

# MODESTO

magazine

Nº15 - DICIEMBRE 2013

JOYERIA MODESTO  
cumple 70 años

**ETRO**  
*los foulards  
más bellos del mundo*

Breitling  
EMERGENCY,  
el reloj que salva  
vidas humanas

**AMULETTO**  
JOYERÍA DE  
VANGUARDIA

JOSÉ BOUSO;  
señor presidente

MI MONEDA,  
el último boom

**CALAVERAS**  
Alexander McQueen  
& Damien Hirst:  
SKULL POWER

**Rafael NADAL**  
un ejemplo para la vida







# TAG Heuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



## MODESTO

JOYEROS & RELOJEROS

Progreso, 40 Tel 982 227 052 LUGO

[www.joyeriamodesto.com](http://www.joyeriamodesto.com)



50 YEARS OF  
CARRERA  
TAG Heuer



UNA ASOCIACIÓN PARA  
AYUDAR A PROTEGER NUESTRO PLANETA

Leonardo DiCaprio y TAG Heuer han unido sus fuerzas  
para contribuir con las iniciativas de Green Cross International.  
Para saber más, visite [www.tagheuer.com](http://www.tagheuer.com)



**TAGHeuer**  
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



**MÓDESTO**  
JOYEROS & RELOJEROS

Progreso, 40 Tel 982 227 052 LUGO

[www.joyeriamodesto.com](http://www.joyeriamodesto.com)

Serie  
Carrera





Taller de Joyería Modesto, año 1952 en la Ronda de la Muralla, Raimunda rodeada de muchos de los joyeros que pasaron toda una vida en nuestros talleres, Juan, Pin, Manuel Carregal, Angel, Oscar, Aniceto ...todos ellos dirigidos por Modesto fueron y son la historia de nuestra joyería.



“

*Compañero, usted sabe, puede contar conmigo  
no hasta dos o hasta diez, sino contar conmigo...  
pero hagamos un trato, yo quisiera contar con usted...  
es tan lindo saber que usted existe...  
uno se siente vivo...*

MARIO BENEDETTI



SORTIJA FABRICADA EN MODESTO  
(AÑOS 60)

*antes, ahora y siempre*



**MODESTO**

JOYEROS & RELOJEROS

1944-2014

70 AÑOS EN LUGO





MODESTO  
magazine

# Sumario

REDACCIÓN  
MODESTO JOYEROS

DISEÑO  
iCREACION

FOTOGRAFÍA  
FOTO PURRIÑOS

ILUSTRACIÓN  
PIPE MOLINA

MAQUILLAJE  
ANA MARÍA (YVES ROCHER)

ESTILISMO  
PELUQUERÍA PILAR

AGRADECIMIENTOS  
PILAR ESTÉVEZ  
JACOBO GARCÍA-BOBADILLA  
MOE MACKEN  
JOSÉ BOUSO  
RESTAURANTE ESPAÑA  
JOSÉ MANUEL NÚÑEZ  
FRANCISCO LÓPEZ CANCIO





- 04 Joyería Modesto: 70 años en Lugo
- 13 ETRO, el legendario caballo alado
- 21 Breitling EMERGENCY, el reloj que te salvará la vida
- 25 Rafael Nadal: la familia, la disciplina y el trabajo
- 40 Foulards y relojes
- 43 José Bouso, presidente del Club Deportivo Lugo
- 46 Cristiano Ronaldo y su Franck Muller
- 50 Series Limitadas
- 57 Amuletto, la joyería más “cool”
- 67 Calaveras, fue Alexander McQueen quien...
- 72 El “making of” de Modesto MAGAZINE
- 80 Living in Lugo
- 86 BMW “i”
- 91 La excelencia del Restaurante España
- 104 Mi Moneda, la ultima sensación



# HUBLOT



  
**HUBLOT**

Big Bang Zebra.  
Cronógrafo de oro rojo 18 quilates  
adornado con topacios incoloros  
y espinelas negras baguette.  
Esfera con estampado cebra  
y 8 diamantes. Correa de caucho  
y cuero con estampado cebra.  
Edición limitada a 250 piezas.

[www.hublot.com](http://www.hublot.com) • [twitter.com/hublot](https://twitter.com/hublot) • [facebook.com/hublot](https://facebook.com/hublot)





*Eugenio Lumbreras*  
JOYEROS



FRANCK MULLER  
GENEVE











# MODESTO

BY

*Reydiam*  
GEMSTONES





# La familia



Pegaso, el legendario caballo alado símbolo de creatividad, belleza y energía positiva, es el icono de la marca. La espléndida figura mitológica surge en el mundo ETRO a través de los llamativos diseños, del ímpetu creativo y de la belleza de las imágenes.



# El mundo Etro

Durante 40 años, Etro ha sido sinónimo de *Made in Italy* y un estilo, un estilo de vida también, marcado por la calidad y la elegancia.

Un universo exquisito y refinado nacido de la pasión innata de Gimmo Etro para los viajes y la historia, que hoy se han convertido en el hilo conductor de cada línea hecha a mano por la marca. Fue en 1968 cuando nace Etro dando lugar a la producción de materiales de alta calidad elaborados con fibras nobles y naturales, adornados con diseños originales y colores innovadores.

## La marca

En 1981, Etro presentó la línea de productos textiles de decoración. Paisley fue la característica distintiva de la primera colección y se convertiría en la obra maestra de la producción y en el sello de reconocimiento de la marca Etro.

La gama de producción se bifurcaba en el cuero y en el tejido Jacquard Paisley para la colección de bolsos y bolsas de viaje tratados con una técnica de plastificación especial, el Etro Paisley Jacquard ascendió rápidamente como un emblema de la elegancia. Etro continuó enriqueciendo su oferta con una línea de accesorios para el hogar y la decoración.

