

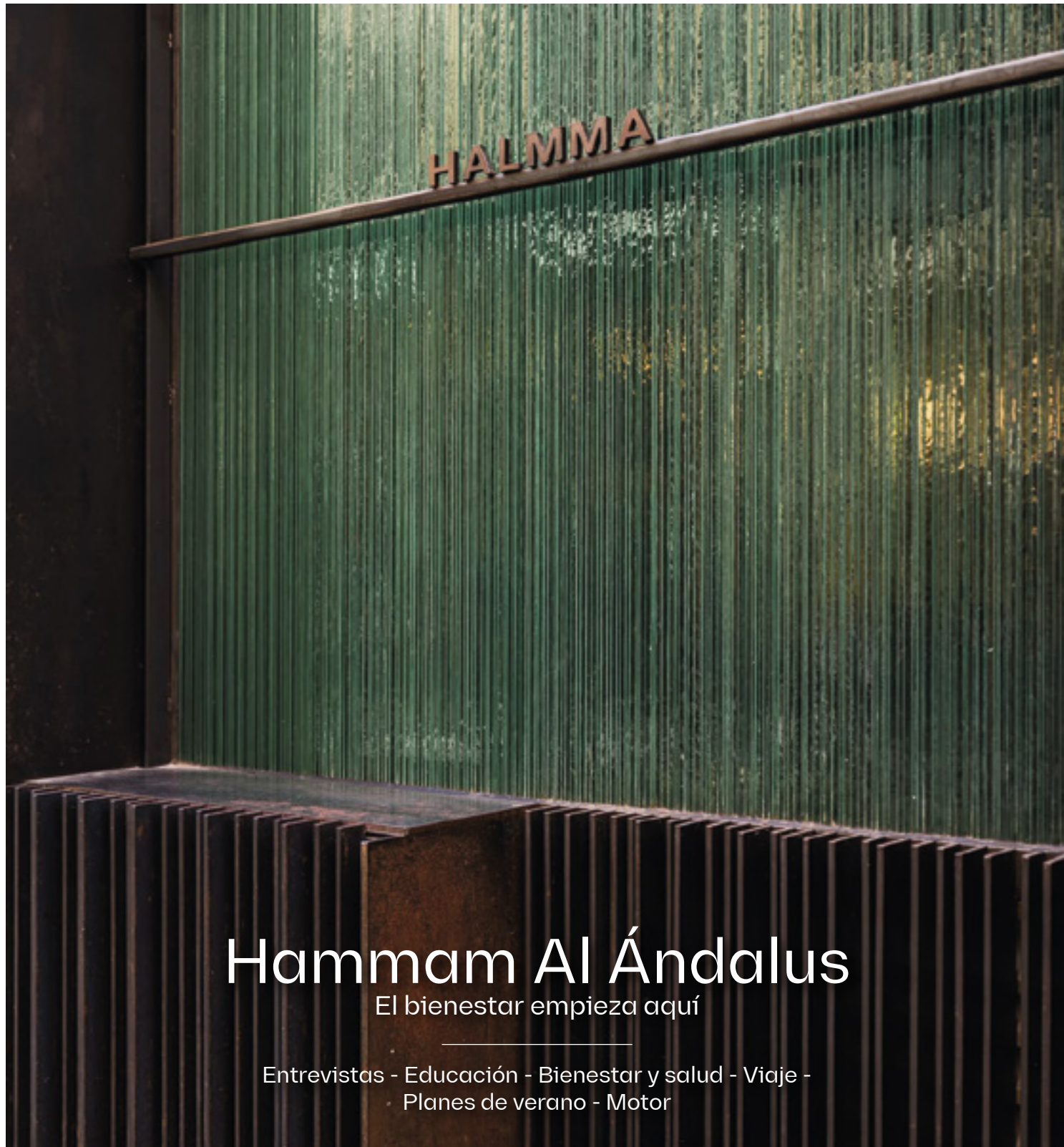
LA MORALEJA

mm

magazine

Número 12 | Verano 2026

12 LA MORALEJA magazine



Hamman Al Ándalus

El bienestar empieza aquí

Entrevistas - Educación - Bienestar y salud - Viaje -
Planes de verano - Motor



Confíenos su casa

Boutique inmobiliaria en Madrid desde 2010

En Suma Inmobiliaria, creemos que el corazón de nuestro éxito radica en el talento y la dedicación de nuestro equipo. Cada uno de nuestros profesionales aporta una riqueza de experiencia y conocimiento en el sector inmobiliario, lo que nos permite ofrecer un servicio de excelencia a nuestros clientes.

Estamos comprometidos a hacer de cada transacción una experiencia positiva, ayudando a nuestros clientes a encontrar la propiedad de sus sueños o a realizar una inversión exitosa.

Plaza de La Fuente, La Moraleja
C / Estafeta 2, portal 1, planta 1
28109, Alcobendas, Madrid
Tlf . 917 555 669



www.sumainmobiliaria.es

BOUTIQUE INMOBILIARIA DESDE 2010

16 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL LUJO RESIDENCIAL

Fundada en 2010 por Sergio Suárez, SUMA se ha consolidado como una referencia en el mercado residencial de lujo de Madrid. Su trabajo se basa en la profesionalidad, la transparencia y un servicio integral para compradores y vendedores.

LA MORALEJA REGISTRA UNA VENTA HISTÓRICA

La firma gestionó la venta de una vivienda cercana a los 20 millones de euros, una cifra récord para La Moraleja en ese momento. La operación confirma el creciente interés internacional por el mercado inmobiliario de La Moraleja

UNA REFERENCIA EN LA MORALEJA

SUMA destaca por su enfoque personalizado y por gestionar numerosas operaciones confidenciales. Su equipo multidisciplinar acompaña al cliente durante todo el proceso de compra o venta.

LA VISIÓN DE SERGIO SUÁREZ

Con 25 años de experiencia, el fundador de la compañía defiende la honestidad, la transparencia y la profesionalización del sector. Además, prevé que la escasez de producto seguirá impulsando el mercado de lujo en Madrid.

EL VALOR DEL OFF MARKET

Las ventas fuera de mercado son cada vez más frecuentes en el segmento premium, por eso es clave su red de contactos nacionales e internacionales unida a una estrategia de marketing diferencial.

SUMA ha convertido la discreción y la confianza en uno de sus principales factores diferenciales.



Trabaja con total confidencialidad



Es rápido y ágil en los procesos de compraventa



Conoce la burocracia y se adelanta a todos los trámites administrativo



Capta las mejores viviendas en Madrid



Busca al mejor comprador



Y está contigo en todo el proceso desde el principio hasta el final

Edición Verano: un lugar en vuestros hogares

El verano siempre nos invita a bajar el ritmo, a disfrutar de los pequeños placeres y a dedicar tiempo a aquello que realmente nos inspira. Quizá por eso esta edición llega cargada de propuestas para vivir estos meses con intensidad, bienestar y mucho estilo.

Nuestra portada está protagonizada por Hammam Al Ándalus, un proyecto que nos recuerda la importancia de detenernos, respirar y encontrar espacios para el cuidado personal en medio del ritmo frenético del día a día. Una invitación a reconectar con nosotros mismos a través de experiencias que combinan tradición, bienestar y belleza.

En nuestras páginas también celebramos el reconocimiento a la excelencia. Nos hacemos eco del merecido premio recibido por Farma Dorsch gracias a su innovadora CC Cream, un producto que se ha convertido en referente dentro del mundo de la cosmética y el cuidado de la piel.

A lo largo de estas páginas encontraréis nuevas propuestas que enriquecen el estilo de vida de nuestra zona, como la llegada de Voucler a Moraleja Green, un recorrido por algunas de las mejores hamburguesas gourmet que podéis disfrutar cerca de casa, inspiradores destinos europeos para una escapada de verano y nuestras habituales secciones dedicadas a la educación, la belleza, el bienestar y los mejores planes para aprovechar estos meses estivales. Una edición pensada para acompañaros durante el verano, descubrir nuevas experiencias y seguir celebrando todo lo que hace especial a nuestra comunidad.

Una de las mayores satisfacciones que nos deja cada edición es comprobar que, en un mundo cada vez más digital, seguimos encontrando un espacio en vuestros hogares. Apostar por una revista en papel no siempre es el camino más fácil, pero cada vez que vemos un ejemplar de *La Moraleja Magazine* sobre una mesa, en una biblioteca o formando parte de un salón, sentimos que merece la pena. Saber que la revista no solo se lee, sino que permanece, es una de nuestras mayores satisfacciones.

La Moraleja Magazine no es solo una publicación que acompaña unos días. Es una revista que muchos vecinos conservan, coleccionan y a la que vuelven con el tiempo. Ver que cada edición es recibida con cariño y reservada para quedarse es, sin duda, el mejor reconocimiento a nuestro trabajo.

Gracias por seguir confiando en el papel. Gracias por permitirnos formar parte de vuestras casas, de vuestro tiempo y de vuestro verano.

Tomen asiento. ¡Empezamos!

Sonia y Elisa

LA MORALEJA
magazine

Staff

Verano
2026

B-44880292
Info@lamoralejamagazine.com

Dirección:

Sonia Martínez
sonia@lamoralejamagazine.com
Elisa Tcach
elisa@lamoralejamagazine.com

Redacción:

Elisa Tcach | María Couso

Diseño y maquetación:

- Jimena Mas Paradiso
- Room Diseño

Publicidad y Relaciones

Públicas:

- Sonia Martínez
- Alicia López - Van Dam
Monsalve
- Juan Aldamizgogeoasca de la
Rica
- Miren Gutiérrez

Fotografía:

Elisa Tcach Kuper | @etcach

Imprime: Gráficas Jider

Depósito Legal M-30036-2023



JIBES

Imagine un lugar en su hogar donde cada encuentro es memorable.
En Jibes, diseñamos cocinas que son el perfecto telón de fondo para los momentos compartidos.
Espacios que aportan esa atmósfera donde las historias fluyen, y las cosas suceden.
Y todo ello, combinando funcionalidad, estilo y un toque de magia.



www.jibes.es

Avda. de la Ermita nº 1,
local 3, 28108 Alcobendas
T. 91 659 14 90 M. 618 38 71 44
E-mail: jibes@jibes.es



El personal que
recomendaríamos
para nuestro propio hogar.

SELECCIÓN PREMIUM DE PERSONAL DOMÉSTICO
ESPAÑA, EUROPA Y UK



Solicita tu
selección
personalizada
maidsespana.es

DISCRECIÓN · PROFESIONALIDAD · EXPERIENCIA · PERFILES EN HORAS · PERSONAL REFERENCIADO



14



36



56

Sumario

4 EDITORIAL

8 ENTREVISTAS

- **El mercadillo solidario de APSURIA**
Un evento con propósito, imprescindible en Alcobendas
- **Rocío Padura y el fenómeno Pop Up Chic**
Así nace la revolución de los markets
- **Garden Market**
El plan que ha conquistado Santo Domingo

14 ICONOS

- **Las Esclavas**
El corazón espiritual de La Moraleja que se resiste a desaparecer

18 EN PORTADA

- **Hammam Al Ándalus**
El bienestar empieza aquí

22 ACTUALIDAD

- **Norema Salinas**
La chef que conquistó San Francisco vuelve a casa
- **Voucler: el ritual del hogar llega a La Moraleja**
"Queremos que cada casa se convierta en un refugio de bienestar"
- **Maids & Co**
Dentro del hogar: la selección adecuada es una prioridad para las familias de La Moraleja

28 BIENESTAR Y SALUD

- **La CC Cream SPF50 de FARMA DORSCH**
Reconocida en los Premios Belleza con Influencia InStyle 2026
- **Paz Calap: autoconocimiento y bienestar consciente**
Una escuela online para mujeres que quieren vivir en paz

36 EDUCACIÓN

- **SEK-Ciudalcampo**
Mucho más que un colegio internacional
- **Brains Nursery Schools**
Elegir bien sus primeros años lo cambia todo
- **La VI Carrera Solidaria Liceo Europeo**
Reúne a 600 participantes para impulsar la educación en Uganda
- **St. George Madrid**
Un colegio británico internacional, entre los mejores de la capital
- **OnWorld Nazaret Global Education**
El Bachillerato Internacional que se adapta a la vida real

46 VIAJE

- **Cuatro capitales, un mismo viaje:**
de Budapest a Praga siguiendo el latido del Danubio

50 PLANES DE VERANO

- El sabor del verano tiene nombre: **Vermut de Verano Piripi**
- **Grupo Mentidero**
Tres maneras de saborear el verano
- **Madrid se rinde a la hamburguesa gourmet**
La obsesión foodie que conquista la ciudad
- **Bikini**
El arte de hacer hamburguesas memorables
- **Hamburguesa Marconi**
Sin pan, sin artificios, puro solomillo
- **Las Brasas del Mentidero**
Recetas adictivas con sabor a brasas
- **De Pasto.** Cien por cien carne IGP de Guadarrama picada a diario, sabor real sin florituras
- **Yelow Cab**
La hamburguesa que manda en Arroyo de la Vega
- **Hamburguesas con alma gastronómica**
Asta restaurante
- **OpenSky Alcobendas**
La gran novedad cultural que transformará las noches de julio

64 MOTOR

- **Lexus RZ**
El SUV eléctrico que redefine los viajes de larga distancia

Unimos las piezas del rompecabezas.

JUNTAMOS TU HOGAR CON EL COMPRADOR IDEAL.



916 503 011
moraleja@gilmar.es

916 236 650
santodomingo@gilmar.es

GILMAR
REAL ESTATE

DESDE 1983 - LÍDERES INMOBILIARIOS - RED INTERNACIONAL

El mercadillo solidario de APSURIA

Un evento con propósito, imprescindible en Alcobendas

Desde hace más de 50 años, APSURIA acompaña a personas con discapacidad severa y a sus familias, construyendo una red de apoyo cercana desde su sede de Arroyo de la Vega, en Alcobendas. La Fundación acaba de celebrar una de sus citas más esperadas: su tradicional mercadillo solidario, que se ha convertido en un plan imprescindible para los vecinos de La Moraleja y su entorno.

Durante tres días, el mercadillo reunió a más de una veintena de marcas, junto a propuestas de ocio y música en directo, actividades familiares, talleres... además de una zona de bar y terraza. Y si no has podido pasarte, celebran otros eventos con propósito durante el año, como su mercadillo de Navidad o el Déballage solidario.

Para Nuria López de la Hoz, vicepresidenta de la Fundación, este proyecto es también una historia personal. Hija de sus fundadores, vive APSURIA como una parte esencial de su vida, donde cada gesto y cada avance reflejan el valor de una comunidad comprometida.

La Moraleja Magazine.- ¿Qué significa para ti, el mercadillo solidario de APSURIA cada vez que llega el verano?

Nuria López de la Hoz.- Para mí, el mercadillo solidario es mucho más que un evento que llega con el verano. Supone meses de trabajo, coordinación y muchísimo esfuerzo por parte de profesionales, voluntarios y colaboradores, pero también es uno de los momentos más especiales del año.

Es un lugar de encuentro, de reencuentros y de comunidad. Un espacio donde personas muy diferentes se unen con un objetivo común: apoyar a nuestros chicos y dar visibilidad a la labor que realizamos cada día.

Además, el mercadillo tiene un impacto muy importante para APSURIA, porque los fondos recaudados nos ayudan a seguir ofreciendo apoyos y actividades fundamentales para la calidad de vida de las personas con discapacidad severa a las que acompañamos. El esfuerzo merece la pena.

LMM.- ¿Recuerdas algún momento especialmente emocionante?

NLH.- Hay muchos momentos emocionantes que se quedan grabados después de tantos mercadillos y eventos, y precisamente eso es lo que hace que cada esfuerzo tenga sentido. Pero, probablemente, lo más emocionante es comprobar año tras año que hay muchísimas personas dispuestas a ayudar y a sentirse parte de esta gran familia que es APSURIA. Cuando trabajas en un lugar con APSURIA, la generosidad es sin lugar a dudas la emoción que más nos pone la piel de gallina.

LMM.- Detrás de cada edición hay mucho trabajo. ¿Cómo se viven los días previos desde dentro?

NLH.- Los días previos se viven con muchísima intensidad. Detrás de cada edición del mercadillo hay meses de preparación y, cuando se acerca la fecha, todo se acelera: organización, recogida de donaciones, clasificación, montaje, coordinación de voluntarios, logística... Son días muy exigentes y con mucho trabajo. No debemos olvidar que todos los que estamos en el equipo de organización, tenemos otra importante función dentro de APSURIA, y esto es un extra que añadimos a nuestras desbordadas jornadas laborales y, además, sin poder gastar recursos para hacerlo como nos gustaría.

Pero también se viven con muchísima ilusión. Es emocionante ver cómo tantas personas se implican y arriman el hombro para que todo salga adelante.

LMM.- ¿Qué es lo que más te gusta ver cuando el mercadillo ya está en marcha?

NLH.- Lo que más me gusta es ver mucha gente que no conozco, porque eso significa que APSURIA está llegando mucho más lejos de lo que podemos alcanzar con nuestros medios. El ambiente que se crea. Ver el mercadillo lleno de vida.

Al final, más allá de la recaudación, que es fundamental, lo más valioso es sentir esa red de apoyo y solidaridad que se crea alrededor de APSURIA y de las personas con discapacidad severa a las que acompañamos.



LMM.- A nivel personal y profesional, ¿qué te ha aportado formar parte de APSURIA?

