

Travesías

Inspiración para viajeros

E → G

ESPECIAL
GASTRONOMÍA

Ruta gastronómica por Colombia

Un recorrido por Bogotá, Medellín y Cartagena, donde los ingredientes locales son la estrella de cada plato.

¿Comer en Moscú?

Desde comida rápida hasta nuevas propuestas, éstos son los sabores callejeros de la capital rusa.

Ribera del Duero

La cuna de algunos de los mejores vinos de España esconde también grandes restaurantes y hoteles de súperlujo.

+

Seis crónicas sin fama

Mercedes Cebrián, Rafael Gumucio, Camilo Jiménez, Pedro Mairal, Daniel Titingier y Juan Villoro.

DE VENTA EXCLUSIVA PARA MAYORES DE EDAD



Número 168
www.revistatravesias.com

ESTA REVISTA ES PROPIEDAD DE

Orange beauté

Rituales de la imagen

Orange Beauté se ha posicionado como uno de los mejores salones de belleza de la Ciudad de México. Detrás de la marca está el experto hairstylist Nicolas Beinet, quien desde hace 14 años ofrece a sus clientes una experiencia más allá del estilo. Por Pamela Clynes. Foto Paulina Figueroa



Nicolas nos recibió en el nuevo Orange Beauté ubicado dentro de El Palacio de los Palacios, y nos platicó que la mayor inspiración para mantenerse a la vanguardia la encuentra viajando.

Travesías: ¿Cuéntanos cómo es ese proceso de inspiración?

Nicolas: Ver a otras personas en distintas circunstancias hace que la imaginación se abra. Viajar me inspira a ver qué se hace en otros lugares y cómo puedo adaptarlo al mercado mexicano, si es necesario. México es vanguardia al igual que muchos lugares de primer mundo.

T: Tus destinos favoritos para viajar.

N: Dos hot spots que acabo de descubrir son Amsterdam y Berlín. Me pareció interesantísimo el tema

de la moda ahí. Es bueno salirse del cliché de Londres, París, Nueva York, que están muy clasificados.

T: ¿Y de México?

N: Viajo mucho por México. Soy un fanático de la arqueología y parte de esa inspiración viene de los textiles, de la comida y las costumbres. También creo que las mexicanas tienen un cabello espectacular.

T: ¿Cómo descubres las tendencias adecuadas para México?

N: La moda no se inventa, todo es un comeback. Ahora la tendencia es lo vintage. Qué se hacía en tal época y cómo puedo adaptarlo. La clave está en reinventarse.

T: ¿Cómo logran reinventarse?

N: La manera en la que trabajamos es cuestionando todos los días

cómo podemos mejorar. El mayor aprendizaje viene de crear nuevas alternativas, preguntarse qué puedo ofrecer de valor y cómo adapto los servicios para mantenernos en el margen de vanguardia. Este trabajo es de perseverancia. El cabello es un material muy voluble que nunca dominas por completo.

T: El eslogan de Orange Beauté habla de ritual. ¿Cómo lo defines?

N: Nuestro ritual va más allá del simple hecho de la belleza. Es una experiencia que ofrece todos los beneficios que puedes tener a través de la atención directa y personal. Cada detalle cuenta desde que entras hasta que sales.

T: ¿Después de cuánto tiempo te decidiste a crear tu propia marca?

N: Hace 14 años se inauguró el primer salón en Las Lomas. Después abrimos Santa Fe, Interlomas y ahora éste. El interés principal es tener una marca de ultralujo en servicios de belleza, sin ser el lugar más caro. Es un privilegio tener este espacio en El Palacio de Hierro, ya que lo hicieron a la medida.

T: ¿Cuál es el concepto de Orange en El Palacio de los Palacios?

N: Es un salón donde puedes interactuar, pero ofrecemos ciertos privilegios a cada cliente por separado. Dependiendo de lo que te vas a hacer te realizan un perfil y te canalizan a diferentes áreas. Tenemos la sección de hombres de un lado y aparte está la de mujeres. Un hombre que se está haciendo la barba igual no quiere escuchar el ruido de las secadoras.

T: ¿Cuál ha sido el mayor reto de crecer aquí en México?

N: Primero, la parte profesional. Enseñarle a la gente que puedes ser un genio creador, pero con visión de negocio. Encontrar personas que sigan un protocolo de disciplina es complicado. Se da mucho el cliché

del peluquero que no estudió, que es un artista o un genio. Creo que para tener una infraestructura tienes que haber ido a la universidad y contar con conocimientos de administración. No puedes gestionar una empresa con 200 empleados sin fundamentos de business.

T: ¿Cuáles son los beneficios que logran que Orange Beauté sea único?

N: Yo quise marcar la primera diferencia creando un concepto de marca, más allá de sólo mi nombre.

El tema de diseño es otro factor importante, nadie se quería salir del molde típico. Me pasó en un viaje a Tokio hace 20 años, que vi la idea del bar de manicure. Todo mundo me dijo que no iba a funcionar para México, pues lo pusimos y hoy te puedo decir que nos han copiado muchos. Ese tipo de cosas fueron rompiendo las ideas preconcebidas.

T: ¿Cuál es el secreto del lujo?

N: Los detalles son los que marcan la diferencia, son los que consideramos que nos están elevando. Estando en El Palacio de Hierro los estándares son altos. Nos gusta enfocarnos desde la recepción del cliente, la música y la ambientación hasta la calidad de productos en exclusiva, que no los vas a ver en otros salones.

T: ¿Quién sería una musa para ti?

N: Me encanta Scarlett Johansson, porque es muy atrevida en sus looks. Sueño con todos sus cortes y esos cambios que se hace constantemente. Monica Bellucci me parece que tiene el cabello más espectacular que he visto, aunque es más conservadora.

T: ¿Qué es lo que más te gusta escuchar de un cliente satisfecho?

N: Cuando veo a una persona contenta es un momento maravilloso, no lo cambio por nada. El contacto con el cliente mexicano es mucho más personal. Después de 30 años, si alguien me dice que le encantó su corte, es la recompensa más bonita.