top › JAZMIN CHEBAR

Vestido y mascada en cintura › LA DOUBLEJ • Mascada en gorra, mascada en hombro y bolso › LONGCHAMP

Cinturón › LONGCHAMP • Botas › MCQUEEN • Bolso › GANNI • Lentes › LOEWE • Collar › TTEN

¿Te late un matcha latte?

La bebida fría del momento divide opiniones. Mientras a algunos les sabe a pasto, otros simplemente no pueden empezar el día sin uno en sus manos. Los verdaderos conocedores saben que una de las mejores opciones está en Café Palacio. Y ya que estás ahí, aprovecha para estrenar un look *Totalmente*.



Gabardina › ADOLFO DOMINGUEZ • Camisa › ALLSAINTS • Falda › LEVI'S

Bolso › LONGCHAMP • Botas › COURRÈGES • Lentes › BURBERRY • Collar › BIMBA Y LOLA

¡Qué mitote con tu tote!

Aunque en la serie *Succession* la llamen *ludicrously capacious*, este bolso, aparentemente básico, guarda todo lo que necesitas para el día a día –y un poco más–. Sin duda, el accesorio indispensable para acompañarte a todas partes.



Camisa › RAG & BONE • Bóxer › JACQUEMUS • Shorts › ADOLFO DOMINGUEZ • Botas › GOLDEN GOOSE

Lentes › MIU MIU • Collar y anillo › TTEN • Bolso estampado › MARC JACOBS • Bolso animal print, bolso verde y charms › LONGCHAMP

Bolso azul › MONTBLANC • Bolso café › STELLA MCCARTNEY • Termo › STANLEY • Llavero de gatito › GANNI

Adiós Mundial, ¡hola mundo!

La fiebre por el fútbol sale de la cancha: esta temporada, la estética deportiva conquista el otoño para acompañarte en todos tus viajes por el mundo. Llévala por la ciudad, en la playa, en el aire o en la fiesta. Siempre juega a tu favor.



Aretes, collar y pulseras › SWAROVSKI

Ella: Jersey › ADIDAS • Falda › BALMAIN • Botas › CHRISTIAN LOUBOUTIN • Bolso › PURIFICACION GARCIA

El lenguaje del encaje

Tan suave como romántico. Tan refinado como femenino. Tan fresco como elegante. Un tejido capaz de elevar cualquier atuendo al instante. Su aire retro y su esencia seductora lo ayuda a acaparar todas las miradas.



Collar y bolso › BIMBA Y LOLA • Zapatos › STELLA MCCARTNEY

Vestido › EPSILON • Blusa y shorts › MISSONI

Él: Jersey › ACNE STUDIOS • Camisa › JACQUEMUS • Pantalón › CASABLANCA • Tenis › EMPORIO ARMANI

Fieras de ciudad

Para Donatella (no necesitamos incluir su apellido, ¿o sí?), “más siempre es más. Y más siempre es mejor”. Si piensas igual, atrévete a combinar en un mismo look todos los estampados animales que se te ocurran.



Sudadera › CASABLANCA • Top › LOLA CASADEMUNT • Falda › EPSILON • Zapatos › CHESTER & PECK

Aretes › ARISTOCRAZY • Pulseras › UNODE50 • Bolso vaca › MARC JACOBS • Bolso › BIMBA Y LOLA

SAMSUNG

Galaxy Z Fold8 Ultra | Fold8 | Flip8

Galaxy AI ✨



De venta en El Palacio de Hierro

Imágenes utilizadas con fines ilustrativos. Los productos que se muestran, de izquierda a derecha, son Galaxy Z Flip8, Galaxy Z Fold8 Ultra y Galaxy Z Fold8.

Te vas por los tés

Hay quienes no arrancan el día sin un matcha helado personalizado. Y hay quienes, además, necesitan un *look* que refleje su definición de estilo personal. Si estás en ese grupo, estas ideas te resultarán refrescantes, dulces y deliciosas.



Lentes › VERSACE • Collar › UNODE50 • Bolso › AMI • Terno › STANLEY

Chamarra › DIESEL • Top › PUCCI • Jeans › LEVI'S • Botas › LOEWE

Oster

Crea para siempre

NUEVA LICUADORA PROFESIONAL TITAN



De venta en El Palacio de Hierro.