NLH.- APSURIA es mi forma de vida, lo fundaron mis padres hace más de 50 años, para mí es mucho más que un trabajo, es mi familia. Me ha aportado muchísimo, tanto a nivel profesional como personal.

Profesionalmente, me ha enseñado el verdadero valor del trabajo en equipo, de la constancia y del compromiso diario con las personas y sus familias. Trabajar en APSURIA exige una enorme implicación humana y profesional. Pero, sobre todo a nivel personal, APSURIA me ha enseñado a mirar la vida desde otro lugar. He aprendido de la capacidad de superación, de la importancia de los pequeños avances, de la empatía y del valor de los vínculos humanos auténticos.

También me ha dado la oportunidad de compartir camino con familias, profesionales y personas extraordinarias que dejan huella cada día. Después de vivirlo desde dentro, es imposible no sentir APSURIA como algo muy importante y muy cercano en tu vida.

LMM.- ¿Cómo podemos ayudar?

NLH.- Hay muchas formas de ayudar, y todas son igual de valiosas. A veces el impacto más grande viene precisamente

de hacer una buena comunicación y nosotros en eso no somos expertos.

Podéis ayudarnos, por ejemplo, dando visibilidad a nuestro trabajo: vecinos, empresas, colegios o redes de contacto. También apoyando iniciativas solidarias como nuestros mercadillos, colaboraciones puntuales o patrocinando proyectos concretos.

Otra vía muy importante es la colaboración de empresas o personas a nivel individual mediante donaciones, alianzas o incluso implicándose como voluntarios corporativos. Y algo que siempre funciona muy bien es transformar celebraciones personales -cumpleaños, aniversarios o eventos- en gestos solidarios que nos ayudan a seguir adelante.

Pero, sobre todo, lo más importante es entender que detrás de APSURIA hay personas con grandes necesidades de apoyo y familias que no caminan solas, y que necesitan una gran red de solidaridad. Cualquier forma de implicación, por pequeña que parezca, suma muchísimo y nos ayuda a seguir construyendo una comunidad más justa e inclusiva.

www.apsuria.org

Rocío Padura y el fenómeno Pop Up Chic

Así nace la revolución de los markets

Hablar de Pop Up Chic es hablar de uno de los formatos de shopping más reconocibles de España, pero también de una historia que comenzó muy cerca: en La Moraleja. Rocío Padura, periodista especializada en estilismo y decoración, supo ver -en plena crisis- una oportunidad donde otros veían dificultades. Junto a su socia, María Eugenia Fernández-Shaw, dio forma a un concepto pionero que reunía marcas con identidad propia en un mismo espacio, generando sinergias y acercando al público propuestas diferentes en entornos cuidados y cercanos.

Aquel primer impulso, que nace en el Centro Comercial El Encinar, ha evolucionado hasta convertir Pop Up Chic en un referente nacional, con eventos semanales y una comunidad fiel tanto de firmas como de visitantes. Siempre vinculada a La Moraleja, la marca ha sabido crecer sin perder su esencia: ofrecer una experiencia donde descubrir, conectar y emprender. Hoy, además, abre nuevas líneas como el “Deballage” de antigüedades, demostrando que la innovación sigue siendo parte de su ADN.

La Moraleja Magazine.- Algunos medios hablan de vuestros markets, ¿y dicen que sois pioneras en eso de los “pop up” en España!

Rocío Padura.- Sí, es cierto. Somos pioneras en Pop Up en España. Por ello la marca Pop Up Chic es todo un referente. Todo parte de una idea que surge de forma natural ya que por mis trabajos anteriores tenía contacto con

muchas firmas que sufrían con las ventas por una época de crisis. Por ello vi que había un hueco en el mercado que se basaba en reunir a firmas diferentes y que hicieran sinergia entre ellas.

Junto a mi socia, María Eugenia Fernández -Shaw, empezamos con un evento al mes y hasta ahora con uno todas las semanas en diferentes locales y por diferentes puntos de España. El inicio es importante, pero también lo es saberte mantener e irte adaptando al mercado.

LMM.- ¿Quién era Rocío Padura -profesionalmente hablando-, antes de Pop Up Chic?

RP.- Yo soy periodista y me especialicé en estilismo de decoración trabajando en revistas como *Nuevo Estilo* y *Habitania*, por ello siempre he estado en contacto con marcas de todo tipo. En un momento dado, la revista *Habitania* cerró por la crisis y, por esta trayectoria, se me ocurrió este proyecto en el que seguimos adelante. Además, como siempre he vivido en La Moraleja pensé que el sitio ideal era por la zona y así el inicio es en el Centro Comercial El Encinar de los Reyes.

LMM.- ¿Cuál es el secreto de vuestro éxito?

RP.- El ser pionero te hace ir siempre un paso por delante y la competencia que se incorpora siempre es inspirándose en este modelo de negocio. Por ello, vamos con un paso al frente. Esa es una responsabilidad que mantenemos con mucho esfuerzo y con mucho orgullo. Las nuevas organizaciones tienen mucho valor y nos aportan mucho, las respetamos las miramos con detalle. Pero el original es Pop Up Chic.



LMM.- Ahora habéis dado el salto a las antigüedades y el arte, ¿cuéntanos un poco?

RP.- Sí. Es de nuevo una nueva etapa independiente de la anterior y que está creciendo muy rápido. Esta nueva marca es el “Deballage” de La Moraleja. Es un proyecto apasionante que lleva ya tres ediciones y ha tenido una acogida espectacular. Una vez más, se inicia en La Moraleja en el Centro Comercial del Bulevar. Es un desembaraje al más estilo francés en el que los anticuarios de toda España, sur de Francia y Portugal llegan con sus más preciadas piezas.

Ahora en verano lo hacemos en Asturias, en concreto en Somió el 4 y 5 de julio. Luego en septiembre continuamos en el Centro Comercial de El Bulevar.

LMM.- Más allá de la venta, muchos emprendedores encuentran en estos espacios visibilidad y comunidad. ¿Qué papel crees que juegan los markets en el impulso del talento local?

RP.- Para los emprendedores es una muy buena opción participar en los markets ya que por una inversión muy pequeña pueden testar sus productos accediendo al cliente final de manera fácil y rápida. Yo recomiendo mucho a los emprendedores que vengan a los markets y, así, además de vender se dan cuenta de muchas cosas que les puede ayudar a continuar.

LMM.- En un entorno como La Moraleja y alrededores, ¿cómo ha evolucionado el perfil del público que os visita? ¿Qué se busca hoy en día?

RP.- La Moraleja ha crecido muchísimo pero la verdad es que en términos generales se ha mantenido el estilo de familia que siguen siendo las tradicionales. Por otra parte, se han incorporado las familias latinas que cada vez hay más y ayudan mucho en el consumo. El perfil de la Moraleja es muy concreto y es el que permanece. Buscan un estilo de market con firmas especiales que puedan ver cosas diferentes.

LMM.- Mirando al futuro, ¿hacia dónde quieres llevar Pop Up Chic? ¿Alguna primicia?

RP.- El futuro de Pop Up Chic lo veo muy estable y, eso sí, siempre introduciendo nuevas localizaciones en diferentes puntos de España.

En cierta manera, además de los locales permanentes que ya tenemos abiertos y queremos que permanezcan, el propio mercado nos está llevando a los inicios y reclamando eventos puntuales de un día o dos. Por lo que nos mantendremos y haremos los que llamamos especiales, que son estos markets más puntuales. El próximo es en el Centro Comercial de El Encinar el 19 y el 20 de junio.

LMM.- A nivel personal, ¿qué te ha enseñado este proyecto que no esperabas?

RP.- ¡Pues de todo! Desde estar siempre con la pila puesta y con los ojos bien abiertos, hasta la cantidad de personas que se han incorporado a mi vida y los amigos que voy haciendo. Es toda una experiencia vital y muy positiva.

www.popupchic.com

Garden Market

El plan que ha conquistado Santo Domingo

Más allá de un mercadillo al aire libre, Garden Market se ha consolidado como uno de los planes más esperados del calendario social de Santo Domingo. Una vez al mes, su Centro Comercial se transforma en un animado punto de encuentro donde descubrir marcas emergentes, encontrar piezas especiales y disfrutar de una jornada diferente sin salir de la zona norte.

Moda, bisutería, decoración, cosmética, propuestas gastronómicas y actividades para todos los públicos conviven en un ambiente relajado y cercano que invita a quedarse. Con conciertos, sorteos y sorpresas en cada edición, Garden Market ha sabido crear una comunidad fiel en torno al talento emprendedor y al placer de comprar con calma, convirtiendo cada cita en una auténtica experiencia para compartir con amigos y familia. Titi Bustillo de la Cierva, una de sus organizadoras, nos lo cuenta.

La Moraleja Magazine.- Garden Market se ha convertido ya en una cita imprescindible en Santo Domingo. ¿Cómo nace vuestra historia?

Titi Bustillo de la Cierva.- Detrás estamos Jany, mi socia y yo, fue una idea que surgió hace 6 años o así, como nos encantaba visitar mercadillos y comprar, pensamos que era una pena no tener nada así cerca de casa. Y como teníamos local alquilado con nuestro negocio en el Centro Comercial Santo Domingo, decidimos intentarlo, y cuatro amigas nos organizamos y arrancamos; ya habíamos hecho alguno en otros sitios cercanos, así que algo experiencia teníamos.

LMM.- Ahora parece que los mercadillos y pop up están de moda más que nunca, ¿cuál es la clave de vuestro éxito?

TBC.- Yo creo que la clave de nuestro éxito es cuidarlo, es decir, intentamos que los expositores sean variados, mantenemos la línea que gusta en la zona y escuchamos sugerencias para intentar que siempre funcione.

LMM.- El market mantiene una identidad muy reconocible. ¿Cómo definiríais el ADN de Garden Market?

TBC.- El ADN de Garden Market es claro, marcas que no tengan tienda, que sean emprendedores, que destaquen por algo y que la relación calidad precio sea razonable.

LMM.- La moda tiene un papel protagonista. ¿Qué tendencias estáis viendo entre los diseñadores y firmas que participan actualmente?

TBC.- En bisutería es clara la tendencia de todo al dorado mezclado con materiales, y ahora en verano colores flúor.

En moda vemos mucha variedad, tendencia romántica, flúor, casual, estamos en un momento muy mezcla, vintage, moderno, chic... ¡Tenemos de todo! En moda baño vemos también mucha mezcla, pero en general destacaría rayas y volantes.

LMM.- Uno de los grandes atractivos es la variedad de puestos: desde moda y accesorios hasta decoración o cosmética. ¿Cómo es ese proceso de selección?

TBC.- Intentamos conocer antes la marca, seguirla en redes para ver trayectoria y que venden, y si encaja en el target del market le damos paso, lo que queremos es que a los expositores les funcione venir y que vendan y repitan. Por eso es importante que conecte con el target.



Tenemos muchas marcas que empezaron hace cuatro años con nosotras y continúan edición tras edición, es una gozada la verdad.

LMM.- Más allá de la compra, Garden Market es también un punto de encuentro social en Santo Domingo. ¿Qué importancia tiene la experiencia y el ambiente en cada edición?

TBC.- El ambiente es relajado y divertido, la oferta gastronómica del Centro Comercial Santo Domingo nos ayuda mucho a darle un enfoque de entretenimiento, no solo es acudir a un mercadillo, es pasar el día, comer después con amigos allí, probar marcas nuevas, ya que también mezclamos con la moda y accesorios alimentación y bebidas. En definitiva, un día entretenido, y como es una vez al mes, se espera con ganas.

LMM.- ¿Podéis adelantarnos fechas y novedades de los próximos markets?

TBC.- El 6 de junio es el último antes de verano, al ser al aire libre en julio y agosto no tenemos edición ya que hace demasiado calor. ¡Volveremos en septiembre! Y fechas en breve, pero casi siempre el segundo o tercer sábado de mes.

LMM.- Después de haberos consolidado como un referente en la zona, ¿hacia dónde queréis evolucionar?

TBC.- Estamos genial donde estamos, no tenemos intención de crecer a otras zonas, solo queremos hacerlo mejor cada edición y seguir ofreciendo marcas y productos a esta zona. Como siempre, ¡con sorpresas en cada edición! Concursos, conciertos, bailes, etc.
Instagram: @garden.market141

Las Esclavas

El corazón espiritual de La Moraleja que se resiste a desaparecer

Entre chalets de lujo y bosques de encinas, la Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús -popularmente conocida como “Las Esclavas”-, ha sido durante décadas mucho más que un templo: un símbolo de identidad para La Moraleja. Hoy, su futuro vuelve a estar en el centro del debate, entre proyectos urbanísticos, movilización vecinal y la necesidad de preservar un patrimonio que forma parte de la memoria colectiva de la zona norte de Madrid.

Por eso, en esta edición de junio, en nuestra sección de ICONOS, queremos rendir homenaje a la historia de La Moraleja, y lo hacemos a través de esta Iglesia, construida en 1950 para acompañar espiritualmente a los vecinos de este exclusivo barrio de Madrid. Te lo contamos todo sin polémicas ni conspiraciones. Como diría Carrascal: “Así son las cosas, y así se las hemos contado”.

© @macoseriecosmos | www.macoartist.com | Fotos cedidas por Luis Benolier.

En el número 23 del paseo del Conde de los Gaitanes se levanta uno de los edificios más singulares -y discretos- de La Moraleja. La Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús, vinculada históricamente a la Congregación de las Esclavas del Sagrado Corazón, nació en un contexto muy distinto al actual: el de la España de la posguerra, cuando este enclave del norte madrileño estaba aún lejos de convertirse en la urbanización exclusiva que hoy conocemos, que da cobijo a empresarios de élite, futbolistas y aristócratas.

Retrocedemos algunos siglos atrás, concretamente al XVIII, cuando bajo el reinado de Carlos III se incorporaron estos terrenos de caza al patrimonio de la Corona, conocidos como la Dehesa o Monte de La Moraleja.

Ya en el siglo XX, la finca pasó a manos privadas -de la nobleza-, primero fueron terrenos de María de Cubas y posteriormente de su hijo, José Luis de Ussía, el Conde de los Gaitanes.

En los años 40, la zona que hoy conocemos como La Moraleja no era una urbanización, sino un entorno rural del municipio de Alcobendas: eran grandes fincas agrícolas y ganaderas, había pocas viviendas y no existía aún el concepto residencial exclusivo; era más bien la periferia rural de Madrid. No hay que olvidar que, en España, esos años fueron difíciles tras la guerra civil.

En 1946 se puso en marcha el primer plan urbanístico para convertir la antigua finca en una ciudad jardín. La sociedad Nueva Inmobiliaria Española S.A. (NIESA) empezaría a comercializar algunas de sus parcelas. Y en cuanto a Las

Esclavas, su origen se remonta a unos años después, en 1949, cuando el Conde de los Gaitanes, José Luis Ussía y Cubas, donó los terrenos a la congregación religiosa con un fin claro: favorecer el culto y la vida espiritual en la zona.

A comienzos de los años cincuenta, las religiosas levantaron el convento y su iglesia anexa, en un momento en que España trataba de reconstruirse. El conjunto —iglesia, claustro y dependencias conventuales— se integró en un entorno aún poco urbanizado, convirtiéndose en uno de los primeros focos de vida comunitaria en La Moraleja.

Durante décadas, esta iglesia funcionó como centro de culto y espiritualidad, con una presencia constante de la congregación, cuya misión ha estado siempre ligada a la educación y la vida religiosa activa.

Si hablásemos de “mentideros” en La Moraleja, éstos serían -sin duda- en la Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús.

Con el paso del tiempo, La Moraleja se transformó en una de las zonas residenciales más exclusivas de España, y Las Esclavas quedó integrada en ese nuevo paisaje social. Sin embargo, lejos de perder relevancia, el templo adquirió un carácter simbólico.

Para muchos vecinos, se convirtió en un referente espiritual y también en un punto de encuentro. Celebraciones religiosas y actos comunitarios consolidaron su papel como núcleo social en una urbanización caracterizada por su dispersión y privacidad. Aquí se han celebrado miles de bautizos, comuniones, bodas, funerales, eucaristías...

Su ubicación privilegiada, cerca de la Plaza de La Moraleja, ha contribuido además a reforzar su condición de icono local.



No en vano, diversos medios la han descrito como “la iglesia más VIP de Madrid”, reflejando su singular relación con el entorno socioeconómico que la rodea. Pero más allá de los clichés, esta discreta iglesia es patrimonio cultural y religioso de sus vecinos, y forma parte de la historia de Madrid.

Arquitectura funcional y discreta

Desde el punto de vista arquitectónico, “Las Esclavas” no responde a un estilo monumental ni busca el protagonismo visual. Se trata de una construcción sobria, austera, característica de la arquitectura religiosa de mediados del siglo XX en España.

El conjunto presenta una iglesia de líneas sencillas, integrada en un complejo conventual con crujías adosadas. La estética responde a criterios funcionales más que ornamentales, con una clara vocación de recogimiento y vida comunitaria.

Lejos de las grandes iglesias historicistas o neogóticas, aquí predomina la sobriedad: espacios amplios, iluminación natural y una disposición pensada para la liturgia y la

vida religiosa cotidiana. Esta discreción arquitectónica ha contribuido, paradójicamente, a su integración en el paisaje urbano de La Moraleja.

El inicio de la polémica

El equilibrio entre tradición y modernidad comenzó a resquebrajarse a finales de la década de 2010. La congregación, ante la falta de vocaciones y el mantenimiento de unas instalaciones de gran tamaño, decidió poner a la venta la propiedad.