La década de 1980 vio el lanzamiento de Perfumes Etro, que hoy tiene 24 fragancias exclusivas.



Las colecciones de mujer y de hombre *pret-a-porter* hicieron su debut en la década de 1990 y se distinguen inmediatamente por su inventiva estilística y por el profundo trabajo en investigación de nuevos materiales. El uso artístico de estampados y colores combinados con una extraordinaria atención al detalle y unos cortes muy modernos han permitido que la etiqueta Etro disfrute de un crecimiento continuo.

Etro se ha convertido en un centro de creatividad e innovación, aunque todavía mantiene estrechos lazos con la tradición, es lo que Etro llama la “nueva tradición”, un concepto clave y un valor importante de la marca.

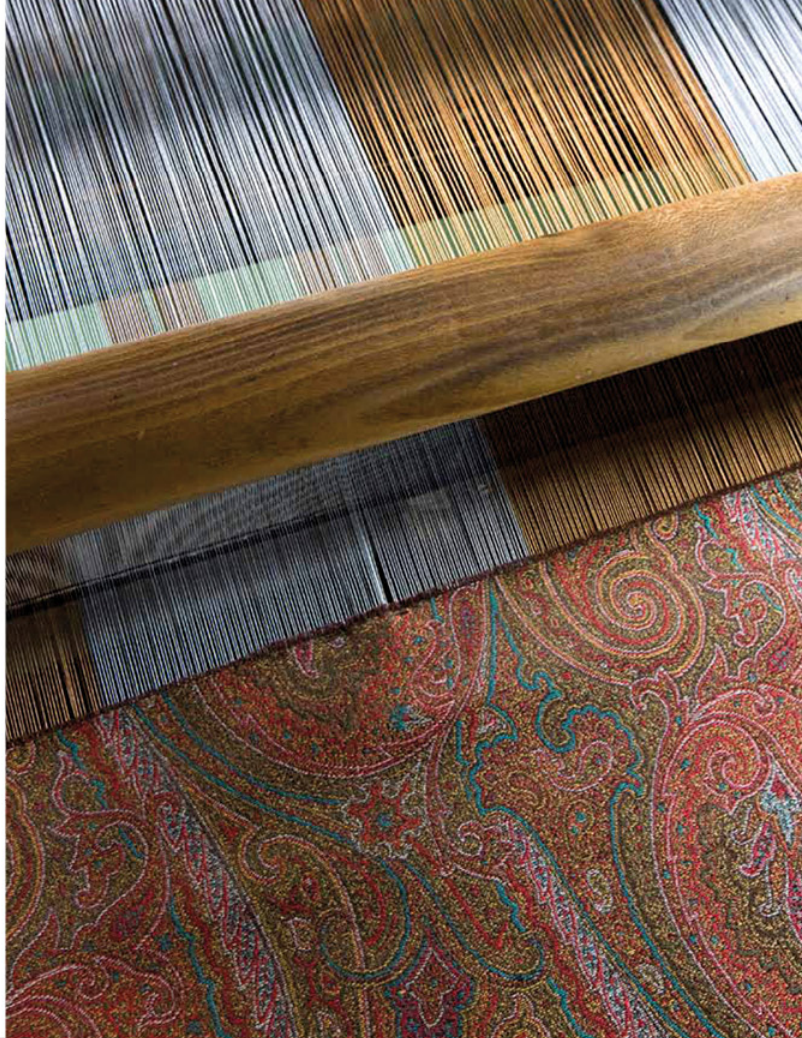


# Paysley

La tradición Etro florece con la palma de Cachemira como icono de diseño, una característica antigua de decoración nacida en Mesopotamia, donde simboliza el brote del árbol de la vida. El follaje de esta palma de Cachemira se ha convertido en el elemento preferido por la marca italiana para iluminar con colores sus colecciones.

Cachemir o cachemira es un diseño o estampado con forma de gota de agua o de riñón que proviene de la India de donde fue copiado de chales de seda y lana provenientes de Cachemira para la confección de mantones para las señoras del XIX aunque en la cultura anglosajona se popularizó con el nombre de Paisley, un pueblo escocés.

*Paisley, el característico dibujo de cachemir es el verdadero símbolo de la marca italiana*



Esta es la historia de este antiguo motivo decorativo que, temporada tras temporada, colección tras colección, florece en las telas, arrastrando toda su magia a su paso. Paisley es el hilo común que corre a lo largo de todas las colecciones desde 1984 hasta el presente.

## Colección mujer

Una colección con toques étnicos, vinculado a la tradición refinada de la marca, pero en constante evolución. Prendas Priceless desarrolladas y construidas con la sofisticación y cuidado de siempre. Refinamiento en los detalles y el acabado de las prendas con una precisión nacida de la pasión.



## Colección hombre

Efectos nada convencionales creados con formas y estampados para hacer una colección en la que se combina el estilo clásico con brío para encontrar su más alta forma de expresión.

El encanto de la vida de tener clase junto a un lado humorístico, a raíz de un solo dictar; ser audaz, pero hazlo con prudencia.



## Accesorios y marroquinería

En 1981, Etro presentó la línea de productos textiles de decoración. Paisley fue la característica distintiva de la primera colección y se convertiría en la obra maestra de la producción y en el sello de reconocimiento de la marca Etro.

La gama de producción se bifurcaba en el cuero y en el tejido Jacquard Paisley para la colección de bolsos y bolsas de viaje tratados con una técnica de plastificación especial, el Etro Paisley Jacquard ascendió rápidamente como un emblema de la elegancia. Etro continuó enriqueciendo su oferta con una línea de accesorios para el hogar y la decoración.

La década de 1980 vio el lanzamiento de Perfumes Etro, que hoy tiene 24 fragancias exclusivas.



