



belleza

Texto de **Sylvia Martí**

En la naturaleza está todo, se trata de hallarlo, estudiar sus sustancias complejas con métodos científicos, combinarlas de forma adecuada aplicando el conocimiento del pasado y del presente y lograr un equilibrio entre el ser humano y la naturaleza beneficioso para ambos”, explica Valentino Mercati, fundador y presidente del Grupo Aboca. Ha aplicado su filosofía a su empresa, que produce complementos alimenticios 100% naturales a base de complejos moleculares vegetales, productos sanitarios y cosméticos biológicos. Todos desarrollados mediante la investigación científica y la aplicación de tecnologías de última generación. “Lo que prometemos tiene base científica, no sólo ecológica. El éxito es que el producto funciona”, afirma Mercati. Su best seller es el GrinTuss Pediatric, para combatir la tos persistente en menores de dos años.

La agricultura biológica, con 1400 hectáreas entre Umbria y la Toscana (Italia), es parte fundamental de Aboca. Cultiva 80 tipos de plantas, y la materia prima más importante son las semillas. Usa malva, equinácea, manzanilla, rusco, caléndula... “Las plantas que no tienen suficientes principios activos no se cultivan aquí”, dice Raquel Vicente, formadora de la marca. Se secan, procesan e incluyen en las fórmulas. En la sede están los laboratorios de I+D –en la que se invierte el 7% de la facturación anual mundial–, avalados con 34 patentes, que son un referente en la investigación de complejos moleculares vegetales.

En la renacentista sede en Sansepolcro, Mercati ha abierto un museo (en la foto) que ilustra la relación entre la humanidad y la botánica. Repleto de curiosidades farmacéuticas, destacan 2.500 libros que recogen cómo y para qué se han usado las plantas desde el siglo XIV. ○



LA CIENCIA DE LA NATURALEZA





Tirada: **430.201**
Difusión: **342.432**
(O.J.D)
Audiencia: **1.198.512**
Ref: **10603777**

magazine
LA VANGUARDIA

Nacional **Semanal**
General
1ª Edición **11/11/2018**

Superficie: **190 cm²**
Ocupación: **28.49%**
Valor: **7.247,63 €**
Página: **57**



2 / 2

TOS SECA Y PERSISTENTE.

Comprimidos con miel, complejos moleculares, grindelia y aceites esenciales de eucalipto y menta piperita. Grintuss Adulto, 11,90 €.

PIERNAS LIGERAS. Cápsulas para mejorar la microcirculación con raíz de rusco, polvo de hojas de centella, hamamelis y vid roja. Perfecto para viajeras frecuentes. Fisioven, 19,90 €.

PIELES SENSIBLES. Pomada para aliviar enrojecimientos e irritaciones. Apta para bebés. Caléndula Biopomada, 11,50 €.

*Todo de Aboca



CÓMO ELEGIR LA MÁSCARA DE PESTAÑAS

“Lo primero es tener claro qué resultado se busca, si unas pestañas naturales que ayuden a definir el ojo; una fórmula que las alargue para que resalte más el *eyeliner* o una que las espese y dé volumen”, apunta Miyriam Artilles, formadora de Nars. La fórmula, más cremosa, ligera o seca, y el cepillo marcan diferencias. La de Climax es muy hidratante y permite aplicar varias capas sin que quede acartonada o con grumos. “Con una sola pasada queda una mirada muy fresca”, dice la experta. Aconseja aplicarla “trabajando bien las raíces y desde la mitad de la pestaña hacia el ángulo externo del ojo. Para ganar volumen, elevarla desde la raíz y mantener el cepillo quieto unos segundos con las pestañas hacia arriba para darles forma”, aconseja. La ligereza tanto de la fórmula como del producto en sí facilita su aplicación.

Máscara de pestañas Climax, 25 €. Nars

VUELVE HELENA RUBINSTEIN

Las muchas fieles de la marca la añoraban y acudían a los *duty free* para comprar sus productos fetiche cuando abandonó temporalmente el mercado español. Helena Rubinstein, una de las grandes damas de la belleza, fue pionera en muchas cosas –abrió el primer centro de belleza del mundo, creó la primera máscara de pestañas *waterproof* y se inventó la primera categorización de tipos de piel– y su marca sigue siendo un referente del *antiaging*. Su línea Powercell está enfocada a mujeres urbanas, con un ritmo de vida acelerado y preocupadas por las agresiones externas que causan un prematuro envejecimiento de la piel.



Mascarilla antipolución, 95 €. Crema de noche en espuma, Powercell Night Rescue, 165 €.

¿QUÉ ES LA TEXTURA NUBE?

Es la respuesta al deseo de muchas mujeres de cuidarse con eficacia y texturas ligeras todo el año (el 70% de las españolas, según un estudio de Olay). Diez años de investigación están detrás de su secreto: un polímero basado en el almidón y capaz de transportar hasta 1.000 veces su peso en hidratación y activos. La crema se transforma en líquido en contacto con la sal de la piel. El acabado es liso, mate y ultraligero. La marca aplica esta innovación (la etiqueta Whip la identifica) en sus tres líneas más vendidas, Regenerist, Luminous y Total Effects, con o sin protección solar SPF 30.

Total Effects, Regenerist y Luminous en textura nube, 39,99 €/u. Olay.