La operación, valorada en torno a cinco millones de euros, generó una fuerte polémica. La noticia salió en muchos medios, con especulaciones y polémicas de todo tipo.

Por un lado, los herederos del conde donante criticaron la venta, recordando que los terrenos habían sido cedidos para fines religiosos. Por otro, vecinos y autoridades locales mostraron su preocupación ante la posibilidad de que el templo fuera demolido o transformado en un uso ajeno a su carácter original. Había que preservar su patrimonio cultural.

El conflicto no tardó en trasladarse al ámbito político y judicial. El Ayuntamiento de Alcobendas impulsó medidas para proteger el edificio, incorporándolo al catálogo de bienes protegidos, lo que limitaba cualquier intervención futura.

Tras varios recursos y un largo proceso se respaldó la protección del conjunto, obligando a garantizar la conservación del templo en cualquier operación urbanística.

Un futuro en transformación

En los últimos años, el destino del complejo ha seguido evolucionando. En 2019 la congregación vendió el complejo inmobiliario del que forma parte la iglesia a una sociedad patrimonial, siendo Brewster Academy Spain S.L. el actual



arrendatario, que ha puesto en marcha un centro educativo privado en el recinto.

El proyecto plantea una transformación del antiguo convento, pero con una condición clave: mantener la iglesia y su uso religioso. Esta solución intermedia busca compatibilizar el desarrollo urbanístico con la preservación patrimonial.

Paralelamente, ha surgido una iniciativa vecinal, la Asociación Amigos de la Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús La Moraleja, para garantizar la conservación del templo. Su creación refleja el arraigo que la iglesia mantiene entre sus residentes.

El objetivo no es solo evitar su desaparición, sino impulsar su rehabilitación y asegurar que siga siendo un espacio vivo, abierto al culto y a la comunidad.

Rehabilitación y retos pendientes

Uno de los principales desafíos actuales es el estado del edificio. Como ocurre con muchas construcciones de mediados del siglo XX, el paso del tiempo ha hecho necesaria una intervención significativa.

Los proyectos en marcha contemplan una rehabilitación que permita adaptar el inmueble a nuevos usos sin perder su esencia. Sin embargo, la financiación y la coordinación entre

propietarios, administración y vecinos siguen siendo aspectos clave que aún no se han resuelto.

Además, el equilibrio entre uso religioso, conservación patrimonial y desarrollo urbanístico plantea interrogantes sobre el futuro modelo de gestión de este espacio.

Hoy, la iglesia de Las Esclavas se encuentra en una encrucijada que va más allá de lo arquitectónico. Representa un debate más amplio sobre la identidad de La Moraleja: entre la exclusividad residencial y la preservación de su historia.

Lo que está en juego no es solo un edificio, sino un símbolo. Un lugar que ha acompañado la evolución de la zona desde sus orígenes rurales hasta su consolidación como enclave de alto nivel.

En ese sentido, el futuro de Las Esclavas dependerá de la capacidad de conciliar intereses diversos: económicos, sociales y patrimoniales. Un equilibrio complejo, pero imprescindible para que esta iglesia siga formando parte del paisaje -y de la memoria- de La Moraleja.

Porque más allá de su discreta arquitectura, Las Esclavas sigue siendo -para muchos- el corazón espiritual de La Moraleja. Un lugar que escapa a clichés y donde aún pervive un sentido de comunidad. Conservarla es, en el fondo, preservar la memoria viva de un barrio.

LEICHT.

THE ARCHITECTURAL KITCHEN



Espacio "ART IS NOW" | Museo Poldi Pezzoli | Milano Fuorisalone 2026

ZELARI de nuzzi

info +34 91 658 86 80 | direccion@zelari.es | www.zelari.es

RESERVE SU CITA ONLINE

SHOWROOMS cocinas

Príncipe de Vergara, 44_ Madrid
Paseo San Francisco de Sales, 32_ Madrid
Alcalde Sáinz de Baranda, 63_ Madrid
Avenida de Europa, 18_ Pozuelo de Alarcón

SHOWROOM cocinas | armarios | vestidores

Avenida Montes de Oca, 19_ San Sebastián de los Reyes



Hammam Al Ándalus

El bienestar empieza aquí

Hammam Al Ándalus no es un spa ni una tendencia pasajera. Es la reinterpretación contemporánea de una tradición milenaria que entendía el agua como fuente de cuidado, encuentro y regeneración. Inspirados en la cultura andalusí, sus espacios de Madrid, Granada, Córdoba, Málaga y Palma de Mallorca invitan a desacelerar a través de rituales donde la piedra, la penumbra, el sonido del agua y los aromas botánicos crean una atmósfera única. Una experiencia sensorial concebida para recuperar el equilibrio y reconectar con uno mismo, cuyos beneficios sobre la reducción del estrés y la regulación del organismo cuentan hoy, además, con el aval de la ciencia.

Hubo un tiempo en que el lujo se medía en metros cuadrados, coches exclusivos o viajes imposibles. Hoy, en un mundo que parece haber olvidado cómo detenerse, el verdadero privilegio es otro: encontrar un lugar donde se para el tiempo y el cuerpo recuerda algo esencial, cómo descansar.

Madrid vive deprisa. Entre reuniones, notificaciones y agendas imposibles, el bienestar ha dejado de ser un

capricho para convertirse en una necesidad. Y quizás por eso, mientras la palabra "wellness" se multiplica en redes sociales y escaparates, existe un espacio que lleva más de veinticinco años defendiendo una idea mucho más profunda: parar.

Hammam Al Ándalus fusiona tradición y modernidad en un refugio inspirado en la cultura andalusí, donde cada detalle -la piedra, la penumbra, el sonido del agua, los aromas botánico- parece diseñado para recordarnos que el bienestar no consiste en hacer más, sino en aprender a bajar el ritmo.

Atravesar sus puertas supone entrar en otra dimensión, una dimensión en la que fluir por termas templadas, calientes y frías, salas de vapor y rincones concebidos para la contemplación. No hay prisas ni itinerarios rígidos. El cuerpo encuentra su propio compás entre contrastes térmicos que activan la circulación, relajan la musculatura y favorecen una profunda sensación de descanso.

Sin embargo, quienes repiten la experiencia coinciden en señalar que el verdadero viaje sucede en el interior. Lo que comienza como una pausa física termina convirtiéndose en una forma distinta de habitar el presente. La respiración se hace más lenta. Los pensamientos pierden intensidad. La tensión acumulada durante semanas parece diluirse, gota a gota, en el agua.

Detrás de este proyecto está José María García, psicólogo de formación y apasionado de la cultura del agua. Hace más de dos décadas comprendió que aquellos antiguos baños andalusíes no eran únicamente un vestigio arquitectónico, sino una respuesta extraordinariamente vigente a una necesidad profundamente humana.

"Más que un negocio, vi la oportunidad de recuperar un ritual de pausa y emoción que el mundo moderno había olvidado", explica. "Entendí que el hammam no era solo un baño, sino un espacio de encuentro y serenidad".

Esa filosofía continúa definiendo hoy cada una de las experiencias de Hammam Al Ándalus. Los rituales de masaje inspirados en la tradición oriental, los tratamientos corporales con aceites esenciales y las propuestas sensoriales convierten cada visita en algo profundamente personal. No se trata únicamente de recibir un masaje o disfrutar de un circuito termal, se trata de reconectar con uno mismo.

El bienestar que también se puede medir

En los últimos años, el bienestar ha dejado de entenderse únicamente desde la intuición para abrirse paso también en el ámbito científico. Y Hammam Al Ándalus ha querido

En portada

explorar precisamente esa frontera entre lo que sentimos y lo que puede medirse.

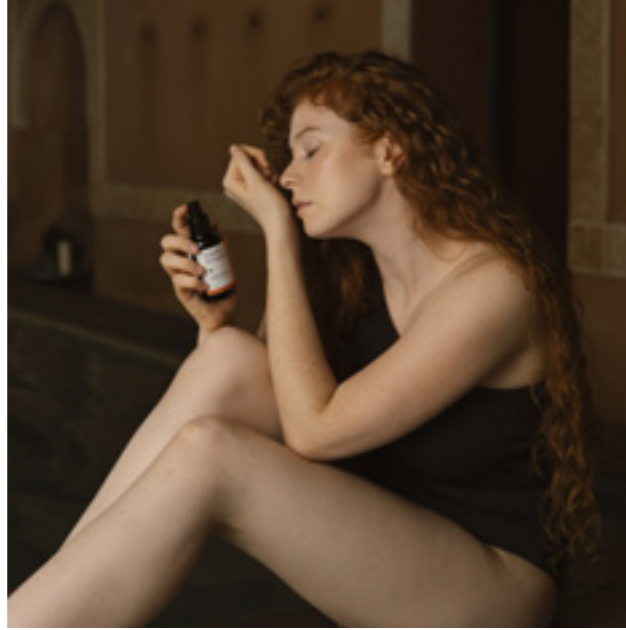
En colaboración con la Universidad de Granada, impulsó una investigación dirigida por la doctora Irene Cantarero para analizar el impacto fisiológico de la experiencia completa del hammam. Los resultados fueron reveladores.

Los participantes mostraron una reducción significativa de los niveles de cortisol -la hormona relacionada con el estrés- y una mejora de la variabilidad de la frecuencia cardiaca, uno de los indicadores más importantes de la capacidad del organismo para adaptarse y recuperarse.

"No hablamos únicamente de una sensación subjetiva de bienestar", explica Manuel Arroyo, asesor médico científico de Hammam Al Ándalus. "Existen respuestas biológicas objetivas que pueden cuantificarse".

Más interesante aún fue comprobar que la combinación de agua, temperatura, masaje y descanso generaba beneficios superiores a los observados en otros contextos de relajación. La experiencia, en su conjunto, parecía actuar como una auténtica herramienta de regulación del sistema nervioso.

En una época en la que vivir estresados se ha normalizado, recuperar espacios que favorezcan la calma adquiere una dimensión casi terapéutica.



Espacio Halmma: una experiencia para los sentidos

Pero Hammam Al Ándalus no ha dejado de evolucionar. Fruto de esa búsqueda nació Espacio Halmma, una propuesta aún más inmersiva donde el bienestar se convierte en un lenguaje que involucra todos los sentidos. Luz, aromas, tacto, agua y silencio se combinan para crear una experiencia diseñada para dejar fuera el ruido y entrar en un lugar donde el tiempo cambia de ritmo.

Así, Espacio Halmma te traslada a la esencia del proyecto, a una experiencia todavía más sensorial donde el cuidado no



se limita al bienestar físico, sino que involucra también las emociones, los sentidos y la forma en que nos relacionamos con nuestro entorno.

A través del agua, el masaje, la luz, los aromas y el propio espacio, Halmma busca crear una pausa real en medio del ritmo acelerado de la vida cotidiana.

El Jardín de Hammam

La misma filosofía inspira *El Jardín de Hammam*, su línea de cosmética botánica. Lejos de concebirse como un simple complemento comercial, nace como una extensión natural de la experiencia. Aceites, brumas, exfoliantes, sérums y tratamientos elaborados con ingredientes de origen natural permiten trasladar parte de ese ritual cotidiano al hogar.

Entre sus últimas incorporaciones destaca *Ánima Oliva*, formulada a partir del ácido maslínico presente en la piel de

la aceituna, un activo que ha despertado el interés científico por sus propiedades antioxidantes y regeneradoras.

Pero el mayor acierto de Hammam Al Ándalus es haber entendido algo que cada vez más personas empiezan a reivindicar: el bienestar no debería reservarse para ocasiones excepcionales. No es una recompensa. No es una tendencia. No es un lujo superficial. Es una práctica cotidiana.

Más de veinticinco años después de recuperar la tradición del hammam andalusí, el proyecto continúa creciendo sin renunciar a aquello que lo hizo diferente desde el principio: ofrecer un lugar donde descansar de verdad.

Porque quizá el mayor privilegio contemporáneo no sea disponer de más tiempo, sino aprender a habitarlo de otra manera.

Y en el corazón de Madrid, concretamente en Puerta de Hierro, Plaza Mayor y en la zona de Salesas, entre el rumor del agua y la penumbra serena de Hammam Al Ándalus, esa posibilidad existe.

www.hammamandalus.com

Norema Salinas

La chef que conquistó San Francisco vuelve a casa

Empresaria, chef y pionera en transformar el concepto del catering tradicional en España, Norema Salinas regresa a Madrid con la misma pasión que la convirtió en referente hace tres décadas. Tras una enriquecedora etapa en San Francisco, vuelve con nuevas ideas, una mirada más internacional y la convicción de que los grandes eventos se construyen a partir de los pequeños detalles, ¡y de las grandes recetas!

La Moraleja Magazine.- ¿Quién es Norema Salinas?

Norema Salinas.- Para quienes aún no me conocen de cerca, me defino como una apasionada de la vida, de los detalles y, por supuesto, de la buena mesa. Soy una empresaria y chef californiana, pero con un corazón profundamente multicultural gracias a mis raíces brasileñas y libanesas, y mi amor por España. Esa mezcla tan viva de culturas me impulsó a fundar Norema Salinas Catering en Madrid, en 1996.

En aquel momento me propuse un reto precioso: revolucionar el concepto del catering tradicional en España. Quise fusionar la riqueza de la gastronomía internacional con el producto espectacular que tenemos en España, pero dándole un giro total en la puesta en escena. Fuimos pioneros en crear montajes que no solo alimentaban, sino que sorprendían visualmente a través del menaje, las texturas y una decoración con alma.

Tras años vistiendo las bodas exclusivas, grandes eventos corporativos y apareciendo en cabeceras que tanto quiero como *Telva*, *Woman* o *Cinco Días*, hoy regreso con la misma energía del primer día, pero con la mente rebosante de ideas frescas, nuevas tendencias gastronómicas y montajes que os van a enamorar. ¡Estoy feliz de estar de vuelta!

LMM.- ¿Por qué "Norema is back"?

NS.- ¡Porque vuelvo con la maleta llena de inspiración y el corazón contento! Entre 2015 y 2024, decidí hacer una pausa

vital en Madrid y mudarme a San Francisco. Mis padres estaban mayores y sentía la necesidad profunda de estar cerca de ellos. Fue una decisión con el corazón, pero que profesionalmente se convirtió en una aventura increíble.

Durante esos años, mi equipo en Madrid continuó funcionando con éxito en bodas, eventos corporativos, menús diarios para empresas y, como curiosidad que muchos no saben, ¡siendo la cocina detrás del famoso programa de televisión *First Dates*!

Mientras tanto, al otro lado del charco, no me quedé de brazos cruzados. Tuve el privilegio de trabajar en uno de los caterings más prestigiosos de California: Betty Zlatchin Catering. Allí, como ejecutiva de ventas y producción, lideré eventos de hasta 1.700 personas en los espacios más espectaculares de la Bahía de San Francisco. Diseñé experiencias para clientes tan exigentes como Google, la Universidad de Stanford o el San Francisco Ballet.

¿Y lo mejor de todo? Que ese puente nunca se ha roto. Sigo manteniendo mi cartera de clientes en California. ¡Eso es "Norema is Back"! El regreso de una cocina sin fronteras.

LMM.- ¿Qué te has traído de San Francisco?

NS.- Me he traído una maleta revolucionaria llena de frescura, diseño y, sobre todo, una nueva forma de entender el flow, el ritmo y el arte de recibir en casa! San Francisco es un crisol de culturas y el epicentro de la gastronomía global. Al trabajar allí para un público internacional muy exigente, perfeccioné algo que me apasiona: la capacidad de conectar con los invitados a través de los sabores de su propia tierra.

Hoy en día, La Moraleja es una comunidad maravillosamente cosmopolita. Muchas familias de origen mexicano, venezolano, colombiano o dominicano disfrutan abriendo las puertas de sus espectaculares casas para celebrar a lo grande. Mi gran aprendizaje en Estados Unidos es que un catering de alta gama debe ser flexible y dominar la autenticidad. Nos hemos



especializado en elevar la gastronomía latinoamericana al nivel gourmet, ya sea recreando la sofisticación de unos bocados tradicionales o la calidez de un plato emblemático de su infancia; adaptamos nuestra cocina a lo que el anfitrión nos sugiera para que se sienta verdaderamente en casa.

Además, California me ha inspirado a diseñar menús inclusivos. Hoy en día las opciones veganas, vegetarianas o sin gluten son una realidad en cualquier evento. Un gran ejemplo es nuestra Rosette de Calabacín rellena de un pilaf de quinoa con garbanzos, queso feta vegano y fondue de tomate; o nuestra deliciosa Empanada de Quinoa.

Por supuesto, esta apertura al mundo convive en perfecta armonía con nuestro pilar fundamental: la cocina española. El secreto está en ese equilibrio.

LMM.- Después de 30 años, ¿qué te sigue emocionando de montar un evento desde cero?

NS.- ¡Me sigue emocionando absolutamente todo! No hay nada como el subidón de coger una idea en papel y ver cómo cobra vida. Para mí, la magia ocurre cuando logramos que todo tenga un hilo conductor y un sentido perfecto: que la gastronomía converse con el ambiente, que la iluminación encaje con la decoración y que cada pequeño rincón tenga un porqué. Adoro sentarme a diseñar puntos estratégicos del evento y luego verlos materializados. Esa felicidad de los invitados es lo más gratificante de mi carrera.

LMM.- Hablemos de vuestros "platos estrella"...

NS.- Nuestra gran estrella en plato principal sigue siendo el Meloso de Buey (rabo de toro) con Boletus, deshuesado y envuelto en una delicada crepineta de berenjena. ¡Es un éxito rotundo! Pero si hablamos de bocados pequeños, nuestras "Pequeñas Maravillas" se llevan la palma. Tenemos nuestra famosa Teja de parmesano con steak tartar y rúcula frita -por la que, el mismísimo Juan Mari Arzak nos felicitó en su día-. También triunfa la Mini hamburguesita de rabo de toro con daikon rallado y alioli de trufa.

LMM.- Tu historia personal mezcla varios países y culturas. ¿Qué plato de la carta representa mejor este recorrido tan viajado?

NS.- Sin duda, nuestra Tapita de hummus cremoso con ragout de meloso de buey y su caramelo, o la versión de Hummus cremoso con pollo de corral frito, salsa verde de dátiles y especias árabes. Es la perfecta unión de Oriente y Occidente. También me define mucho la crema de calabaza con manzana al curry, servida con crème fraîche y pepitas de calabaza caramelizadas; o nuestra famosísima Carrot Cake, que elaboramos siguiendo al pie de la letra la receta que yo misma hacía cuando era pequeña en California.

LMM.- ¿Recuerdas el primer evento en el que pensaste: "Esto ya va en serio"?

NS.- ¡Imposible olvidarlo! Fue un evento conjunto para Devota & Lomba, Motorola y De Beers en la Casa Oquendo, un chalet precioso en El Viso que se alquilaba entonces para eventos. Diseñé un menú sencillo de cuatro variedades, pero la puesta en escena fue rompedora: los camareros eran guapísimos y vestían chaquetas diseñadas por Devota & Lomba. ¡Allí empezó todo!

www.noremasalinas.com

Voucler: el ritual del hogar llega a La Moraleja

“Queremos que cada casa se convierta en un refugio de bienestar”

La decoración ha dejado de ser una cuestión puramente estética para convertirse en una herramienta de bienestar. Bajo esta filosofía nace Voucler, la firma especializada en textiles, baño y fragancias para el hogar que acaba de inaugurar su nueva tienda en Moraleja Green. Detrás del proyecto están Giuliana y Márcio Kaufman, emprendedores con trayectoria internacional afincados en España que han trasladado al universo doméstico una idea sencilla: convertir el hogar en un espacio capaz de generar calma, confort y equilibrio.

Con una propuesta que combina diseño, calidad y una experiencia de compra inspiradora, Voucler desembarca en La Moraleja con la intención de transformar los pequeños gestos cotidianos en auténticos rituales de bienestar.

La Moraleja Magazine. - ¿Qué necesidad detectasteis en el mercado de La Moraleja?

Voucler. - Observamos un público cada vez más interesado en cuidar su entorno doméstico de forma consciente. La Moraleja valora la calidad, el diseño y el bienestar, pero faltaba una propuesta que reuniera esos tres elementos desde una perspectiva cercana y contemporánea. Queríamos acercar productos cuidadosamente diseñados a personas que entienden su hogar como un espacio esencial para desconectar y disfrutar.

LMM. - ¿Quién está detrás de Voucler?

V. - Detrás del proyecto estamos Giuliana y Márcio Kaufman. Aunque nuestra trayectoria ha estado vinculada al desarrollo empresarial y de marcas internacionales, compartíamos una

inquietud común: comprender cómo los espacios influyen en nuestro bienestar.

Durante años observamos cómo hoteles, spas y proyectos de hospitality conseguían generar sensaciones de calma y confort. Esa reflexión nos llevó a investigar qué hace que una persona se sienta realmente bien en un espacio. Así nació Voucler, no como una marca de decoración, sino como una propuesta de bienestar para el hogar.

LMM. - La marca habla de convertir la casa en un espacio de calma. ¿Cómo se traduce esa filosofía?

V. - Todo comienza con una cuidada selección de materiales, texturas y aromas. Cada producto está pensado para aportar sensaciones agradables y duraderas. Desde la suavidad de una ropa de cama hasta una fragancia que transforma una estancia, buscamos crear una experiencia sensorial completa.

La tienda sigue esa misma filosofía. Hemos diseñado un espacio donde el cliente puede descubrir, tocar e inspirarse. No queríamos crear simplemente un punto de venta, sino un lugar donde detenerse y disfrutar.

LMM. - Apostáis por la calidad y el diseño, pero con una vocación accesible. ¿Cómo encontráis ese equilibrio?

V. - Creemos que el buen diseño no debería ser un lujo reservado a unos pocos. Trabajamos con proveedores especializados, seleccionamos materiales de alto rendimiento y apostamos por diseños atemporales que superan las tendencias pasajeras. Nuestro objetivo es que el cliente perciba el valor



de cada pieza tanto por su estética como por su funcionalidad y durabilidad.

LMM. - ¿Qué significa para la marca llegar a Moraleja Green?

V. - La acogida ha sido extraordinaria. Moraleja Green representa un entorno muy alineado con nuestros valores: calidad, estilo de vida y una experiencia de compra relajada. Para nosotros supone acercarnos a una comunidad que aprecia los detalles y entiende el hogar como una extensión de su personalidad.

LMM. - ¿Qué queréis que sienta el cliente cuando entra en Voucler?

V. - Nos gustaría que sintiera calma desde el primer momento. Vivimos en una época acelerada y creemos que comprar para el hogar puede convertirse en una experiencia pausada y agradable. Queremos que quien entre encuentre inspiración y salga con la sensación de haberse dedicado unos minutos a sí mismo.

LMM. - ¿Qué papel juegan los textiles, el baño y las fragancias en ese “ritual del hogar”?

V. - Cada categoría cumple una función específica. Los textiles aportan confort; las piezas de baño convierten las rutinas diarias en momentos de cuidado personal; y las fragancias tienen la capacidad de despertar emociones y crear recuerdos. Cuando todos estos elementos conviven en armonía, el hogar deja de ser solo un lugar donde vivimos para convertirse en un espacio que nos cuida.

LMM. - ¿Cómo imagináis Voucler en los próximos años?

V. - Queremos consolidar una comunidad de clientes que comparten nuestra visión del hogar como refugio emocional. Más allá de abrir nuevas tiendas, nuestra ambición es convertirnos en una referencia para quienes buscan calidad, diseño y autenticidad en su día a día. Si conseguimos que nuestros clientes lleguen a casa y se sientan mejor gracias a lo que hemos creado, habremos cumplido nuestra misión.

www.voucler.com

Maids & Co

Dentro del hogar: la selección adecuada es una prioridad para las familias de La Moraleja

En zonas residenciales como La Moraleja, donde la privacidad y la confianza forman parte del día a día, la elección de una persona para trabajar dentro del hogar se ha convertido en una decisión cada vez más delicada.

Porque hoy las familias no buscan únicamente experiencia doméstica. Buscan tranquilidad, continuidad y reducción de riesgos dentro de casa.

“Muchas veces el problema no es encontrar candidatas, sino encontrar a la persona adecuada para esa familia concreta”, explica Isabella, fundadora de Maids & Co.

La agencia nació hace más de 15 años, cuando Isabella buscaba ayuda para su propia familia, descubrió un mercado excesivamente improvisado: currículums poco filtrados, referencias difíciles de verificar y procesos centrados únicamente en experiencia técnica. Fue entonces cuando comenzó a desarrollar un sistema propio de selección basado no solo en habilidades, sino también en compatibilidad humana, estabilidad emocional y capacidad de adaptación dentro de cada hogar.

Ese enfoque se convirtió en la base de Maids & Co, que hoy trabaja con familias nacionales e internacionales en Madrid, Barcelona, Marbella, toda España y distintos puntos de Europa, especialmente con perfiles que valoran la discreción, la continuidad y el trato personalizado.

Mucho más que experiencia

En un hogar, la parte técnica es importante, pero no suficiente. “La convivencia tiene un componente humano enorme. Hay niños, rutinas, privacidad y estilos de vida muy distintos. Un buen encaje no depende solo de saber hacer bien el trabajo, sino de cómo encaja esa persona dentro de la dinámica familiar”, explica Isabella.

Por eso, uno de los pilares de Maids & Co es su sistema de selección y matching. Cada búsqueda comienza con un análisis detallado de las necesidades reales de la familia: horarios, estilo de vida, personalidad, prioridades y expectativas. A partir de ahí, el equipo activa un proceso que combina entrevistas, validación documental y verificación directa de referencias.



La agencia ha incorporado además herramientas basadas en inteligencia artificial que ayudan a organizar miles de variables y detectar perfiles especialmente compatibles para cada familia.

“Preferimos presentar pocas candidatas, pero realmente alineadas con lo que ese hogar necesita”. Y es que muchos clientes llegan a la agencia después de experiencias negativas buscando por su cuenta.

El verdadero lujo: la tranquilidad

Todas las candidatas pasan por un proceso interno de evaluación antes de ser presentadas a una familia. Pero, según Isabella, hay aspectos que no aparecen en un currículum.

“La discreción, la actitud o la capacidad de adaptación son igual de importantes. Al final, estamos hablando de personas que entran en el espacio más privado de una familia.”

Lejos de los modelos impersonales, Maids & Co ha construido su reputación a través de recomendaciones y relaciones a largo plazo. Porque, en un momento en el que muchas familias priorizan tiempo y estabilidad, el verdadero lujo hoy es la tranquilidad dentro del hogar.

www.maidsespana.es

Amavir Ciudadcampo
Residencia para mayores

Vive tu mejor verano
con nosotros

Estancias con todas las comodidades y la mejor atención profesional para disfrutar del verano con tranquilidad y bienestar.



TODAS LAS COMODIDADES
 Instalaciones adaptadas y atención 24h para tu tranquilidad.



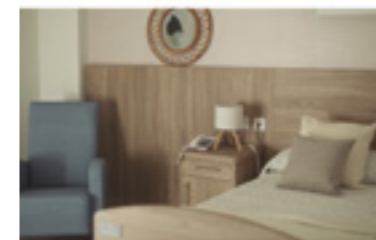
ATENCIÓN PROFESIONAL
 Equipo especializado que cuida cada detalle para tu bienestar.



ACTIVIDADES Y OCIO DIARIO
 Talleres, cultura, ejercicio y eventos pensados para estimular cuerpo y mente.



ESPACIOS PARA DISFRUTAR
 Jardines, terrazas y zonas comunes elegantes y acogedoras.



Escanea el código QR para más información

910 685 487

amavir.es



Bienestar y salud

El verano invita a bajar el ritmo, reconectar con el cuerpo y escuchar aquello que el día a día suele silenciar. En esta edición exploramos nuevas formas de cultivar el bienestar físico y mental, desde hábitos saludables y ejercicio consciente hasta estrategias para gestionar el estrés y encontrar espacios de calma. Porque cuidarse no es una tendencia estacional, sino una inversión permanente en calidad de vida, equilibrio y felicidad. Disfrutar del verano también significa aprender a sentirse bien por dentro.



No queríamos crear otra CC CREAM.

Queríamos una fórmula que dejara la piel bonita, luminosa y natural... sin sentir que llevas maquillaje.

Un efecto "buena cara" al instante.

VITAMINA C

Luminosidad y acción antioxidante

SPF 50

Protección solar alta UVB/UVA
Luz azul - Polución

UN SOLO TONO

Se adapta a tu piel

EFFECTO BUENA CARA

Cobertura ligera y natural

Disponibile en farmacias, parafarmacias
y en farmadorsch.com



La crema que mejora la piel sin esconderla

La CC CREAM SPF50 de FARMA DORSCH ha sido reconocida con el Premio Belleza con Influencia InStyle 2026. Una fórmula creada para cuidar, proteger y conseguir ese efecto "buena cara" que no parece maquillaje.

Hay productos que se prueban una vez y se olvidan, y otros que terminan ocupando un lugar permanente en el neceser. La CC CREAM SPF50 de FARMA DORSCH pertenece a esa segunda categoría.

Su verdadero atractivo no está en cubrir la piel ni en transformarla, sino en conseguir algo mucho más difícil: que se vea más bonita sin dejar de parecer piel. Su textura ligera ayuda a unificar visualmente el tono, aporta luminosidad y deja un aspecto fresco y descansado, incluso en esos días en los que el rostro no refleja precisamente ocho horas de sueño.

Es una fórmula pensada para las mañanas reales. Para cuando queremos vernos favorecidas, pero no maquilladas. Para quienes prefieren una piel luminosa, uniforme y natural antes que una cobertura pesada.

A ese efecto inmediato se suma una protección solar alta SPF50 frente a la radiación UVB y UVA, además de protección frente a la luz azul y la polución. La fórmula incorpora vitamina C, de acción antioxidante, y se presenta en un solo tono concebido para adaptarse visualmente a la piel.

Cuidado, protección y efecto buena cara: tres gestos reunidos en uno.

No es una base de maquillaje ni pretende serlo. Es una fórmula híbrida creada para acompañar a la piel durante todo el día y simplificar una rutina que, en ocasiones, se había vuelto innecesariamente complicada.

Ese equilibrio entre tratamiento, protección y acabado natural ha sido reconocido con el Premio Belleza con Influencia InStyle 2026, recogido por Coral Márquez Dorsch, CEO de FARMA DORSCH y representante de la segunda generación de una familia vinculada desde hace más de cuatro décadas al desarrollo dermocosmético.

El premio confirma algo que muchas de sus



Premio Belleza con Influencia InStyle 2026

usuarias ya habían descubierto: que no siempre hacen falta varias capas de producto para verse bien. A veces basta con una fórmula realmente bien pensada.

"No queríamos crear otra CC CREAM"

La frase con la que FARMA DORSCH presenta el producto resume también la intención con la que fue formulado:

«No queríamos crear otra CC CREAM. Queríamos una fórmula que dejara la piel bonita, luminosa y natural... sin sentir que llevas maquillaje. Un efecto "buena cara" al instante».

No es únicamente una declaración de producto. Es

también una manera de entender la belleza: menos artificio, más criterio y fórmulas diseñadas para integrarse en la vida cotidiana.

En mi caso, se ha convertido en una de esas cremas de cabecera a las que siempre se vuelve. Hay días en los que no necesito nada más. Deja la piel luminosa, favorecida y protegida, sin la sensación de llevar una base de maquillaje.

Probablemente ahí reside la verdadera razón de su éxito: mejora el aspecto de la piel sin esconderla.



Hacían Clean Beauty antes de que tuviera nombre

Detrás de la CC CREAM premiada hay mucho más que un producto de éxito: un laboratorio español con más de 40 años de historia, desarrollo propio y tres generaciones de una familia.

FARMA DORSCH no nació alrededor de una tendencia. Nació como laboratorio.

Su fundadora, la doctora Ana Frida Dorsch, doctora en Medicina Natural, defendió desde 1983 una forma de entender la cosmética en la que la eficacia debía convivir con el respeto por la piel. Su conocimiento de la medicina natural y su interés por la selección rigurosa de los ingredientes dieron origen a un proyecto que se adelantó a muchas de las ideas que hoy asociamos con la Clean Beauty.

Mucho antes de que se hablara de belleza limpia, tolerancia cutánea o cosmética consciente, FARMA DORSCH ya investigaba cómo desarrollar fórmulas eficaces y especialmente respetuosas con las pieles sensibles.

Más de cuatro décadas después, el proyecto continúa en manos de la familia. Coral, Isabel y Sonia Márquez Dorsch representan la segunda generación dentro de una familia de ocho hermanos. Y ahora empieza la tercera generación.

Esa continuidad familiar no ha impedido que la compañía evolucione. Al contrario. FARMA DORSCH mantiene algo poco habitual dentro del sector: laboratorio propio, departamento de I+D y control directo sobre el desarrollo y la fabricación de sus fórmulas.

Este conocimiento permite trabajar el cuidado desde una visión completa. La firma no se limita a una única categoría, sino que investiga y desarrolla tratamientos faciales, corporales y capilares, además de complementos alimenticios.

Esa mirada global explica que la CC CREAM no sea un éxito aislado.

Entre sus productos más reconocidos se encuentra SAMBHALA®, el complemento antiedad inspirado en la ciencia del NAD+. Su fórmula combina 250 mg de DHA y EPA con resveratrol, coenzima Q10, granada, vitamina C y magnesio, dentro de una propuesta concebida para acompañar el bienestar celular y el cuidado antiedad desde el interior.

En el área capilar destaca la línea de GO ORGANIC, con su champú anticaída formulado con vitaminas B5, B6 y zinc. Y en el cuidado corporal, Body Bronzing se ha convertido en uno de los productos más reconocibles de la casa: un



maquillaje corporal de efecto luminoso que ha ganado visibilidad entre profesionales de la belleza, prescriptoras y rostros conocidos.

Son fórmulas diferentes, pero todas parten de una misma pregunta: ¿qué necesita realmente la persona que va a utilizarlas?

De la farmacia al mercado internacional

FARMA DORSCH mantiene una estrecha vinculación con el canal farmacéutico. Sus productos están presentes en farmacias y en las parafarmacias de El Corte Inglés, además de en su tienda online.

Esa presencia aporta algo especialmente valioso en cosmética: confianza, asesoramiento y cercanía con la consumidora. Al mismo tiempo, la compañía continúa avanzando en su expansión internacional, llevando fuera de España una manera propia de entender la dermocosmética basada en la investigación, el desarrollo propio y una identidad familiar que permanece incluso a medida que la empresa crece.