¿Y si la tierra fuera plana?

Apuesta por el calzado de suela plana, especialmente por los modelos de inspiración deportiva retro. Combínalos libremente con medias en tonos pastel o en colores neutros para darle un toque inesperado a cualquier *look*.



Tenis rosas › RAG & BONE • Tenis verdes y cafés › BIMBA Y LOLA

Precios en tienda. elpalaciodehierro.com MI PALACIO APP

CHESTER & PECK

DE VENTA EXCLUSIVA EN EL PALACIO DE HIERRO
[ELPALACIODEHIERRO.COM](https://elpalaciodehierro.com)

CHESTERANDPECK
 CHESTERANDPECK

BUENAS PUNTADAS

El verdadero estilo se va tejiendo poco a poco. Al final, nace de la visión que tienes de ti mismo y de singulares destellos de creatividad.

Fotografía › David Suárez
Styling › Gerardo Islas
Modelos › Angel Brettt, Effy
Kolchina y Michelle Lomeli
Arte › Estudio Vereda
Fotografía producto › Pablo Morales
Maquillaje › Stephanie Sznicer
Peinado › Alejandro Iñiguez
Manicure › Eréndira Rizo



Mascada › CHESTER & PECK
Gabardina › BURBERRY
Suéter › AMI
Camisa › MCQUEEN
Corbata › EPSILON
Pantalón › BOSS BY BECKHAM
Tenis › TOD'S



Sobrecamisa, camisa, corbata y pantalón › EPSILON
Chamarra cuadros y gorra › ADOLFO DOMINGUEZ
Lentes › MAX MARA
Anillos › TANE



Chamarra › ROBERTO VERINO
Suéter y corbata › CHESTER & PECK
Blusa y falda › AMI
Zapatos › ROGER VIVIER
Anillo › TANE



Collar › GUESS
Pulseras › PANDORA
Pulsera trenzada › TANE
Pulsera › TTEN



Bolso › FENDI
Collar › TANE



Zapatos ›
RAG & BONE



Bolso ›
LONGCHAMP



Gorra ›
CHESTER & PECK

Reloj redondo ›
FRÉDÉRIQUE CONSTANT
Reloj cuadrado ›
BULOVA

Chamarra y *jeans* › **BURBERRY**
Suéter › **POLO RALPH LAUREN**
Camisa › **HACKETT LONDON**
Corbata › **CAROLINA HERRERA**
Botas › **CHRISTIAN LOUBOUTIN**
Anillos › **TANE**



Gabardina › **BURBERRY**
Suéter › **JACQUEMUS**
Camisa y falda › **RAQUEL OROZCO**
Corbata › **CAROLINA HERRERA**
Zapatos › **CHRISTIAN LOUBOUTIN**





Abrigo y camisa › **EPSILON**
Sudadera › **AMI**
Bóxer › **JACQUEMUS**
Pantalón › **MARNI**
Zapatos › **LOEWE**
Anillo › **UNODE50**
Anillo › **TTEN**



Saco y pantalón ›
CHESTER & PECK
Camisa › **ETRO**
Top › **PUCCI**
Zapatos › **GIVENCHY**
Anillos › **SWAROVSKI**



Chamarra › **COURRÈGES**
Camisa › **LEVI'S**
Pantalón › **PUCCI**
Anillo › **TANE**
Aretes › **BIMBA Y LOLA**



Mascada › **LONGCHAMP**
Gabardina › **EPSILON**
Camisa y pantalón › **RAG & BONE**
Camisa (azul marino) ›
VICTORIA BECKHAM
Zapatos, collar y aretes ›
BIMBA Y LOLA

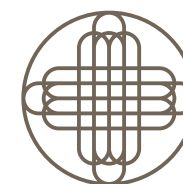
Precios en tienda. elpalaciodehierro.com  **MI PALACIO APP**



Chamarra › **DRÔLE DE MONSIEUR**
Camisa › **CASABLANCA**
Suéter › **LEVI'S**
Pantalón › **EPSILON**
Mocasines › **TOD'S**
Gorra › **LONGCHAMP**
Pulsera › **UNODE50**
Anillo › **TTEN**



UNA EXCLUSIVA DE EL PALACIO DE HIERRO Y ELPALACIODEHIERRO.COM



DHIERRO



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON