

# DEPILACIÓN: ¿EN TU CASA O EN LA MÍA?

**La mitad de las españolas optan por deshacerse del vello corporal en casa. ¿Cuál es el método más utilizado? ¿Cuál aporta mejores resultados? Te damos todas las claves.**

**C**ON LA LLEGADA DEL buen tiempo la depilación femenina aumenta un 70% y, aunque las españolas somos las europeas a las que más nos preocupa el tema, son las andaluzas, las valencianas y las murcianas las más propensas a eliminar el vello de su cuerpo. Pero este no es el único dato relevante extraído de un estudio elaborado por la marca de productos depilatorios Veet. Lo más interesante es que la mitad de las encues-



tadas afirman que prefieren hacerlo ellas mismas en casa, frente a la otra mitad que confía en profesionales.

«Actualmente el planteamiento de las madres que nacieron en los 70 y los 80 y que sufrieron la depilación con cera, espirales rotatorias, pelos encarnados, dolor... es que sus hijas (y también cada vez más sus hijos) no pasen por la misma experiencia y acaben de una vez con el vello. Es posible que empiecen con métodos tipo cuchilla, crema, cera...pero luego quieren algo más definitivo como el láser», explica la Dra. Paloma Cornejo, dermatóloga y miembro de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV). Aunque exista un crecimiento innegable de este método, sus costes —alrededor de 5.000 euros en 50 años, según un estudio elaborado por Inhibitif— hacen que la cera continúe siendo el más demandado. Siete de cada 10 mujeres la prefieren al considerar que deja la piel más suave, se obtienen mejores resultados y es económico.

**ELIGE EL TUYO**



**LUZ PULSADA**  
Dispositivo de Rowenta. 229 euros.



**CUCHILLA**  
Venus Snap Pink de Gillette. 8,90 euros.



**CREMA**  
Crema depilatoria Veet. C.p.v.

se su venta. Una mayor duración de los resultados y su facilidad de uso, la clasifican como el método que más crecimiento ha experimentado en los últimos años. Lo que seguro ya no va a crecer es el vello. @reginannm



## EL CAFÉ COMERCIAL REABRE SUS PUERTAS

El legendario Café Comercial ha vuelto a abrir sus puertas en pleno corazón madrileño. El que durante décadas fue núcleo cultural y social de la capital, reabre ahora tras una reforma integral que mantiene no obstante todo el espíritu y el carácter castizo del emblemático local. Dividido en dos plantas, el espacio superior ha sido dibujado prácticamente desde cero bajo la dirección artística del estudio Madrid In Love. En el plano gastronómico destacan la creación de dos cartas diferenciadas, una de bar y otra de restaurante, así como su amplia oferta de cócteles.

SI ERAS FAN DE 'THE POREPROFESSIONAL' DE BENEFIT, ESTÁS DE ENHORABUENA. LA MARCA LANZA AHORA 'THE POREPROFESSIONAL MAKEUP', UNA BASE DE MAQUILLAJE QUE MINIMIZA LA APARIENCIA DE LOS POROS Y UNIFICA EL TONO. ESTARÁ DISPONIBLE EN CINCO TONOS A PARTIR DE JUNIO. 32 EUROS.



## LUXURY GREY: A CADA MAQUILLAJE, SU PINCEL



Luxury Grey es la nueva línea de brochas de la firma Maiko. Creadas especialmente para conseguir el acabado perfecto en cada zona del rostro, cada una de ellas ha sido concebida como una auténtica joya. En total nueve brochas diferentes que prometen resultados de lujo. En la imagen, Precison Foundation Brush, para la base de maquillaje (8,99 euros).



## GAULTIER SE PASA AL CÓMIC

A sólo un par de meses del estreno de la nueva franquicia de

DC Comics, *Wonder Woman*, Jean-Paul Gaultier lanza una nueva edición limitada de sus icónicos *Classique* y *Le Male*, esta vez inspirada en los héroes de cómic clásicos con *Superman* y la propia *Wonder Woman* como protagonistas (88 euros).