Este año, además del premio concedido a la CC CREAM SPF50, FARMA DORSCH ha recibido el reconocimiento como PYME Innovadora, otorgado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Un distintivo que pone en valor la actividad de investigación y desarrollo realizada por el laboratorio.

Puede que la CC CREAM haya sido la puerta de entrada para muchas mujeres. Pero una vez dentro, el descubrimiento es mayor: una firma española con historia, laboratorio propio y un universo de cuidado que abarca el rostro, el cuerpo, el cabello y la belleza desde el interior.

Quizá ese sea el verdadero interés de FARMA DORSCH. No solo haber creado una crema premiada, sino llevar más de 40 años formulando productos que responden a necesidades reales y terminan encontrando un lugar estable en la rutina de quienes los prueban.

CURSO INTENSIVO DE

VERANO

YOGA • RELAJACIÓN • RESPIRACIÓN
MEDITACIÓN • FILOSOFÍA

8 ENCUENTROS
— 2 SEMANAS —

Del lunes 29 de junio
al jueves 2 de julio

Del lunes 6 de julio
al jueves 9 de julio

El curso completo son
8 encuentros

Puedes realizar el curso completo
o asistir por semanas o
sesiones individuales

CURSO COMPLETO
8 ENCUENTROS

160 €

Las 2 semanas

1 SEMANA
(5 SESIONES)

100 €

Elige una semana

SESIÓN SUELTA

35 €

Asiste a la sesión
que elijas

RESPIRA. CONECTA. TRANSFORMA TU VERANO. ♥

alicia@lacasadelaluna.org | Tlfn / WhatsApp: 609764179 | @lacasadelaluna_encinar

@lacasadelaluna_encinar

Paz Calap: autoconocimiento y bienestar consciente

Una escuela online para mujeres que quieren vivir en paz

Diez años después de fundar su escuela de desarrollo personal y autoconocimiento, la coach Paz Calap celebra una década acompañando a mujeres en su camino hacia el bienestar. Con motivo de este aniversario, reflexiona sobre su propia transformación, el poder de la paz interior y los aprendizajes que han marcado una trayectoria dedicada a ayudar a otras personas a vivir con más plenitud.

La Moraleja Magazine.- ¿Qué se rompió dentro de ti para empezar a reconstruirte?

Paz Calap.- Realmente no hubo un único momento, sino varios. Durante años fui acumulando experiencias y aprendizajes que me llevaron a darme cuenta de que la vida materialista que vivimos no refleja cómo nos sentimos de verdad por dentro. Hubo momentos en los que me sentí perdida, desconectada de mí misma, pensando que la felicidad era tener más, hacerlo mejor, ser más. Hasta que comprendí que la verdadera felicidad no estaba ahí, sino en cultivar mi paz interior. Ahí comenzó mi camino de autoconocimiento.

LMM.- Ahora, ¿cuál es tu misión en la vida?

PC.- Mi misión es acompañar a las mujeres a vivir en paz. Vivimos en una sociedad que nos enseña a mirar constantemente hacia fuera y que nos dice que seremos más felices cuando tengamos más, pero muy pocas veces nos enseñan a comprender nuestras emociones, nuestras relaciones o nuestros patrones inconscientes. Ayudo a mujeres a vivir con más paz interna, más conciencia y más libertad emocional para que puedan construir una vida que, de verdad, les apetezca vivir y les ilusione.

LMM.- En tu Escuela, ¿qué ocurre en la vida de una persona que se implica en el proceso?

PC.- Cada uno de los programas que propongo están enfocados en tener una buena relación con una misma, con los demás, con la vida. Muchas mujeres llegan buscando respuestas y terminan encontrándose a sí mismas. Y cuando eso sucede, mejora todo.

LMM.- ¿Qué tipo de transformación te sigue emocionando ver después de tantos años guiando a otros?

PC.- Me emociona la transformación silenciosa, la que no siempre se ve desde fuera, pero que cambia una vida entera. Cuando una persona deja de luchar consigo misma. Cuando aprende a poner límites. Cuando se siente en paz por primera vez en muchos años. Cuando deja de sobrevivir y empieza a vivir. Cuando empieza a amarse profundamente y a estar feliz consigo misma.

Y también me emociona cuando una persona deja de tomar pastillas para sentirse bien porque empieza a autogestionarse



y a descubrir que la paz, la fortaleza y el bienestar que buscaba fuera siempre estuvieron dentro de ella.

LMM.- Diez años después de crear tu Escuela, ¿qué versión de ti ya no existe? ¿Qué sigue siendo un reto para Paz Calap?

PC.- Ya no existe la versión que quiere agradar a todo el mundo para sentirse bien. Hoy existe una mujer que entiende que no necesita la aprobación de nadie para ser valiosa.

Para mí sigue siendo un reto apasionante la propia vida. El autoconocimiento y el crecimiento personal no terminan nunca. Siempre hay nuevos niveles de conciencia, de aceptación y de crecimiento y esto es, precisamente, lo que hace que este camino sea tan apasionante.

LMM.- ¿Cuál es tu próximo proyecto?

PC.- Este verano se emite un programa de desarrollo personal en Telecinco, “El Camino de la Verdad”, en el que he participado como coach. Participan cinco parejas de padres, madres e hijos que atraviesan conflictos en su relación. A lo largo del recorrido viven una experiencia de crecimiento personal muy profunda, enfrentándose a conversaciones pendientes, emociones no resueltas y aprendizajes. El programa está presentado por Luján Argüelles y yo participo como coach, acompañándoles durante el proceso. Ha sido una experiencia muy emocionante que une el poder del Camino de Santiago y oportunidad de crecimiento a través de las relaciones entre padres, madres e hijos.

www.pazcalap.com | WhatsApp 676468277

Educación

Con el final del curso escolar llega el momento de hacer balance, celebrar los logros alcanzados y mirar hacia el futuro con ilusión. Tras meses de aprendizaje, esfuerzo y crecimiento, alumnos, familias y docentes cierran una etapa marcada por nuevos desafíos y experiencias enriquecedoras. En este especial analizamos las claves de un curso que termina, las tendencias que están transformando la educación y las propuestas que marcarán el próximo año académico. Porque cada final es también el comienzo de nuevas oportunidades para seguir aprendiendo y creciendo.



SEK-Ciudalcampo

Mucho más que un colegio internacional

Elegir colegio es una de las decisiones más importantes para una familia. No se trata solo de encontrar un buen proyecto académico, ni únicamente un entorno internacional, ni tampoco un lugar donde los niños estén cuidados y felices. Se trata de encontrar un colegio capaz de integrar bienestar, excelencia y preparación para el futuro.

Esa es la propuesta de SEK-Ciudalcampo, un colegio internacional situado en un entorno natural privilegiado y parte de SEK Education Group, institución con más de 130 años de experiencia educativa, una red global de colegios y una universidad propia, la Universidad Camilo José Cela.

SEK-Ciudalcampo es mucho más que tradición educativa, es una forma de entender la educación desde la excelencia, la innovación y el acompañamiento personalizado. También es mucho más que un colegio internacional, porque forma parte de la primera red de colegios IB en España, pionera en la implantación de los programas del Bachillerato Internacional desde 1977.

Los resultados académicos confirman la solidez de este modelo, con una nota media este curso de 9,23 sobre 14 en la Prueba de Acceso a la Universidad, con una calificación máxima de 13,62. Tres estudiantes han superado los 13 puntos y trece han obtenido más de 12, lo que representa el 18% de la promoción.

Bienestar, autonomía e inglés desde los primeros años

Ese proyecto comienza desde los primeros meses de vida. En Nursery y PreSchool, los alumnos crecen en un entorno seguro, afectivo y estimulante, con inmersión en inglés desde los 4 meses y una propuesta diseñada para despertar la curiosidad, la autonomía, la comunicación y la confianza. A través del juego, la exploración, la creatividad, la música, el arte, la psicomotricidad y el contacto con el entorno, cada niño empieza a construir las bases emocionales, sociales y cognitivas de su aprendizaje.



Porque los grandes resultados no empiezan en Bachillerato, sino que se construyen desde los primeros años de vida.

Summer SEK: aprender, explorar y disfrutar también en verano

Durante el verano, Summer SEK da continuidad a esta forma de aprender con programas adaptados a cada edad e interés. En SEK-Ciudalcampo, los alumnos pueden disfrutar de propuestas como Happy Summer y Mini Explorers para los más pequeños, Junior Explorers, Sports Camps, Football Camp, Creative Adventure, DP Summer Review, Clinic de Voleibol o Clinic de Tenis. Además, la oferta se completa con experiencias internacionales en SEK-Dublin, donde los participantes pueden vivir una inmersión total en Irlanda a través de Irish Experience o combinar su pasión por el deporte y el inglés en el Clinic de Fútbol de la Fundación Real Madrid, compartiendo el verano con jóvenes de diferentes nacionalidades en un entorno internacional único.

www.ciudalcampo.sek.es

Brains Nursery Schools

Elegir bien sus primeros años lo cambia todo

Las familias de los niños-as de 6 años están de enhorabuena, sus hijos-as se gradúan y celebran el haber cumplido sus expectativas y el que sus hijos-as cuenten con la base para afrontar la etapa de primaria, con éxito, en cualquier sistema educativo.

Desde sus primeros años, las familias, confiaron en Brains Nursery Schools para dar a sus pequeños, un entorno social y emocional que les protegiese, a la vez que les daba las habilidades para el desarrollo de su propia confianza. Combinado con una metodología especializada y garantizando la excelencia académica.

A lo largo de estos años de adaptación real, a las necesidades de cada niño-a, han conseguido descubrir sus talentos y desarrollar sus habilidades, todo en un ambiente internacional que favorece su aprendizaje y contando con un equipo psicopedagógico, experto.

En un entorno bilingüe natural y aprendiendo diferentes idiomas, los niños-as finalizan esta etapa comunicándose con soltura en inglés, obteniendo un nivel A1 con la certificación Trinity College London. ¡Enhorabuena a la escuela y a las familias por hacer un gran trabajo! Porque elegir bien sus primeros años lo cambia todo. www.brainsnurseryschool.com



Elegir bien sus primeros años lo cambia todo: los alumnos finalizan esta etapa preparados para afrontar Primaria con éxito, en un entorno bilingüe e internacional que potencia sus talentos y su confianza



ST.GEORGE
MADRID

iSP International
Schools
Partnership

Where Confidence Grows.

Let's take the first step together

British International Education from 2 to 18 years old



admissions@stgeorgemadrid.com | +34 916 508 440

C. de los Padres Dominicos, 1, 28050 Madrid



La VI Carrera Solidaria Liceo Europeo

Reúne a 600 participantes para impulsar la educación en Uganda

La VI Carrera Solidaria Fundación Liceo Europeo ha reunido a 600 participantes en las calles de La Moraleja en una jornada que ha vuelto a unir deporte y solidaridad con un objetivo común: apoyar los proyectos educativos que la Fundación Pablo Horstmann desarrolla en el distrito de Dokolo, Uganda.

Organizada por la Fundación Liceo Europeo con la colaboración del Ayuntamiento de Alcobendas, Club Corredores y la Fundación Pablo Horstmann, la cita contó con recorridos de 5 y 2 kilómetros, además de carreras infantiles. En la prueba participaron alumnos, familias, antiguos alumnos, profesores y vecinos de la zona, consolidando el carácter familiar y solidario del evento.

En el apartado deportivo, José Almagro y Carmen Sánchez fueron los vencedores de la carrera de 5 kilómetros en categoría masculina y femenina, respectivamente. En la distancia de 2 kilómetros, los primeros puestos correspondieron a Sergio Rivas y Elena Fernández.

La alcaldesa de Alcobendas, Rocío García Alcántara, destacó la capacidad de la ciudad para movilizarse en favor de causas solidarias y subrayó que iniciativas como esta promueven hábitos de vida saludables al tiempo que contribuyen a mejorar la vida de otras personas. Desde Liceo Europeo, su directora, Natalia Inclán, señaló que la carrera demuestra cómo la educación puede trascender las aulas y generar oportunidades reales para niños de otros países. Gonzalo Inclán, director del centro, resaltó que la prueba refleja valores como el esfuerzo, la solidaridad, el compromiso y la responsabilidad.

Belén Manrique, directora de Comunicación de la Fundación Pablo Horstmann, agradeció el apoyo recibido para financiar becas que permitan a los alumnos del Colegio Dokolo continuar sus estudios de Secundaria. En Uganda, esta etapa educativa es privada, lo que provoca que muchos jóvenes abandonen la escuela al finalizar Primaria por falta de recursos.

Los resultados obtenidos gracias a la recaudación de la edición anterior muestran el impacto de esta iniciativa. Los fondos permitieron consolidar el colegio de Infantil y Primaria impulsado por la Fundación en Dokolo, dotándolo de



De izquierda a derecha: Cristina Capdevila, Concejala del Distrito de Urbanizaciones y Cooperación al Desarrollo, Jesús Tortosa, concejal de Deportes del Ayuntamiento de Alcobendas, Gonzalo Inclán, director de Liceo Europeo, Rocío García, alcaldesa de Alcobendas, Natalia Inclán, directora de Liceo Europeo, Jota Blind, triatleta paralímpico, Jorge Quijorna, corredor guía, Jorge Benito, director técnico de Club Corredores Madrid, Cristina Moral, directora de Eventos en Fundación Pablo Horstmann, Belén Manrique, directora de Comunicación en Fundación Pablo Horstmann

diez aulas permanentes, acceso a agua potable, instalaciones sanitarias adecuadas y nuevos recursos para la comunidad. Además, se garantizaron los salarios del profesorado y la concesión de 102 becas escolares.

Actualmente, el centro escolariza a 401 alumnos y mantiene una asistencia media del 95 %. Los resultados académicos reflejan también el éxito del proyecto: el 99 % del alumnado ha promocionado de curso y el 100 % de los estudiantes presentados al examen oficial de final de ciclo lo han superado. La recaudación obtenida en esta sexta edición permitirá seguir fortaleciendo el proyecto educativo de Dokolo, ampliar recursos y garantizar la continuidad de las becas escolares, contribuyendo a que cada vez más niños y niñas tengan acceso a una educación de calidad.

www.fundacionpablo.org



✓ Centro exclusivo y especializado de 0-6 años

✓ Proyecto multilingüe

✓ Certificación oficial en inglés

✓ Continuidad en 1º de Primaria en los mejores centros educativos

✓ Instalaciones adaptadas para estas edades

✓ Actividades opcionales: natación, piano, tenis, fútbol...



www.brainsnursery.com

¡Te esperamos!





St. George Madrid

Un colegio británico internacional, entre los mejores de la capital

En la zona norte de Madrid, el colegio privado St. George se posiciona como una de las propuestas educativas internacionales más destacadas para familias que buscan una formación integral, exigente y con visión global.

Este centro educativo, que abarca todas las etapas educativas desde Infantil hasta Bachillerato, sigue el currículo británico y culmina sus estudios con el Bachillerato Internacional (IB), una combinación que asegura una excelente preparación académica y abre las puertas a las universidades más prestigiosas de todo el mundo. El inglés es la lengua vehicular desde los primeros años, lo que permite a los alumnos desenvolverse con naturalidad en un entorno internacional.

Una de las señas de identidad del colegio es su diversidad cultural, con estudiantes de múltiples nacionalidades que conviven en un ambiente enriquecedor. Este contexto favorece el desarrollo de habilidades clave como la comunicación, la adaptabilidad y el pensamiento crítico, fundamentales en el mundo actual.

Más allá del ámbito académico, St. George Madrid apuesta firmemente por la formación en valores. El compromiso

social forma parte activa de la vida escolar, con iniciativas solidarias y proyectos que implican a los alumnos en causas reales, fomentando la empatía, la responsabilidad y la conciencia global desde edades tempranas.

La experiencia educativa se completa con una amplia oferta de actividades extracurriculares, que incluyen deporte, arte, música y tecnología, así como sus conocidos campamentos de verano, diseñados para seguir aprendiendo en un entorno dinámico y lúdico. ¡Y donde todo sucede en inglés! Estas propuestas permiten a los alumnos desarrollar sus talentos y fortalecer habilidades sociales fuera del aula.

Ubicado en un campus moderno con amplias instalaciones, el colegio ofrece un entorno seguro y estimulante donde cada alumno recibe una atención personalizada. En definitiva, St. George Madrid es mucho más que un colegio: es una comunidad educativa que acompaña a sus alumnos en su crecimiento académico, personal y humano.

www.stgeorgemadrid.com



UN VERANO, MÚLTIPLES FORMAS DE VIVIRLO

DAY CAMPS EN SEK-CIUDALCAMPO

HAPPY SUMMER

- Edades: nacidos entre 2023 y 2026
- Fechas: 29 de junio - 31 de julio

MINI EXPLORERS

- Edades: nacidos entre 2020 y 2022
- Fechas: 23 de junio - 31 de julio

JUNIOR EXPLORERS

- Edades: nacidos entre 2018 y 2019
- Fechas: 29 de junio - 31 de julio

FOOTBALL CAMP

- Edades: nacidos entre 2010 y 2019
- Fechas: 29 de junio - 31 de julio

CLINIC DE VOLEY

- Edades: nacidos entre 2012 y 2016
- Fechas: 29 de junio - 10 de julio

CLINIC DE TENIS

- Edades: nacidos entre 2010 y 2017
- Fechas: 29 de junio - 10 de julio

SPORTS CAMPS

- Edades: nacidos entre 2010 y 2017
- Fechas: 29 de junio - 31 de julio

CREATIVE ADVENTURE

- Edades: nacidos entre 2010 y 2017
- Fechas: 29 de junio - 31 de julio

DP SUMMER REVIEW

- Edades: nacidos entre 2008 y 2009
- Fechas: 29 de junio - 10 de julio

SUMMER TRIP CAMPS: experiencias donde la aventura, la naturaleza y la convivencia se convierten en una forma diferente de aprender: Cádiz, Tarragona, Pirineos, Galicia, Granada...