## ETRO una familia a la italiana



En la sede de la casa de moda italiana ETRO en la ciudad de Milán, la diseñadora de prendas femeninas Verónica Etro lanza un grito al otro lado del estudio a su hermano Kean, quien diseña la línea masculina de la marca. Cerca en el mismo salón se encuentran también sus hermanos Ippolito, el gerente general de ETRO, y Jacopo, quien supervisa los textiles y el cuero.

Los hermanos suelen reunirse en la cocina del sótano donde Ippolito pone límites a los planes de gastos de sus hermanos durante almuerzos improvisados que a veces pueden tener un tono muy ejecutivo como también convertirse en discusiones acaloradas y escandalosas.

[ Hay un enorme respeto por sus mayores y una aceptación clara de la jerarquía familiar

Los ETRO son un ejemplo de las muchas dinastías que permanecen en control de una empresa por décadas en Italia. Junto con familias como Versace, Ferragamo, Trussardi, Zegna, Prada y Missoni, entre otras, son propietarias mayoritarias de sus firmas, las que van cambiando el panorama de la moda y siguen dominando los bienes de lujo.

Estas marcas siguen expandiéndose globalmente y han contribuido a establecer las expectativas de los consumidores de todo el mundo.

La longevidad de muchas dinastías de la moda italiana proviene de la forma en que sus miembros se protegen entre sí, quieren que sus marcas pasen a la siguiente generación bajo una premisa profunda de la tradición italiana; “primero la familia y luego el negocio”. El éxito de estas familias radica en una parte integral de la cultura italiana; el respeto a las generaciones pasadas.



# Fragancias

Concebir un nuevo perfume es un arte de la inteligencia, la creación de una maravilla de la química, saber cómo elegir un signo de estilo.

En el afinamiento de las percepciones los ojos han de estar cerrados cuando sobre la muñeca se espolvorea una gota de perfume y se lleva a las fosas nasales; así comienza el viaje de las asonancias, las armonías y la nostalgia a través del mundo perfumado de Etro.

1989 ve el nacimiento de la colección de perfumes de Etro, que ha llegado a 24 fragancias, fragancias concentradas de emociones y sabores. Un universo de gotas que evoca el color, abraza los sentidos, evoca paisajes y momentos mágicos mediante una hábil mezcla de ingredientes a partir de fragmentos de cerca y de lejos para componer la poesía.



## ETRO, un coctel de sensaciones. Tu sensación, tu perfume

ETRO ha revolucionado el mundo del perfume asignando a cada una de nuestras sensaciones más íntimas uno de sus perfumes.



*Si quieres aumentar tu energía:*

LEMON SORBET o PEGASO



*Si te sientes enamorado y romántico:*

VICOLO FIORI



*Si te sientes enamorado y deseas ampliar la emoción:*

ETRA ETRO o HELIOTROPE



*Si quieres estimular la sensualidad con discreción:*

PATCHOULI



*Si quieres estimular la sensualidad con intensidad:*

AMBRA



*Si quieres estimular la sensualidad con seducción:*

ETRA ETRO



*Si quieres estimular la sensualidad con pasión:*

AMBRA o PAISLEY



*Si quieres fortalecer tu lado masculino:*

PATCHOULI o NEW TRADITION



*Si necesitas espiritualidad para estimular la energía:*

LEMON SORBET



*Si necesitas espiritualidad para sumergirte en lo oculto:*

PALAIS JAMAIS o PATCHOULI



*Si necesitas espiritualidad para sentirte seguro:*

LEMON SORBET o PEGASO



*Si necesitas espiritualidad para sentirte vital:*

VIA VERRÌ o MUSK



*Si necesitas hacer hincapié en tu lado femenino de forma elegante y sofisticada:*

VICOLO FIORI o PAISLEY



*Si quieres hacer hincapié en tu lado femenino con intensidad y tenacidad:*

AMBRA o MUSK



*Si quieres hacer hincapié en tu lado femenino de forma misteriosa:*

AMBRA o DIANTHUS





# "WELCOME TO OUR WORLD"

Los siete pilotos del Breitling Jet Team pertenecen a la élite mundial de los profesionales de la aviación. Mientras ejecutan sus figuras acrobáticas a cerca de 800 km/h, a 2 metros unos de otros y con aceleraciones de hasta 8G, no tienen derecho al error. Es para estos maestros de la audacia y la proeza que Breitling crea sus cronógrafos, unos instrumentos de altas prestaciones, robustos y funcionales, todos ellos provistos de mecanismos con certificación cronómetro del COSC —el más alto referente oficial en materia de fiabilidad y precisión. Bienvenidos al mundo Breitling.





SUPEROCEAN HÉRITAGE  
CHRONOGRAPHE



INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™



# EMPORIO ARMANI



The "New Retro" Collection



  
**BREITLING**  
1884

## EMERGENCY II



## TU VIDA EN MANOS DE UN BREITLING

### EL PRIMER RELOJ DE PULSERA DEL MUNDO CON BALIZA DE EMERGENCIA BIFRECUENCIA

Breitling reafirma su liderazgo en el ámbito de los relojes técnicos y los instrumentos para profesionales creando el primer reloj de pulsera con baliza de emergencia personal (Personal Locator Beacon/PLB) incorporada. Máximo exponente de alta tecnología, el Emergency II va dotado de un emisor bifrecuencia conforme a las especificaciones del sistema internacional de alerta por satélites Cospas-Sarsat y permite a la vez lanzar la alerta y guiar las operaciones de localización y salvamento.





Desarrollado en colaboración con grandes institutos científicos, el Emergency II incorpora numerosas innovaciones en micro- electrónica y microtécnica, entre ellas una batería recargable revolucionaria, un emisor bifrecuencia miniaturizado y un sistema inédito de antenas incorporadas, todos ellos especialmente desarrollados para este modelo.

Primera baliza PLB bifrecuencia para llevar en la muñeca, el Breitling Emergency II se impone como un instrumento de seguridad y de supervivencia en cualquier situación de emergencia; en tierra, mar y aire.



BEAR GRYLLS, EL AVENTURERO EXTREMO CON SU BREITLING EMERGENCY.

Aviadores, navegantes, alpinistas, senderistas, exploradores, deportistas extremos... el Emergency II os puede salvar la vida.



## UN FEUDO DE BREITLING

En 1995, Breitling marcó un gran hito al lanzar el primer reloj de pulsera con microemisor de emergencia incorporado. Operativo en la frecuencia internacional de emergencia aeronáutica 121,5 MHz, la finalidad del Emergency era la localización de proximidad de los pilotos o pasajeros víctimas de un accidente de avión. Pensado para llevarlo en la muñeca en todo momento, servía como complemento a los equipos embarcados en toda aeronave.

El Emergency ha sido testado y llevado a diario por los mejores profesionales de la aviación





así como por las más importantes patrullas aeronáuticas del planeta. Su fiabilidad ha sido demostrada a lo largo de numerosos ejercicios de búsqueda y salvamento, convirtiéndose en sinónimo de seguridad y fiabilidad para los pilotos de todo el mundo. Con cerca de 40.000 ejemplares vendidos, ha permitido ya salvar numerosas vidas y sigue siendo un instrumento excepcional para la localización y el salvamento de personas en situación de peligro.

El éxito y la experiencia acumulados, han llevado a Breitling a protagonizar ahora una nueva hazaña tecnológica sin precedentes presentando el Emergency II; el primer reloj de pulsera del mundo que lleva incorporada una auténtica baliza de emergencia bifrecuencia.

El Emergency II no es solamente un instrumento de supervivencia personal, sino también un cronógrafo electrónico que ofrece todas las funciones útiles a los profesionales y a los amantes de aventuras: indicación analógica y digital 12 h/24 h, cronógrafo a 1/100 de segundo, alarma-despertador, cuenta atrás (timer), segundo huso horario, calendario multilingüe e indicador de consumo de pila. En su interior va alojado un mecanismo termocompensado SuperQuartz™, diez veces más preciso que el cuarzo

estándar, con certificación cronómetro del COSC (Control Oficial Suizo de Cronómetros) –el más alto referente en materia de precisión y fiabilidad. Las partes «reloj» y «emisor» han sido desarrolladas como dos elementos distintos, totalmente independientes tanto desde el punto de vista de su utilización como de la fuente de energía –lo que garantiza una mayor seguridad.

## UN DISEÑO ROBUSTO Y TÉCNICO

El Emergency II posee una caja de construcción muy compleja fabricada en titanio, el metal predilecto de la aeronáutica, a la vez robusto, ligero, antimagnético, resistente a la corrosión y analérgico. Se propone con tres tipos de esfera –negra, amarilla o naranja– y acompañado de una pulsera de titanio o de caucho. El bisel satinado lleva grabada una rosa náutica que subraya su estilo técnico y potente. El cristal de zafiro con tratamiento antirreflejos por ambas caras, así como las cifras y las agujas luminiscentes, garantizan una óptima legibilidad en cualquier condición. Una funcionalidad fuera de serie para el primer reloj de pulsera del mundo con baliza de emergencia bifrecuencia incorporada.



Con 40.000 ejemplares vendidos, el Breitling Emergency I ha permitido salvar numerosas vidas.



## HITO TECNOLÓGICO

Prodigio de miniaturización y alta tecnicidad, este instrumento sin parangón –perteneciente a la clase de los PLB (personal Locator Beacon)- se distingue por su emisor conforme con las especificaciones Cospas-Sarsat, que permite simultáneamente lanzar la alerta y guiar las operaciones de localización y de salvamento. Fruto de cinco años de desarrollos, el Emergency II ha requerido la puesta a punto de soluciones tecnológicas punteras que han contribuido a hacer avanzar la microelectrónica y la microtécnicas.

Un instrumento de supervivencia en cualquier situación de emergencia, Primera baliza PLB bifrecuencia para ir en la muñeca, es decir para llevar consigo, el Emergency II está destinado a una amplia gama de usuarios, en los ámbitos mas diversos, aviación, navegación, alpinismo, trekking, senderismo, exploración, deportes extremos, etc. y en los cuatro rincones del mundo.

Un emisor bifrecuencia novedoso el Emergency II va dotado de un microemisor que transmite alternativamente en dos frecuencias diferentes durante 24 horas: una primera señal digital en la frecuencia 406 MHz (destinada a los satélites) durante 0.44 segundos cada 50 segundos, y una señal analógica en la frecuencia 121.5 MHz (destinada a la localización y el rescate) durante 0.75 segundo cada 2.25 segundos.

La puesta a punto de este emisor bifrecuencia, especialmente desarrollado para el Emergency II, ha supuesto un enorme reto técnico, principalmente a causa de sus dimensiones, que debían adaptarse a las de la muñeca.



Se ha llevado a cabo en colaboración con un instituto especializado en el ámbito espacial, la defensa y la industria y ha exigido el desarrollo de un nuevo círculo exclusivamente destinado a este instrumento para poder transmitir en dos frecuencias dentro de un volumen sumamente compacto. El resultado es un récord de miniaturización y fiabilización, que abre nuevas perspectivas más allá del sector relojero.

El emergency II se caracteriza principalmente por llevar incorporado un sistema de antenas muy ingenioso y a la vez muy fácil de utilizar. Sus dos “varillas” extensibles, que van alojadas en la parte inferior del reloj, se despliegan manualmente a ambos lados de la caja. Uno de los principales retos era encontrar un dispositivo miniaturizado que permitiera transmitir alternativamente en ambas frecuencias, ya que el largo de la antena varía en función de la longitud de onda. Así pues, Breitling ha desarrollado un sistema inédito en el que unas veces el emisor utiliza parte de la antena y otras las dos antenas completas. Una gran primicia en una baliza de emergencia.







# RAFAEL NADAL

POR GONZALO GONZÁLEZ

Un referente  
para la vida...  
de todos

Rafa Nadal es producto de familia, de una estricta educación basada en la modestia, la disciplina y la generosidad; el tesón, la entrega y la pasión; Rafael Nadal es la honradez.



## DEPORTISTAS Y POLÍTICOS, LA NECESIDAD DE REFERENTES

Hacer paralelismos entre deportistas; la gran mayoría de deportistas y políticos; desgraciadamente la gran mayoría de políticos; puede llegar a ser un ejercicio tremendamente elocuente y llegar a compararlos con más profundidad casi un ejercicio de locura mental.

Todos deseáramos por el bien general que los valores éticos y morales que emanan del deporte pasasen a ser dogma de fe para nuestros políticos porque el nivel de hartazgo y repugnancia que estamos asumiendo como ciudadanos ante cada nueva noticia del abuso y falta de honradez de muchos de nuestros gobernantes, políticos y banqueros resulta ya insoportable y no ha hecho más que enfrentarnos con un país fuera de control y a la vez con nuestra auténtica realidad, la fatal realidad de un país que desconocíamos y del que no podíamos ni imaginar a qué niveles de putrefacción lo han conducido las esferas de poder.

Ya no confiamos, ¿en nuestros gobernantes?, ni los de ahora ni los de antes, tampoco en nuestros banqueros

Todos deseáramos que los valores que emanan del deporte; trabajo y disciplina, respeto y solidaridad, compromiso y honradez fueran ejemplo para nuestros gobernantes.

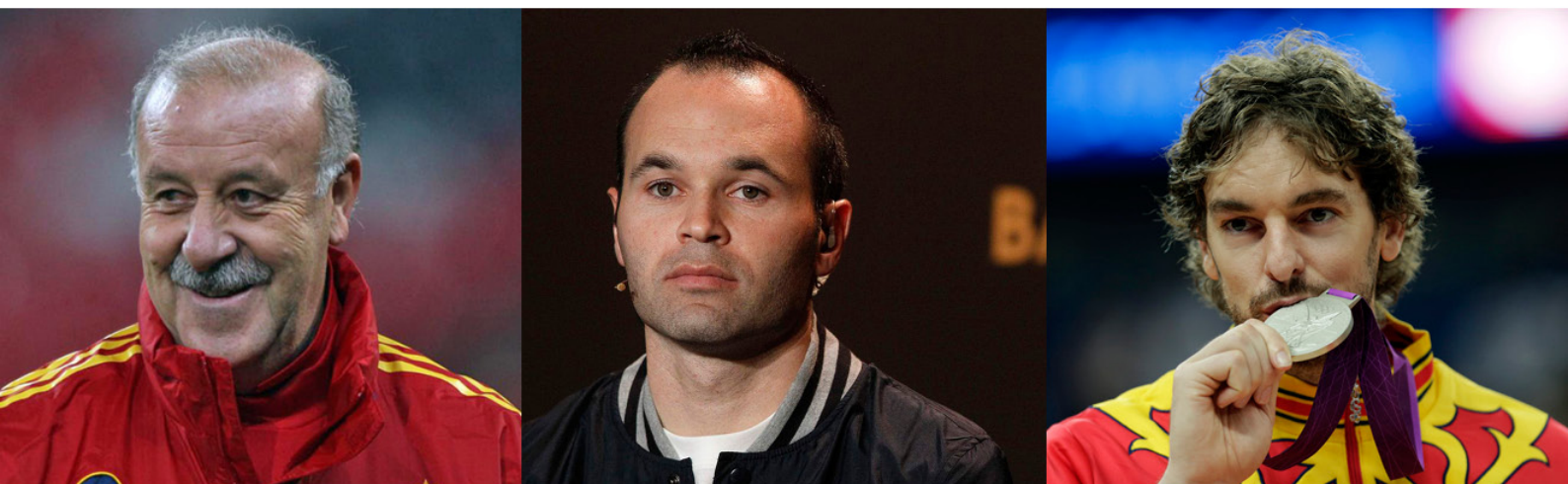
que nos han estafado miserablemente, ¿cómo vamos a confiar en ellos?, una gran mayoría de ellos nos han engañado y decepcionado de tal manera que inevitablemente hemos perdido la confianza en todo o en casi todos los aspectos básicos de la vida; sí, de la vida corriente, es realmente triste y lamentable ser consciente de que una minoría de poder de este país, esa minoría de los llamados “triunfadores de la economía”; políticos y banqueros, y únicamente en su propio beneficio nos hayan estafado ¡y de qué manera; porque los abusos y destrozos cometidos por ellos hacia la gente de la calle perdurarán para enorme dolor de generaciones y generaciones en muchas familias españolas, por eso resulta francamente insultante volver a ver ahora anuncios de televisión precisamente de bancos en los que se nos habla otra vez de confianza, sí, sí... de que confiemos en ellos una vez más, ¡en los bancos!, de que no volvamos a leer sus contratos, de que nos den un apretón de manos y nos vayamos tranquilos a casa; realmente repugnante viendo cada día los dramas humanos de aquellos que simplemente confiaron y ahora lo han perdido todo o casi todo.

El valor de la confianza en todos los aspectos de la vida lo es prácticamente todo, casi infinito, porque una sociedad necesita creer, necesita confiar; creer y confiar; necesitamos volver a creer en la palabra, en el apretón de manos y para ello se han de recuperar valores ahora caducos como la honradez y la honestidad, ¿referentes, modelos?, pues sí, claro que necesitamos referentes y modelos de triunfadores en los que creer y también admirar, todas las sociedades los necesitan, pero triunfadores que no nos pisoteen ni nos tiren por



MIGUEL BLESA (EXPRESIDENTE DE BANKIA) Y LUIS BÁRCENAS (EX TESORERO DEL PARTIDO POPULAR)





DEL BOSQUE, INIESTA Y GASOL; DE QUIEN PODEMOS SENTIRNOS ORGULLOSOS

la borda, literalmente que no nos tiren por la borda porque ha existido y lo dramático es que todavía persiste en este país una oligarquía política y económica totalmente alejada de la realidad y que parece vivir al margen de las dificultades diarias de la gente de la calle y especialmente de las clases más golpeadas por esta crisis económica y moral que padecemos y es aquí donde surge la paradoja de que sea precisamente dentro de nuestro deporte español donde disfrutemos en estos precisos momentos de nuestra época dorada de éxitos deportivos a nivel mundial, una época lustrada por innumerables ejemplos de triunfadores y campeones, auténticos campeones pero que son también ejemplos de valores humanos y actitudes frente a la vida; gente honrada y honesta.

***El deporte español está hoy frecuentemente asociado a la palabra éxito y victoria, Nadal, Gasol, Casillas, Xavi o Iniesta, todos ellos y unos cuantos más son auténticos modelos de inspiración para los jóvenes y no tan jóvenes, admirables no sólo por sus mágicas virtudes técnicas sino por algo mucho más trascendente que es su tipo de personalidad, lo son porque se rigen en su vida deportiva por valores más elevados que el común de los mortales.***

Para todos nosotros y haciendo un ejercicio de “sano patriotismo” es una maravillosa sensación poder disfrutar con nuestros deportistas españoles y lo digo porque hoy más que nunca necesitamos que además de grandes atletas sean españoles, que nos representen como españoles pero que nos representen también con honor, no les hemos votado en ningunas elecciones como a nuestros gobernantes pero nos representan

Su generosidad, elegancia y “fairplay” están presentes, incluso más si cabe, en la derrota que en la victoria.

y no nos engañan, nos representan y nos sentimos orgullosos de ello y los vemos auténticos cuando les miramos a la cara mostrándonos y exhibiendo las virtudes de su esfuerzo; el compañerismo y la solidaridad, el sufrimiento y el respeto, el trabajo en equipo para un beneficio general; en definitiva confiamos en ellos, otra vez la confianza, y la ambición, por supuesto, pero una ambición razonable no desmedida porque se puede ganar y triunfar en todos los aspectos de la vida y estoy hablando ahora de políticos, gobernantes y esferas de poder, sí, sí se puede ganar y triunfar pero ni mucho menos es necesario abusar ni pasar por encima de nadie, y volvemos a la expresión “tirar por la borda” aquí, antes y ahora esa minoría de poder conocida y señalada con desprecio por todos ha conocido el triunfo y el enriquecimiento bajo una ambición desmedida y bajo el “caiga quien caiga” y está cayendo ya demasiada gente mientras nuestros gobernantes no parecen atisbar una ínfima señal de sensibilidad y generosidad hacia ellos, por eso, y si algo hace realmente atractivos a deportistas como Nadal, Xavi o Iniesta no es que hayan ganado mucho, sino que habiendo ganado casi todo, saben perder mejor que los que no han ganado casi nada.



## ¡QUE NO NOS FALTEN MITOS!

Y es aquí cuando percibimos nuevamente el papel tan trascendente y ejemplarizante que puede tener el deporte frente a la política más allá de sus excelentes consecuencias para la salud y aún más allá del elemento pseudo-cicatrizante y evasivo de la dramática situación diaria que sufren muchos ciudadanos, el deporte y los deportistas de élite como escaparate de valores psicológicos y morales de primerísima magnitud, valores que educan y te hacen ser mejor persona, valores que enseña el deporte de alta competición adecuadamente practicado.

El desbordante despliegue mediático de periódicos, radios, Internet y televisiones adquiere entonces un valor incalculable cuando cada día nos acerca a nuestros hogares las actitudes de muchos de nuestros deportistas, de gente que dejará huella para las próximas generaciones, personas como nosotros a quienes, ahora más que nunca, necesitamos admirar y tener como referentes humanos; espejos, porque al menos el deporte, sí, puede ser el reflejo de una actitud moral y ética ante la vida. Vivimos sus éxitos como nuestra propia felicidad porque este país y sus ciudadanos tienen una necesidad urgente de ver a alguien que no nos engañe y que además nos represente como españoles, su esfuerzo es sobrehumano, pero son humanos y se comportan con valores humanos porque el deporte es una simulación de la vida a pequeña escala y no tiene valores muy diferentes de los del día a día.

Actitudes de las que ya no aprenderán quienes nos han llevado al precipicio como país, hijos de una cultura del



CASILLAS Y XAVI RECOGIENDO EL PREMIO PRÍNCIPE DE ASTURIAS

abuso, de ganar dinero a costa de empobrecer a otros, del descontrol financiero para beneficio solamente de unos pocos y desgracia de muchos, ellos ya no aprenderán, nos demuestran cada día su excelsa e infinita insensibilidad, son el “anti-ejemplo” el paradigma del “todo-vale” para ganar, ejemplos que inevitablemente también encontramos dentro de este paralelismo entre las élites de poder y las deportivas en muchos grandes deportistas pero seres mediocres, muy mediocres en sus actitudes, es el caso de Ronaldo o Pepe, o si hablamos de entrenadores, pensemos en Del Bosque, por un lado, y Mourinho por otro. Dos universos morales situados a años luz, porque poca gente duda de que la victoria política, económica y también deportiva por encima de todo es autodestructiva; cosa muy distinta es la lucha intensa, digna y generosa hasta el final: esa sí que es enriquecedora.

## RAFA NADAL

Y he de hablar de Rafa, de Rafael Nadal Parera.

### RAFAEL NADAL, LECCIONES PARA IR POR LA VIDA

Dentro de los grandes deportistas españoles, quizás el mejor de todos los tiempos, Rafa Nadal es para mí el mejor referente al que podemos mirar a los ojos y ver su vida, una vida plena de valores incalculables, una vida basada en cosas aparentemente muy simples; la familia, la disciplina en el esfuerzo y el trabajo pero que han conformado la trayectoria de un ser ejemplar en si mismo.

He de decirles que soy un grandísimo admirador de Rafa Nadal, ya no sólo de su tenis sino especialmente de

NADAL ES HOY Nº1 DEL RANKING MUNDIAL





su faceta personal, he leído su biografía varias veces y he de decirles que es una verdadera delicia y nos muestra que en la vida salvo raras excepciones las cosas no ocurren simplemente porque sí y que en la dimensión mundial de Rafa Nadal como persona querida, admirada e idolatrada por tanta gente mucho más allá que por sus títulos de Grand Slam ha jugado un papel determinante su familia y su educación en valores.

Hablar de nuestra clase política y bancaria y sus valores frente a la ciudadanía y en la misma reflexión hablar de Rafa Nadal o de Iniesta por ejemplo y sus actitudes como deportistas puede resultar una comparación casi delirante, también Nadal hoy es enormemente rico, no tiene mayores preocupaciones que su tenis y pudiera parecer que vive muy ajeno a nuestra crisis, la del día a día, la de los desahucios, cláusulas abusivas, preferentes, privilegios de los políticos, sobresueldos, recortes sociales ... poco que ver con los liftados de Rafa, sin embargo creo que lo que este tenista manacorí representa desde su primer entrenamiento a los 4 años con su tío Toni es el mejor ejemplo de ciudadano al que podamos mirar con orgullo patrio porque cada partido que juega se convierte en una lección de cómo ir por la vida; recto como una vara, incorruptible, su sacrificio, su implicación, su honradez, modestia y generosidad siempre garantizadas no hacen sino marcarnos una guía de comportamiento ante la vida.

En un breve repaso a su vida encontramos varios aspectos trascendentales y decisivos de por qué Rafa es como es, en primer lugar la familia como eje central de su vida, los Nadal han sido y son una familia con unos lazos extremadamente fuertes y sólidos; el "clan Nadal", la unidad familiar como la base de toda la familia, la unidad

Necesitamos referentes y modelos de triunfadores humildes y sencillos que nos representen con honor.

familiar y la unidad de su equipo; el mismo desde hace más de 10 años, como la base de todos y cada uno de los triunfos de Rafa, la paz y la calma, el cariño y el apoyo incondicional, la disciplina, la humildad, el respeto, ... la educación; la educación con letras mayúsculas.

*"Mis valores como persona y mi forma de ser, que son en última instancia los que determinan mi juego proceden de mis padres, es cierto que mi tío Toni insiste en que debo comportarme como un caballero en la pista, que tengo que dar ejemplo y por muy furioso que esté, no tirar la raqueta al suelo, cosa que no he hecho en mi vida, pero si en mi casa me hubieran dado una educación diferente, es posible que no le hubiera hecho mucho caso. Mis padres siempre me educaron con disciplina, eran muy rigurosos con mi comportamiento a la hora de comer, de sentarme o con la importancia de ser educados con los demás, para ellos su principal objetivo era educarme para que fuese "buena persona". Desde muy pequeño me inculcaron la idea de que hay que tratar con respeto a todo el mundo y de felicitar a mis rivales sobretudo cuando me ganaban, allí estaba mi padre vigilando que lo hiciera y seguro que tendría problemas al llegar a casa si no obedecía. Acabé por acostumbrarme y ahora me sale de dentro por muy dolorosa que sea la derrota ..."*





Rafa ha tenido éxito porque es buena persona y está respaldado por una buena familia

Otra de las claves para explicar la ejemplaridad de Rafa como persona es el tío, su tío Toni Nadal y su labor enormemente pedagógica hacia su sobrino.

Sólo Nadal y su familia saben la dureza que el niño Rafael tuvo que soportar cuando su tío planteó al resto de la familia ser su entrenador y convencerles del enorme potencial de aquel chaval que también jugaba de miedo al fútbol.

*“Toni fue inflexible conmigo, me exigía mucho, me presionaba, me gritaba incluso me asustaba. Era yo el que recogía las bolas al final del entrenamiento, las mías y las de los demás chicos, era yo quien barría las pistas al terminar la jornada. Mi madre recuerda que de pequeño a veces volvía del entrenamiento llorando, me preguntaba el motivo, pero yo prefería callar. Una vez le confesé que Toni me llamaba “niño de mamá” pero le pedí que no dijera nada para no empeorar la situación. A los siete años endureció aún más los entrenamientos; si me olvidaba la botella de agua para un partido no me compraba otra por mucho calor que hiciera, así no me la olvidaría otra vez, pero no me rebelé porque adoraba el tenis y también a mi tío y porque sabía que lo hacía por mi bien, yo confiaba ciegamente en él...”*

Toni inculcó en su sobrino actitudes de las que hoy todos y cada uno de nosotros podemos aprender y debemos aplicar hoy, mañana y pasado, el trabajo, la disciplina y la honradez además de una clara actitud frente a las dificultades de la vida; “aguantar” y “aguantar” porque hay dos caminos para elegir; abandonar o bien prepararte para sufrir y seguir adelante, y hemos de elegir “aguantar” y estoy pensando otra vez en los parados, en los empleados y en los empleadores ante una palabra que repetimos y repetimos todos una y otra vez en cada conversación; “hay que aguantar”; “hay que aguantar”; y hoy más que nunca. Pero Toni habla también de lucha y coraje hasta el límite y a mí esto me recuerda al slogan de tanta gente desesperada “sí se puede”, “sí se puede”, porque hay mucho que cambiar, quizás demasiado en esta sociedad enferma y para ello es indispensable e impagable la lucha de todas esas personas que vemos en cada telediario peleando con todas sus fuerzas por lo



NADAL, SU TÍO TONY Y SUS PADRES, LOS EJES DE SU VIDA

más esencial de sus vidas; todos esperamos que al final de este camino haya verdadera justicia para todos.