RESIDENTIAL CAMPS: experiencia internacional sin salir de España con alojamiento en SEK-El Castillo (Madrid) y SEK-Catalunya (Barcelona).

IRLANDA:

• **Irish Experience**, inmersión completa en la cultura e idioma durante el mes de julio

• **Fundación Real Madrid Fútbol Clinic**, para amantes del fútbol que, además, quieran mejorar su inglés

OnWorld Nazaret Global Education

El Bachillerato Internacional que se adapta a la vida real

Inspirado en la trayectoria de la religiosa Montserrat del Pozo, referente internacional en innovación pedagógica, este modelo educativo recoge décadas de experiencia transformando la enseñanza desde las inteligencias múltiples, el aprendizaje activo y el desarrollo integral del alumno.

Licenciada en Filología y con una sólida formación en liderazgo educativo, Montserrat del Pozo ha impulsado proyectos reconocidos dentro y fuera de España, situando a Nazaret Global Education como un referente en metodologías que priorizan el talento individual, la creatividad y la conexión entre el aprendizaje y la vida real.

Y es que en un mundo donde las familias se mueven más que nunca, donde muchos jóvenes combinan sus estudios con deporte de alto rendimiento, música o proyectos personales, y donde la motivación académica exige metodologías más dinámicas, surge una pregunta inevitable: ¿por qué la educación sigue obligando a los alumnos a encajar en sistemas rígidos, cuando debería ser el sistema el que se adapte a cada estudiante?

Esa es precisamente la idea que impulsa OnWorld Nazaret Global Education, un proyecto pionero que permite cursar el Programa del Diploma de Bachillerato Internacional (IBDP) en un formato online, global y flexible, sin renunciar al rigor, la exigencia académica ni al reconocimiento internacional de esta titulación.

El Bachillerato Internacional, ahora también online

Durante años, el Bachillerato Internacional parecía inseparable de la presencialidad. Sin embargo, esta realidad ha cambiado. Desde 2022 se desarrolla el "Online Diploma Programme (ODP)", abriendo la puerta a nuevas formas de aprendizaje más acordes con una generación digital, móvil y global.

En este contexto, OnWorld Nazaret Global Education destaca como una de las propuestas más sólidas, ofreciendo la posibilidad de cursar el Diploma en español -con opción bilingüe en inglés- dentro de un entorno internacional cuidadosamente diseñado.

Un modelo que sitúa al estudiante en el centro

Más allá del formato online, el verdadero valor diferencial reside en su enfoque pedagógico. Inspirado en la teoría de las inteligencias múltiples y en la trayectoria de Nazaret Global Education, el modelo apuesta por reconocer y potenciar el talento único de cada alumno.

Aquí, el estudiante no es un mero receptor de contenidos, sino el protagonista de su propio aprendizaje. Se fomenta el pensamiento crítico, la investigación, la creatividad y la capacidad de aplicar los conocimientos a situaciones reales. En lugar de memorizar, el alumno comprende, conecta y construye.

Flexibilidad con estructura: aprender sin renunciar al rigor

Uno de los grandes atractivos de este modelo es su capacidad para adaptarse a diferentes perfiles sin perder solidez académica. El programa permite avanzar desde cualquier lugar, evitando que factores como los desplazamientos o los horarios rígidos se conviertan en un obstáculo.

Pero esta flexibilidad no significa falta de estructura. Al contrario: el estudiante cuenta con clases en directo, seguimiento individualizado y el acompañamiento constante de profesores y tutores que velan tanto por su progreso académico como por su bienestar.

Este equilibrio entre autonomía y guía es clave para desarrollar una de las competencias más valiosas en el mundo actual: la capacidad de aprender de forma autónoma.

Aprendizaje conectado con la vida real

Otro de los pilares del modelo es su metodología activa, basada en el aprendizaje por proyectos. Esto significa que los



Montserrat del Pozo



estudiantes trabajan sobre retos reales, investigan, colaboran y generan soluciones, haciendo que el proceso educativo sea mucho más dinámico y significativo.

El objetivo no es solo superar exámenes, sino desarrollar habilidades que serán esenciales en su futuro: comunicación, trabajo en equipo, pensamiento crítico o gestión del tiempo.

Reconocimiento global

Una de las dudas más habituales entre las familias es si un Bachillerato Internacional online tiene el mismo valor que uno presencial. La respuesta es clara: sí.

El Diploma mantiene los estándares internacionales del IB, con criterios de evaluación oficiales y pruebas supervisadas en centros autorizados cuando corresponde. Además, se trata de una de las titulaciones más reconocidas a nivel mundial, valorada por universidades de primer nivel en España y en el extranjero.

En la práctica, esto significa que el esfuerzo del estudiante se traduce en oportunidades reales de acceso a universidades tanto nacionales como internacionales, facilitando además los procesos de admisión gracias al envío directo de expedientes oficiales.

Una propuesta alineada con las nuevas familias

En entornos como La Moraleja y sus alrededores, donde las familias valoran la excelencia educativa, la proyección internacional y modelos capaces de adaptarse a estilos de vida cada vez más exigentes, una propuesta como la de OnWorld

Nazaret Global Education adquiere un valor especialmente relevante.

La combinación de un currículo académico de alto nivel, flexibilidad, personalización y acompañamiento cercano posiciona este modelo como una alternativa sólida y atractiva frente a las opciones educativas tradicionales.

Educar para el futuro

Más allá de la innovación tecnológica, OnWorld Nazaret Global Education representa una respuesta valiente a una transformación mucho más profunda: la necesidad de repensar la educación para preparar de verdad a los jóvenes para la vida.

Siguiendo la visión de Montserrat del Pozo, este modelo no nace únicamente para formar buenos estudiantes, sino para acompañar el desarrollo de personas completas: jóvenes capaces de pensar con criterio, adaptarse con inteligencia, actuar con autonomía y aportar valor real a un mundo que cambia a una velocidad sin precedentes.

Porque la educación del siglo XXI no puede limitarse a hacer que los estudiantes encajen en un sistema diseñado para el pasado. Debe ayudarlos a descubrir quiénes son, desarrollar todo su potencial y construir las herramientas necesarias para liderar su propio camino.

Y ahí es donde OnWorld Nazaret Global Education marca la diferencia: no propone simplemente una nueva forma de estudiar, sino una nueva forma de entender el futuro de la educación.

Más información: 621 253 610 / www.onworldeducation.com



Budapest

Cuatro capitales, un mismo viaje:

DE BUDAPEST A PRAGA SIGUIENDO EL LATIDO DEL DANUBIO

Budapest, Bratislava, Viena y Praga forman uno de los recorridos más fascinantes de Europa Central. Cuatro ciudades separadas por apenas unas horas de coche o tren, pero con personalidades radicalmente distintas. Desde los baños termales húngaros hasta la elegancia imperial vienesa, pasando por el encanto íntimo de Bratislava y la belleza casi cinematográfica de Praga, este itinerario es una invitación a viajar despacio, a perderse en calles centenarias y a descubrir una Europa que combina historia, arte, gastronomía y calidad de vida como pocas regiones del mundo.

Budapest: la perla del Danubio

Hay ciudades que impresionan desde el primer vistazo y Budapest es una de ellas. El río Danubio divide la capital húngara en dos mundos complementarios: Buda, tranquila y señorial; Pest, vibrante y cosmopolita. Juntas conforman una de las ciudades más bellas del continente.

La mejor manera de comenzar la visita es cruzando el icónico Puente de las Cadenas al atardecer. A esa hora, cuando el sol empieza a caer, se comprende por qué Budapest es conocida como la Perla del Danubio. Desde la colina de

Buda se obtiene una de las panorámicas más espectaculares de Europa.

El Castillo de Buda, declarado Patrimonio de la Humanidad, domina el paisaje urbano. Muy cerca se encuentra el Bastión de los Pescadores, una construcción neogótica que parece sacada de un cuento centroeuropeo y desde donde se contempla una vista privilegiada del Parlamento húngaro, posiblemente el edificio más fotografiado de la ciudad.

Precisamente el Parlamento merece una visita detenida. Sus dimensiones monumentales, su decoración interior y su ubicación frente al río lo convierten en una parada imprescindible.

Pero si hay algo que define a Budapest son sus aguas termales. La ciudad está construida sobre más de cien manantiales naturales y cuenta con una tradición balnearia heredada tanto de los romanos como de los otomanos.

Si hay una experiencia que define la Budapest contemporánea es la visita a sus célebres Ruin Bars o bares en ruinas. Nacidos a principios de los años 2000 en edificios abandonados del antiguo barrio judío, estos espacios transformaron viejas fábricas, patios interiores y viviendas semiderruidas en algunos de los locales más originales de Europa. Lejos del concepto tradicional de ocio nocturno, los Ruin Bars mezclan arte urbano, mobiliario reciclado, instalaciones creativas, música en directo y una atmósfera bohemia que refleja el espíritu más alternativo de la ciudad. El más conocido es Szimpla Kert, considerado el pionero de este movimiento, un laberinto de salas decoradas con objetos insólitos donde conviven viajeros y artistas. Más que una salida nocturna, recorrer estos espacios permite descubrir una de las facetas más innovadoras y cosmopolitas de Budapest, una ciudad que ha sabido reinventar su patrimonio industrial convirtiéndolo en un fenómeno cultural admirado en todo el mundo.

Dónde comer

La gastronomía húngara sorprende por su intensidad y personalidad. El goulash, más cercano a una sopa contundente que al guiso que muchos imaginan, es una excelente introducción a la cocina local.

Merece la pena reservar una cena con vistas al Danubio y probar especialidades como el pato asado, los lángos o los tradicionales strudel centroeuropeos.

Imprescindible

Un crucero nocturno por el Danubio. Cuando el Parlamento, el Castillo de Buda y los puentes históricos se iluminan, Budapest despliega una de las estampas más inolvidables del viaje.

Bratislava: la gran sorpresa del recorrido

Muchos viajeros llegan a Bratislava pensando que será una simple parada entre Budapest y Viena. Sin embargo, la capital eslovaca suele convertirse en una de las revelaciones del itinerario.

Pequeña, accesible y llena de encanto, Bratislava puede recorrerse cómodamente a pie en un día. Su casco histórico conserva una atmósfera relajada que contrasta con el ritmo de otras capitales europeas.

La Plaza Principal concentra buena parte de la vida local. Cafeterías, edificios históricos y pequeñas terrazas crean el escenario perfecto para descubrir la ciudad sin prisas.

Dominando el horizonte aparece el Castillo de Bratislava, situado sobre una colina con magníficas vistas al Danubio. Desde sus jardines se observan Austria y Hungría, recordando la estratégica posición geográfica que convirtió a esta región en un punto clave durante siglos.

La ciudad de las coronaciones

Durante siglos, Bratislava fue la ciudad donde se coronaban los reyes del Reino de Hungría. La Catedral de San Martín recuerda aquel pasado glorioso y constituye uno de los monumentos más relevantes de la ciudad.

Dónde comer

La cocina eslovaca destaca por sus platos contundentes. Los bryndzové halušky, pequeños ñoquis elaborados con queso de oveja, son la especialidad nacional y una experiencia gastronómica imprescindible.

Imprescindible

Subir al mirador UFO, una singular estructura futurista construida sobre el Puente SNP. Desde allí se obtiene una visión panorámica de toda la ciudad y del curso del Danubio.

Viena: la elegancia imperial

Pocas ciudades han sabido conservar su grandeza histórica como Viena. Capital del antiguo Imperio Austrohúngaro, sigue transmitiendo una sensación de refinamiento difícil de encontrar en cualquier otro lugar de Europa.

Aquí todo parece funcionar con precisión: los tranvías, los jardines, los museos y hasta las cafeterías históricas donde aún se percibe el espíritu intelectual que definió la ciudad durante siglos.

El Palacio de Schönbrunn constituye una visita obligada. Antigua residencia de verano de los Habsburgo, permite comprender la magnitud del poder imperial. Sus salones, jardines y glorieta merecen dedicar al menos medio día.

En el centro histórico, declarado Patrimonio Mundial, se encuentran algunos de los edificios más emblemáticos de Austria: la Catedral de San Esteban, la Ópera Estatal y el Palacio Hofburg.

La Ringstrasse, el gran bulevar que rodea el casco histórico, es una auténtica lección de arquitectura monumental. Recorrerla a pie o en tranvía permite descubrir algunos de los edificios más importantes de la ciudad.

Viena cultural

La capital austríaca es uno de los grandes centros culturales de Europa. Mozart, Beethoven, Strauss y Schubert vivieron aquí y dejaron una huella imborrable.

Incluso quienes no son aficionados a la música clásica deberían intentar asistir a un concierto. Escuchar una orquesta en Viena es una experiencia que trasciende lo musical y conecta directamente con la identidad de la ciudad.

Los amantes del arte encontrarán una oferta excepcional en el MuseumsQuartier, uno de los mayores complejos culturales del continente.

El ritual del café

Hablar de Viena es hablar de cafeterías históricas. Más que simples establecimientos, forman parte de la cultura local. Sentarse en una mesa de mármol, pedir una melange y acompañarla con una porción de tarta Sacher es una tradición que ningún visitante debería perderse.

Imprescindible

Ver el atardecer desde los jardines del Palacio Belvedere, con la silueta de Viena iluminándose lentamente en el horizonte.

Praga: la ciudad de las cien torres

El viaje culmina en una de las ciudades más bellas del mundo. Praga posee una capacidad extraordinaria para enamorar al visitante desde el primer momento.



Viena

Su centro histórico parece detenido en el tiempo. Las torres góticas, las fachadas barrocas y las calles empedradas crean una atmósfera que ha inspirado a escritores, músicos y cineastas durante generaciones.

La Plaza de la Ciudad Vieja constituye el corazón de Praga. Allí se encuentra el famoso Reloj Astronómico, una obra maestra medieval que sigue congregando visitantes cada hora.

Desde la plaza, las callejuelas conducen hasta el Puente de Carlos, posiblemente el puente más famoso de Europa. Cruzarlo al amanecer es una de las experiencias más memorables de toda la ruta.

Al otro lado del río se alza el Castillo de Praga, considerado uno de los complejos palaciegos más grandes del mundo. En su interior destacan la Catedral de San Vito, el Antiguo Palacio Real y el pintoresco Callejón del Oro.

El barrio más bohemio

Malá Strana conserva una atmósfera romántica difícil de describir. Sus plazas tranquilas, jardines escondidos y edificios históricos invitan a caminar sin rumbo fijo.

Por la noche, la iluminación de sus calles convierte cada rincón en una postal.

Gastronomía checa

La cocina local resulta ideal para quienes disfrutan de platos contundentes. Carnes asadas, sopas tradicionales y recetas elaboradas con siglos de historia forman parte del menú habitual.

Todo ello acompañado por algunas de las mejores cervezas del mundo, orgullo nacional y elemento esencial de la cultura checa.

Imprescindible

Subir a la colina de Petřín para contemplar la ciudad desde las alturas. La vista de los tejados rojizos y las innumerables torres explica perfectamente por qué Praga es conocida como la Ciudad de las Cien Torres.

Un viaje para saborear Europa

Más allá de sus monumentos, museos y paisajes urbanos, lo que hace especialmente atractivo este recorrido es la posibilidad de descubrir cuatro países y cuatro culturas diferentes en un viaje cómodo y perfectamente conectado.

Budapest, Bratislava, Viena y Praga comparten una misma herencia centroeuropea, pero cada una posee una personalidad propia que se revela en su arquitectura, su gastronomía, su ritmo de vida y su forma de entender la historia.

Además, las distancias entre ellas son sorprendentemente cortas, lo que permite disfrutar del trayecto sin largas jornadas de desplazamiento. Siguiendo el itinerario de este viaje, el recorrido entre Budapest y Bratislava apenas supera las dos horas en coche; de Bratislava a Viena se llega en poco más de una hora; y desde la capital austríaca hasta Praga el trayecto ronda las tres horas y media. Una ruta accesible y cómoda que convierte cada traslado en una agradable

transición entre destinos. El resultado es una experiencia que combina patrimonio, cultura, gastronomía y calidad de vida, permitiendo al viajero adentrarse en el corazón de Europa Central con la sensación de que cada ciudad es un capítulo diferente de una misma y apasionante historia.



Praga

AN AFFILIATE OF SMARTFLYER

SMARTFLYER

BALTHAZAR

Balthazar Travel.
Make a Wish

Más que una agencia, somos creadores de momentos extraordinarios. Hacemos realidad tus sueños de viaje, transformando tus ideas en experiencias que superan expectativas.

670 081136
robbie@balthazarclub.com
www.balthazarclub.com
Madrid - Spain



Planes de verano

El verano transforma la agenda en una invitación permanente a disfrutar. Terrazas que se llenan al caer la tarde, propuestas gastronómicas para descubrir nuevos sabores, citas culturales al aire libre y la música como banda sonora de las noches más especiales. En esta selección reunimos algunos de los planes imprescindibles de la temporada, desde restaurantes que merecen una visita hasta eventos y experiencias para compartir en familia o con amigos, sin olvidar uno de los festivales musicales que convertirán Alcobendas en uno de los epicentros del verano. Porque los mejores recuerdos suelen empezar con un buen plan.

El sabor del verano tiene nombre:

Vermut de Verano Piripi

Una bebida luminosa, fresca y sorprendente que aspira a convertirse en el ritual imprescindible de las tardes interminables, las terrazas al atardecer y los momentos que merecen ser celebrados.

La Moraleja Magazine. ¿Qué hace diferente al Vermut de Verano Piripi?

Vermut Piripi. Más que una reinterpretación del vermut tradicional, es una nueva forma de vivir el aperitivo. Si el vermut rojo y el blanco forman parte de nuestro imaginario gastronómico, en Piripi hemos querido ir un paso más allá creando el primer Vermut de Verano de naranja.

Su personalidad nace precisamente de ahí: de un perfil cítrico, fresco y vibrante que convierte cada sorbo en una experiencia inesperada. Su color anaranjado evoca la luz cálida de los atardeceres mediterráneos y su sabor tiene esa cualidad difícil de encontrar: la de sorprender desde el primer momento y dejar ganas de volver a probarlo.

LMM. ¿Cuál es la forma perfecta de servirlo?

VP. Como toda gran bebida estival, tiene su propio ritual. Mucho hielo, una rodaja de naranja fresca y unas hojas de hierbabuena que potencien toda su riqueza aromática.

El resultado es una combinación elegante, ligera y extraordinariamente refrescante. Una bebida pensada para disfrutar sin prisas, ya sea en una terraza al sol, durante una comida entre amigos o en esos pequeños momentos que convierten cualquier día de verano en una celebración.

LMM. Decís que es una bebida que hace feliz. ¿Por qué?

VP. Porque tiene algo difícil de explicar y muy fácil de sentir. Quizá sea su aroma, quizá su frescura o quizá la atmósfera que genera a su alrededor. Lo cierto es que sucede algo curioso: quien prueba un Vermut de Verano Piripi parece entrar automáticamente en modo verano. Las conversaciones fluyen, las sonrisas aparecen con más facilidad y el ambiente se vuelve más relajado.

Nos gusta pensar que despierta la versión más espontánea de cada persona. Más cercana, más divertida, más auténtica. En definitiva, más Piripi.



LMM. ¿Con qué platos de la carta forma el maridaje perfecto?

VP. Con algunos de los sabores más emblemáticos y veraniegos de nuestra cocina.

La frescura de la naranja y las notas aromáticas de la hierbabuena encuentran un equilibrio perfecto junto a los chopitos, el cazón en adobo, los calamares o nuestras ya imprescindibles gildas. El contraste entre la intensidad de estos bocados y la ligereza del vermut crea una combinación fresca, mediterránea y llena de matices.

Un maridaje natural que resume a la perfección el espíritu de los días largos y las sobremesas que nadie quiere terminar.

El veredicto

El Vermut de Verano Piripi no es simplemente una nueva bebida. Es una declaración de intenciones. Una forma de entender el aperitivo desde la frescura, la luz y el placer de compartir. Cítrico. Luminoso. Refrescante.

Y, probablemente, el sabor más irresistible del verano.

www.vermutpiripi.com

LA MORALEJA (Madrid)

C/ Bruselas 21, cc.Heron Diversia, Alcobendas, Madrid.

MAJADAHONDA (Madrid)

C/ Moreras, 42

Grupo Mentidero

Tres maneras de saborear el verano

Las terrazas se convierten, un año más, en el gran escenario del verano madrileño. En La Moraleja y su entorno, los planes gastronómicos son el gran reclamo de la temporada, improvisar cenas entre amigos y redescubrir el placer de quedarse cerca de casa. El Grupo Mentidero propone esta temporada tres experiencias diferentes, pero con un denominador común: buena comida y el mejor ambiente.

Frente a la idea de que hay que abandonar la ciudad para disfrutar del verano, cada vez son más quienes descubren que, en la zona norte, existen propuestas capaces de convertir cualquier tarde o noche en un pequeño plan de vacaciones.

En ese mapa de direcciones imprescindibles, el Grupo Mentidero vuelve a consolidarse como uno de los referentes gastronómicos de la temporada gracias a tres espacios con personalidad propia que ofrecen experiencias muy diferentes entre sí: la esencia italiana de *La Trattoria del Mentidero*, el sabor más auténtico de barbacoas en *Las Brasas del Mentidero*, y el exotismo sofisticado de las noches de sushi en directo de *La Borda del Mentidero*.

La Trattoria

Para quienes entienden el verano como una sucesión de aperitivos improvisados y cenas compartidas, *La Trattoria del Mentidero* presenta una nueva carta pensada precisamente para ese momento del día en el que nadie quiere mirar el reloj. Su propuesta de picoteo transforma la terraza en un auténtico rincón italiano donde el protagonismo recae en el placer de compartir.

Tablas de quesos y embutidos cuidadosamente seleccionados, especialidades italianas y pequeñas propuestas concebidas para degustar en grupo, ideal para reuniones familiares, encuentros con amigos o esas citas espontáneas que terminan convirtiéndose en uno de los mejores recuerdos del verano. Su carta gira en torno a tres grandes protagonistas: las pizzas napolitanas de masa esponjosa y bordes dorados, pastas frescas y las clásicas milanesas servidas con un sello inconfundible de sabor.

Las Brasas

Quienes buscan sabores más intensos encontrarán en *Las Brasas del Mentidero* uno de los grandes atractivos de la temporada. Este verano, su terraza incorpora una propuesta especialmente apetecible: las barbacoas de los jueves, una cita que promete convertirse en uno de los rituales gastronómicos más esperados de la zona. ¡También puedes pedir por encargo que te hagan la barbacoa otro día!

La fórmula resulta tan sencilla como irresistible: bandejas para compartir con diferentes cortes preparados a la brasa y acompañados por cerveza bien fría, todo ello en un entorno pensado para disfrutar, sin prisas, de las noches estivales. Además, la experiencia puede adaptarse a celebraciones o encuentros de grupos más numerosos, convirtiéndose en una opción perfecta para cumpleaños, reuniones familiares o eventos entre amigos.

A esta propuesta se suma otra de las señas de identidad del espacio: sus hamburguesas, elaboradas con ingredientes naturales especialmente seleccionados y una cuidada ejecución que ha contribuido a consolidar la personalidad



gastronómica del restaurante. Una alternativa que demuestra que detrás de la aparente sencillez de los grandes clásicos también hay espacio para la excelencia y el detalle. La tienen de cebolla caramelizada con queso brie, de pollo frito coreano o su famosa hamburguesa con salsa Pelayo.

La Borda

Si el verano invita a viajar a través de los sabores, *La Borda del Mentidero* propone hacerlo desde la serenidad de una terraza rodeada de naturaleza. Sus noches de sushi en directo elevan la experiencia gastronómica a una dimensión más sensorial, en la que la cocina se convierte también en espectáculo.

Ver trabajar al chef mientras prepara nigiris y rolls al momento añade un componente de autenticidad y saber hacer. Cada pieza nace ante la mirada de los comensales,

que pueden apreciar la precisión de los gestos, la calidad del producto y el cuidado por la presentación. Todo ello en un ambiente sofisticado pero relajado, donde la vegetación, la iluminación tenue y las temperaturas más amables de la noche madrileña crean un escenario especialmente atractivo.

En definitiva, el verano en La Moraleja y la zona norte de Madrid también puede vivirse a pocos minutos de casa. Ya sea alrededor de una tabla italiana, frente a una barbacoa entre amigos o contemplando la elaboración de un sushi recién preparado. Así, el Grupo Mentidero ofrece tres maneras distintas de celebrar la estación más social del año.

Porque, a veces, los mejores planes del verano no exigen hacer la maleta, sino simplemente reservar mesa y dejarse llevar por el placer de disfrutar.

mentiderodelavilla.es

Madrid se rinde a la hamburguesa gourmet

La obsesión foodie que conquista la ciudad

Durante años, la hamburguesa fue sinónimo de comida rápida, de cenas improvisadas y de cadenas internacionales. Pero algo ha cambiado en Madrid. En apenas una década, la ciudad ha vivido una auténtica revolución “burger” que ha transformado este plato en un fenómeno gastronómico, cultural y hasta estético. Hoy, las hamburguesas gourmet son uno de los grandes símbolos de la nueva cocina urbana: una mezcla de creatividad, espectáculo visual y obsesión por el producto que conecta especialmente con las generaciones más jóvenes.

La clave del éxito está en que la hamburguesa ha dejado de verse como un simple alimento para convertirse en una experiencia. El auge de técnicas como la “smash burger” —esa carne prensada sobre la plancha hasta lograr una costra crujiente y caramelizada— ha llevado la conversación gastronómica a niveles que antes parecían reservados a la alta cocina. Hoy se habla del porcentaje exacto de grasa de la carne, de panes brioche artesanos, de maduraciones “dry aged” o de mezclas de quesos con la misma pasión con la que antes se analizaba un vino.

Madrid ha abrazado especialmente esta tendencia porque encaja perfectamente con el estilo de vida de la ciudad: rápido, social y visual. Las hamburguesas gourmet funcionan muy bien en redes sociales porque son fotogénicas, exageradas y reconocibles. Hay una búsqueda constante del ingrediente inesperado: cebolla caramelizada con bourbon, bacon glaseado, salsas ahumadas, quesos intensos, toques asiáticos o incluso combinaciones dulces y picantes. La creatividad se ha convertido en el verdadero campo de batalla de los cocineros.

Además, el fenómeno burger está profundamente ligado a la cultura digital. Muchas de las hamburguesas más populares nacen pensando en TikTok o Instagram: capas imposibles de queso fundido, cortes de carne ultra jugosos, planos ralentizados y packaging cuidado al milímetro. El consumidor ya no solo quiere comer bien; quiere compartir la experiencia. El “foodie” contemporáneo busca autenticidad, pero también entretenimiento. Y pocas comidas funcionan tan



bien en ese equilibrio entre sabor y espectáculo como una hamburguesa gourmet.

Otro aspecto interesante es el perfil del público. Aunque el fenómeno es transversal, el gran motor son los consumidores jóvenes, especialmente millennials y generación Z. Son generaciones acostumbradas a consumir gastronomía como ocio y que valoran tanto la calidad como la identidad de marca. Para ellos, una hamburguesería no es únicamente un sitio donde cenar: es una estética, una playlist, un diseño de local y una narrativa. Por eso muchas marcas de hamburguesas han construido universos visuales y campañas casi propias de firmas de moda.

También influye el componente democrático de la hamburguesa. A diferencia de otros formatos gastronómicos más elitistas, sigue siendo un producto relativamente accesible. Eso permite experimentar con ingredientes premium o técnicas sofisticadas sin perder cercanía. De hecho, concursos y campeonatos especializados demuestran hasta qué punto el sector se ha profesionalizado y convertido en una competición de creatividad culinaria.

La hamburguesa gourmet ya no es una moda pasajera. Es el reflejo de una nueva forma de consumir gastronomía: más informal, más visual y más emocional. En Madrid, la burger se ha convertido en el símbolo perfecto de una generación que busca sabor, identidad y experiencia en un mismo bocado.

Bikini

El arte de hacer hamburguesas memorables



A un paso de Arroyo de la Vega, Bikini es uno de esos lugares que saben a verano. Integrado en La Vida Pádel, ha trascendido el concepto de restaurante de club para convertirse en un animado punto de encuentro con espíritu mediterráneo y una terraza rodeada de vegetación. Aquí no faltan tardeos, Dj live sessions...

Su propuesta gastronómica apuesta por el producto, el sabor y una cocina pensada para disfrutar sin prisas. Y entre los imprescindibles de la carta brillan con luz propia sus hamburguesas, elaboradas con jugosa carne de entraña.

La Entraña Bull seduce con una combinación irresistible de guanciale, cebolla caramelizada, cheddar ahumado y una intensa salsa Bull elaborada con rabo de toro, capaz de conquistar a los amantes de los sabores más profundos.

Y si la Entraña Bull conquista por su profundidad, la Spicy Rocket seduce por su descarado. Atrevida y con ese punto canalla que engancha desde el primer bocado, combina la

intensidad de la panceta ahumada con la frescura de la cebolla encurtida, la cremosidad del queso Arzúa Ulloa y el toque vibrante de una sriracha mayo, que despierta el paladar sin eclipsar la carne.

Dos hamburguesas con identidad propia que convierten a Bikini en una parada obligada.

Av. Fernando Alonso, 7 - Alcobendas



Hamburguesa Marconi

Sin pan, sin artificios, puro solomillo

En un enclave de cuento, en medio de un bosque de encinas, Cabaña Marconi es mucho más que un restaurante: es un refugio gastronómico con alma nórdica donde el tiempo parece transcurrir a otro ritmo.

Este singular espacio acristalado, rodeado de jardines y naturaleza, combina la calidez de la madera, el diseño escandinavo y un ambiente acogedor que invita a largas sobremesas. Su propuesta culinaria refleja esa misma personalidad, fusionando sabores mediterráneos e internacionales con sutiles influencias suecas, esas con las que creció Marcos Olazábal Janson, su propietario. Hijo de madre sueca, Olazábal ha construido una cocina marcada por la memoria y los afectos.

En este entorno privilegiado en El Encinar de los Reyes nace una hamburguesa que rompe con los convencionalismos. Lejos de las versiones más clásicas, en Cabaña Marconi han apostado por el producto como auténtico protagonista. Elaborada con



carne de solomillo de ternera de la mejor calidad, la sirven sin pan, una decisión que responde al deseo de resaltar la textura, el sabor y la jugosidad excepcionales de la materia prima. Como acompañamiento, llegan a la mesa dos imprescindibles de la casa: sus celebradas patatas y unos irresistibles aros de cebolla.

www.cabanamarconi.com

Las Brasas del Mentidero

Recetas adictivas con sabor a brasas

Las Brasas ha conseguido que una hamburguesa deje de ser un simple recurso informal para convertirse en una auténtica declaración de intenciones. En un espacio acogedor y con una de las terrazas más agradables de la zona norte de Madrid, este restaurante del Grupo Mentidero reivindica el valor de la materia prima y el respeto por el sabor.

Aquí, la parrilla es la gran protagonista. Hamburguesas elaboradas con una cuidada selección de ingredientes. El punto



preciso de la carne, la jugosidad de cada bocado, el aroma de sus brasas y unos acompañamientos que suman sin eclipsar.

Entre las imprescindibles de la carta conviven tres personalidades muy distintas. Para quienes buscan sabores clásicos con un punto sofisticado, la hamburguesa de cebolla caramelizada y queso brie ofrece el equilibrio perfecto entre dulzor, cremosidad e intensidad.

Más atrevida y sorprendente resulta la versión de pollo frito estilo coreano, crujiente por fuera, jugosa por dentro y con ese guiño especiado y ligeramente picante.

Y para los fieles a las combinaciones rotundas, la Hamburguesa Pelayo se presenta como una apuesta ganadora: bacon crujiente, queso cheddar fundido, brotes frescos y su inconfundible salsa Pelayo, una receta adictiva, de esas que justifican por sí solas la visita y que recuerdan que, a veces, los grandes placeres gastronómicos caben entre dos panes.

www.mentiderodelavilla.es/las-brasas

De Pasto

Cien por cien carne IGP de Guadarrama picada a diario, sabor real sin florituras



“Nuestra carne es IGP Sierra de Guadarrama, picada a diario por nosotros, sin aditivos. Cien por cien carne. El pan de patata artesanal lo fabrican exclusivamente para De Pasto”

Si hablamos de las mejores hamburguesas de la zona norte de Madrid, De Pasto tiene que estar “sí o sí” en el Top 5 de la lista. Una hamburguesería que ha sabido ganarse un lugar destacado entre los amantes de las burgers de calidad. Su propuesta se basa en un concepto claro: producto excepcional, con denominación de origen y elaborada artesanalmente cada mañana.

Así es, uno de sus grandes diferenciales es la materia prima. La carne, procedente de la Sierra de Guadarrama con sello de calidad, se pica a diario en el propio local, garantizando frescura, sabor y una textura inigualable en cada bocado. Este compromiso con el producto se completa con un pan artesanal de patata fabricado en exclusiva para De Pasto, y una selección de ingredientes pensados para potenciar el sabor de cada hamburguesa.

De Pasto apuesta por una carta breve pero contundente, donde cada receta está diseñada para ofrecer una experiencia

auténtica, sin artificios. El resultado son hamburguesas jugosas, equilibradas y reconocibles, que en pocos años se han vuelto muy populares en la zona. Si vives en El Encinar de los Reyes, La Moraleja y su entorno, no puedes dejar de probarlas. Tú eliges todo: la cantidad de carne, la salsa, los extras (bacon, queso americano, etc).

Su éxito no solo se vive en el local, situado en la planta baja del Centro Comercial El Encinar, también se ha consolidado como una referencia en formato take away y delivery, adaptándose a las nuevas formas de consumo sin renunciar a la calidad.

Con una identidad propia y una filosofía centrada en el producto, De Pasto se posiciona como una de las hamburgueserías imprescindibles del norte de Madrid.

www.dpasto.es

Yelow Cab

La hamburguesa que manda en Arroyo de la Vega

A pocos minutos de La Moraleja, Yelow Cab se ha consolidado como uno de esos lugares que combinan ambiente, ubicación y propuesta gastronómica con acierto. Rodeado de zonas verdes y con una amplia terraza, nos atrevemos a decir que una de las mejores de Madrid, este restaurante invita a alargar cualquier comida.



Su carta apuesta por el producto como eje central, con materias primas seleccionadas a diario y proveedores de confianza. Yelow Cab destaca precisamente por trabajar con ingredientes frescos y una carta pensada para todos los públicos.

Entre sus platos, la joya de la corona -no la única- y el verdadero protagonista de nuestro especial gastronómico: la hamburguesa Yelow Cab. Elaborada con carne orgánica de máxima calidad, procedente en exclusiva de la Carnicería Peña del Mercado de Chamartín, y acompañada de pan artesanal, destaca por su inconfundible sabor auténtico, ese que tiene Yelow Cab. Un clásico que representa a la perfección la filosofía del local: producto bien tratado y disfrute sin complicaciones.

Un imprescindible del norte de Madrid para quienes buscan una buena hamburguesa en un entorno agradable. ¡Y también la puedes pedir a domicilio con Uber Eats!

Av. Olímpica, 5 / Alcobendas - Madrid / Tel.: 918 14 67 20
www.cervezayelowcab.com

Asta restaurante

Hamburguesas con alma gastronómica

En plena era de las hamburguesas de producción masiva, ASTA reivindica el placer de lo auténtico. Ubicado en el entorno privilegiado de Moraleja Green, este acogedor restaurante apuesta por una propuesta donde la calidad del producto y el respeto por la tradición marcan la diferencia.

Sus hamburguesas se elaboran al momento con carne 100% vacuno seleccionada y se cocinan a la brasa en horno de carbón, una técnica que potencia los matices del sabor y aporta ese irresistible aroma ahumado que conquista a los paladares más exigentes. Sin aditivos ni artificios, cada elaboración refleja una filosofía basada en el producto bien tratado.

Se sirven acompañadas de patatas fritas, patata o boniato asado, o una fresca ensalada. El conjunto se completa con un exquisito pan brioche procedente de uno de los obradores de referencia del país.



Los más pequeños también tienen su espacio con una versión adaptada que mantiene intacta la misma calidad y cuidado por los ingredientes.

www.astarestaurante.com

COEÒ

DE LA FÁBRICA A TU CASA

Sin distribuidores, sin intermediarios

Club COEÒ

40%

DESCUENTO

Paseo de la Castellana 236
grupocoeco.com

OpenSky Alcobendas

La gran novedad cultural que transformará las noches de julio

Hay momentos que marcan un antes y un después en la vida de una ciudad. Este verano, Alcobendas se prepara para vivir uno de ellos con el nacimiento de OpenSky Alcobendas, un nuevo festival de música al aire libre que aspira a convertirse en una de las grandes citas culturales de la Comunidad de Madrid. Durante los días 3, 4 y 5 de julio, el Parque de Andalucía se transformará en un gran escenario bajo las estrellas donde convivirán la música en directo, la gastronomía, el ocio y el talento emergente.

La iniciativa supone una apuesta decidida por reforzar la oferta cultural de la ciudad y consolidar su posición como destino de referencia para quienes buscan propuestas de calidad sin salir del norte de Madrid. Con una programación pensada para públicos diversos y una cuidada puesta en escena, OpenSky nace con vocación de permanencia y con la

ambición de situarse entre los festivales imprescindibles del calendario estival.

La llegada de OpenSky también refleja una tendencia cada vez más consolidada: la descentralización de las grandes propuestas culturales de Madrid. Durante años, los grandes festivales se han concentrado en la capital, pero municipios como Alcobendas han comenzado a reivindicar su papel como espacios capaces de albergar eventos de primer nivel, ofreciendo además ventajas como una mayor comodidad, accesibilidad y cercanía para el público.

En este contexto, OpenSky nace con una personalidad propia. Frente a los macrofestivales multitudinarios, apuesta por una experiencia más cuidada, donde la calidad de la programación convive con un entorno agradable y una organización pensada para disfrutar de la música sin prisas.



Ara Malikian



Taburete

El objetivo no es únicamente atraer visitantes durante un fin de semana, sino generar una cita capaz de fortalecer la identidad cultural de la ciudad y convertirse en un motor de dinamización social y económica.

Además, la celebración del festival en pleno corazón de Alcobendas contribuirá a impulsar la actividad de comercios, restaurantes y establecimientos de la zona, que verán incrementada la afluencia de público durante esos días. Una oportunidad para mostrar la vitalidad de una ciudad que continúa ampliando su oferta cultural y de ocio, consolidándose como uno de los municipios más dinámicos y atractivos del norte de Madrid.

El cartel de esta primera edición reúne algunos de los nombres más reconocibles del panorama musical nacional junto a artistas que atraviesan uno de los momentos más prometedores de sus carreras. Durante las jornadas del viernes

3 y sábado 4 de julio, los asistentes podrán disfrutar de más de cinco horas de música en directo cada día, en una experiencia concebida para prolongarse desde la tarde hasta la noche.

Sobre el escenario pasarán bandas y artistas como Taburete, Pignoise, Besmaya, Paula Mattheus, Hey Kid, Inazio, Avenida o Vera Fauna, representantes de distintas sensibilidades musicales que conectan especialmente con las nuevas generaciones. Las sesiones de los DJs Barce y Juan Valiente pondrán el broche final a cada jornada, prolongando el ambiente festivo hasta bien entrada la noche.

El domingo 5 de julio llegará uno de los momentos más especiales del festival. El prestigioso violinista Ara Malikian protagonizará una actuación única en la que desplegará su personal universo sonoro, capaz de fusionar música clásica, rock y ritmos contemporáneos en un espectáculo vibrante y profundamente emocional. Su presencia aporta



Pignoise

una dimensión internacional a una programación que busca combinar popularidad, calidad artística y diversidad musical.

Pero OpenSky Alcobendas no quiere ser únicamente una sucesión de conciertos. La experiencia se ha diseñado para que el público disfrute de un entorno cómodo, atractivo y abierto. El Parque de Andalucía, uno de los espacios verdes más emblemáticos de la ciudad, albergará un recinto especialmente acondicionado para la ocasión. La organización prevé una amplia zona principal con pista de césped artificial, área VIP y espacios dedicados a la restauración y al descanso, donde los asistentes podrán disfrutar de una variada propuesta gastronómica en un ambiente relajado y familiar.

Uno de los aspectos más interesantes del proyecto es su apuesta por el talento local. Junto al escenario principal, el festival contará con un segundo espacio dedicado a artistas emergentes y propuestas de proximidad, reforzando así el compromiso de Alcobendas con la promoción de nuevos creadores y ofreciendo una plataforma de visibilidad a músicos que comienzan a abrirse camino en la industria.

Las entradas estarán disponibles a través de la página oficial del festival (www.openskyalcobendas.com) con

diferentes modalidades para adaptarse a los distintos perfiles de público. Además, los vecinos empadronados en Alcobendas podrán beneficiarse de descuentos especiales en las entradas generales durante el periodo de lanzamiento, una medida que busca acercar esta nueva cita cultural a la ciudadanía y fomentar la participación local. También será posible utilizar el Bono Cultural Joven y acceder a facilidades de pago para determinadas modalidades de compra.

Impulsado por el Ayuntamiento de Alcobendas junto con la Fundación Ciudad de Alcobendas y Emotional Events, OpenSky representa mucho más que un festival musical. Es una declaración de intenciones sobre el modelo de ciudad que Alcobendas quiere proyectar: dinámica, abierta, contemporánea y conectada con las tendencias culturales actuales. Un proyecto que nace mirando al futuro y que promete convertir las noches de julio en una celebración de la música, el encuentro y la vida al aire libre.

Si esta primera edición cumple las expectativas generadas, OpenSky podría convertirse en una de esas citas que, con el paso de los años, terminan formando parte de la identidad de una ciudad. De momento, Alcobendas ya tiene una nueva razón para mirar al verano con ilusión.



ALCOBENDAS

Avanzamos juntos

Lexus RZ

El SUV eléctrico que redefine los viajes de larga distancia

Lexus RZ 350e Madrid: eficiencia, confort y tecnología para una nueva era de la movilidad premium

Lexus RZ 350e Madrid: eficiencia, confort y tecnología para una nueva era de la movilidad premium

La electrificación ya no consiste únicamente en reducir emisiones. Para quienes buscan un vehículo premium, la verdadera diferencia está en combinar autonomía, refinamiento, tecnología y placer de conducción sin renunciar al confort.

Con el nuevo Lexus RZ 350e Premium Efficiency, la marca japonesa da un paso más en la evolución de la movilidad eléctrica. Este SUV 100 % eléctrico ha sido desarrollado para responder a las necesidades reales de los conductores actuales, ofreciendo una autonomía optimizada, una experiencia de viaje sobresaliente y el nivel de calidad que caracteriza a Lexus.

En una ciudad como Madrid, donde la movilidad sostenible adquiere cada vez más protagonismo, el Lexus RZ se presenta como una alternativa sofisticada para quienes desean dar el salto a la electrificación sin comprometer la comodidad ni la tranquilidad en cada desplazamiento.

Un SUV eléctrico concebido desde cero

A diferencia de otros modelos electrificados desarrollados sobre plataformas convencionales, el Lexus RZ nació como vehículo eléctrico desde el primer momento.

Esta arquitectura específica optimiza la distribución de pesos, el aprovechamiento del espacio interior y el comportamiento dinámico. El resultado es un SUV elegante y equilibrado, diseñado para ofrecer una conducción refinada tanto en ciudad como en carretera.

Dentro de la gama, el acabado Premium Efficiency destaca por su orientación hacia la eficiencia energética, convirtiéndose en una de las opciones más interesantes para quienes realizan desplazamientos frecuentes o viajes de larga distancia.

Prueba real: de Madrid a Granada al volante del Lexus RZ 350e

Más allá de las cifras homologadas, el verdadero potencial de un vehículo eléctrico se aprecia en condiciones reales. Durante una exigente prueba dinámica realizada entre Madrid, Valencia y Granada, el Lexus RZ 350e Premium Efficiency demostró una notable evolución en eficiencia y autonomía.

En circulación urbana registró consumos de apenas 9,3 kWh/100 km, mientras que en carretera las cifras se mantuvieron entre 15 y 16 kWh/100 km, resultados especialmente destacados para un SUV eléctrico de su tamaño y categoría.

A lo largo del recorrido, el sistema de gestión energética permitió alcanzar autonomías proyectadas cercanas a los 500 kilómetros, llegando incluso a mostrar estimaciones de hasta 524 km. Estas cifras reflejan el importante trabajo realizado por Lexus en la optimización de su tecnología eléctrica.

La experiencia de viaje estuvo marcada por la suavidad de funcionamiento, la precisión de conducción y el elevado nivel de confort característico de la marca. Incluso durante largas jornadas al volante, el RZ mantuvo una sensación de serenidad y calidad difícil de encontrar en otros modelos de su segmento.

Silencio, confort y refinamiento Lexus

Uno de los aspectos más sorprendentes del Lexus RZ es su extraordinario nivel de aislamiento acústico.

La ausencia de ruido mecánico propia de los vehículos eléctricos permite apreciar mejor el trabajo realizado por Lexus para minimizar vibraciones, ruido aerodinámico y sonidos procedentes del asfalto.

El resultado es una atmósfera relajada y elegante que transforma cada desplazamiento en una experiencia especialmente agradable, sobre todo en trayectos largos por autopista.



A ello se suma una suspensión cuidadosamente calibrada para absorber las irregularidades del firme sin renunciar a una excelente estabilidad, reforzando la sensación de control y confianza al volante.

Innovación para una nueva experiencia de conducción. La gama Lexus RZ incorpora algunas de las tecnologías más avanzadas desarrolladas por la marca para reforzar el concepto Lexus Driving Signature, basado en ofrecer el máximo nivel de control, confort y confianza al conductor.

Entre ellas destaca el sistema Lexus Steer-by-Wire, disponible en los modelos RZ 500e Luxury y RZ 550e F SPORT. Esta tecnología sustituye la conexión mecánica tradicional entre volante y ruedas por una comunicación electrónica de alta precisión, mejorando la capacidad de respuesta y filtrando vibraciones no deseadas.

El sistema se combina con un innovador volante tipo Jet que prácticamente elimina la necesidad de cruzar las manos durante las maniobras y adapta la relación de dirección en función de la velocidad, facilitando la conducción urbana y aumentando la estabilidad en carretera.

Lexus Interactive Manual Drive

En el Lexus RZ 550e F SPORT, la innovación va un paso más allá gracias al sistema Lexus Interactive Manual Drive.

Esta tecnología introduce una transmisión virtual de ocho velocidades que permite disfrutar de una experiencia de conducción más emocional e interactiva. Mediante las levas situadas tras el volante, el conductor puede seleccionar manualmente las marchas y gestionar la entrega de potencia como si condujera un vehículo de altas prestaciones con motor de combustión.

El sistema reproduce cambios de marcha, respuesta del acelerador, variaciones de par e incluso una banda sonora específica generada a través del sistema de audio. La experiencia se completa con un cuadro digital que incorpora cuentarrevoluciones virtual e indicador de marcha.

El resultado es una propuesta única dentro del mercado eléctrico: la posibilidad de elegir entre la suavidad silenciosa característica de Lexus o una conducción más dinámica y participativa cuando la ocasión lo requiere.

Descubre el Lexus RZ en Lexus Madrid

Si deseas conocer de cerca el nuevo Lexus RZ 350e Premium Efficiency o descubrir las innovaciones presentes en los nuevos RZ 500e Luxury y RZ 550e F SPORT, te invitamos a visitar cualquiera de los Centros Oficiales Lexus Madrid.

Nuestro equipo estará encantado de mostrarte cómo Lexus está redefiniendo el futuro de la movilidad premium.

Inside LA MORALEJA magazine

*Hay historias que merecen ser contadas.
Y conversaciones que merecen ser escuchadas.*

Por eso nace **La Moraleja Inside**, el videopodcast de **La Moraleja Magazine**: un espacio donde líderes, emprendedores, innovadores, creadores y personalidades inspiradoras comparten experiencias, ideas y reflexiones que dejan huella.

En cada episodio descubrirás el lado más humano de quienes están transformando nuestro entorno, a través de conversaciones cercanas, auténticas y enriquecedoras.

Este verano te invitamos a acompañarnos, a escuchar sin prisas y a dejarte inspirar por historias que conectan talento, propósito y futuro.

*Escanea el código QR y accede a La Moraleja Inside.
Porque las mejores conversaciones no siempre se leen.
A veces, se escuchan.*



Escanea el QR y
accede al episodio

Nos encontrarás
en estas plataformas



¿QUIERES SER PATROCINADOR O COLABORADOR DE ALGÚN CAPÍTULO O TEMPORADA?
CONTÁCTANOS: info@lamoralejamagazine.com



Su casa vendida. Profesionalmente.

Lucas Fox La Moraleja

Plaza de la Moraleja, Edificio 2 Local 3
28109 La Moraleja
+34 910 444 510
moraleja@lucasfox.es
www.lucasfox.com





RZ

100 % ELÉCTRICO

POR 325 €* /MES

48 Cuotas. Entrada: 16.375,80 €. Última cuota: 21100,83 €

TIN: 7,50 %. *TAE: 8,80 %

LEXUS MADRID NORTE

NORTE

Avda. de Burgos, 114
Tel. 913 846 565

CASTELLANA

Pº Castellana, 104
Tel. 915 633 396

PLANTÍO

Avda. de la Victoria, 9
Tel. 917 081 708

MAJADAHONDA

C/Ciuela, 1
Tel. 917 373 333

*Lexus RZ 350e Premium Efficiency MC26. Precio por financiar 44.525 € con Lexus Privilege. PVP al contado 48.825 €. Entrada: 16.375,80 €. TIN: 7,50 %. TAE: 8,80 %. 49 meses: 48 cuotas de 325 € / mes y última cuota: 21100,83 €. Comisión de apertura financiada (2,99 %): 841,66 €. Precio Total a Plazos: 53.076,63 €. Importe Total de Crédito: 28.990,86 €. Importe Total Adeudado: 36.700,83 €. Coste Total de Crédito: 8.551,63 €. Importe de Intereses: 7.709,97 €. Sistema de Amortización Francés. Oferta conjunta de Lexus España y Toyota Kreditbank GmbH sucursal en España con el producto Lexus Privilege. Capital mínimo a financiar 32.000 €. El producto Lexus Privilege te permitirá, al finalizar el plazo, cambiar tu RZ 350e Premium Efficiency MC26 por un nuevo Lexus, devolverlo sin gastos adicionales o quedártelo pagando o refinanciando la última cuota siempre que se cumplan las condiciones establecidas en el contrato. Oferta válida en Península y Baleares. IVA, transporte, impuesto de matriculación y campaña promocional incluidos. Garantía Lexus Relax, hasta los 15 años o 250.000 kms de tu Lexus renovable año a año. Consulta términos y condiciones en www.lexusauto.es. Otros gastos de matriculación, pintura metalizada y equipamiento opcional no incluidos. Oferta válida hasta el 30/06/2026. Promoción no acumulable a otras ofertas o descuentos. Modelo visualizado puede no corresponder con el modelo ofertado. Para más información, o si estás interesado en los valores de un vehículo con distinto acabado, por favor contacta con la División de LEXUS de Toyota España S.L.U. o tu Concesionario LEXUS.