El rudo tío Toni grabó en piedra una palabra; “aguantar” y después la esculpí en el cerebro de Rafa una y mil veces: “aguantar más que los demás” y así fue forjando el carácter guerrero y combativo de su sobrino que defiende cada bola como si le fuera la vida en ello y de no rendirse jamás, una sensación y una actitud que conecta más que nunca con las multitudes.

Toda la educación que recibió Nadal, tanto de cariño, apoyo, y seguridad en su casa como la exagerada e injusta muchas veces dureza de su tío en la pista lo prepararon para ser una superestrella amable, humilde, generosa y educada, una persona honrada y además honesta y ejemplo no sólo para niños sino también para padres.

Muchos hablamos de educación y de diferentes modelos de educación como parte esencial en la formación de buenas personas; de personas honradas y he de decirles que en la biografía de Nadal; la propia vida de Rafael Nadal es un excelente manual de cómo enfocar la educación de nuestros hijos como garantía de un futuro un poco mejor; como padre les recomiendo que la lean, encontrarán valores para crear buena gente, gente con valores humanos.



## ...EDUCACIÓN, EDUCACIÓN Y MÁS EDUCACIÓN

*Al denostar a nuestros gobernantes por la enorme herida causada por ellos hacia la ciudadanía no debemos ni podemos generalizar de igual forma que no podemos extender la honestidad a todo el exigente deporte de élite de nuestro país, sin embargo para aquellos que nos representan... como Nadal, Casillas, Iniesta, Gasol y tantos otros, muchas gracias, gracias por ser españoles y por poder abanderar a nuestro país desde el triunfo individual y colectivo, tanto humano como económico, desde la sencillez y sobretodo desde la honradez.*

Las grandes figuras son espejos para muchas personas, jóvenes especialmente, que se miran en ellos: el deporte de élite genera mitos. Los mitos, para lo que sirven, es para tener un ejemplo. No queremos ser como ellos, pero sí ir por donde les ha ido bien, seguir su camino

Tuve la suerte de vivir en directo el partido decisivo de la final de la Copa Davis entre Nadal y el argentino Del Potro, como siempre fue una lucha por la vida de ambos jugadores por dar a su país el título de la Copa Davis, pero fue también una lección de cómo saber ganar. No trascendió a los medios ni lo recogieron la mayoría de las cámaras de televisión pero fue una nueva lección de educación y respeto la actitud generosa y cariñosa de

Rafa con su rival y con todo el quipo argentino al acabar la eliminatoria a quienes felicitó y consoló antes que celebrar la victoria con su equipo.

Perder la final de Copa Davis frente a Nadal garantiza al rival ser tratado como un caballero. Del Potro lo vivió.

(EXTRACTO DIARIO MARCA)



**M** LUNES 5 DICIEMBRE 2011

## Rafa da lecciones para ir por la vida



**MARCA**

[....cada partido suyo se convierte en una lección de cómo ir por la vida, recto como una vara. Cómo tratar al contrario, cómo saber ganar, cómo saber perder.]

[....estamos ante una especie de enciclopedia universal de autoayuda, ante una guía de comportamiento, usos y costumbres. Y además es gratis. Cuesta lo que vale la electricidad consumida por el televisor en cada encuentro.]

[....siéntense en su butaca favorita y vean un partido de Rafa. Todo está ahí.]





MODESTO



# MODESTO Desde 1944

JOYEROS & RELOJEROS



MARI CARMEN

TOÑITA

MAITE

LUIS

MARISA





...Y DE IZQUIERDA  
A DERECHA!!: MARI CARMEN,  
TOÑITA, MAITE, LUIS, MARISA,  
BELÉN, MARÍA, LINO, JUAN,  
RAQUEL Y  
CONCHI!!

...70 años haciendo equipo

MODESTO

MODESTO

MODESTO

MODESTO

MODESTO

MODESTO

BELÉN

MARÍA

LINO

JUAN

RAQUEL

CONCHI



# En Modesto: Lino y Juan

¿HAS VISTO EL  
NUEVO BREITLING  
EMERGENCY?

...EN EL HIMALAYA,  
EN EL ÁRTICO  
...SI TE PIERDES, ESTE  
BREITLING TE LOCALIZA  
ESTÉS DONDE  
ESTÉS.



MODESTO  
JOYEROS RELOJEROS

RÚA PROGRESO, 40 - 27001 LUGO. TEL: 982 227 052



# Toñita y Mari Carmen

¿A QUIEN  
LE PODEMOS  
VENDER EL NUEVO  
FRANCK MULLER  
SAHARA?

ES REALMENTE  
ELEGANTE...

¡YA SÉ  
A QUIÉN!!



**MODESTO**

JOYEROS • RELOJEROS

RÚA PROGRESO, 40 - 27001 LUGO. TEL: 982 227 052



# En Básico: María

¡EL BOOM DE  
LAS CALAVERAS  
LLEGA A PLATA  
DE PALO!



PLATA DE PALO



CALAVERÍZATE!!

modesto  
básico



En Ópalo:  
Marisa y Belén

LAS NOVIAS,  
MIS CLIENTAS  
FAVORITAS DE  
SWAROVSKI



AROVSKI



Ópalo



# En Ribadeo: Maite

NO OS PODEIS  
MARCHAR SIN VER  
EL NUEVO HIT DE  
TAG HEUER...

NI LOS NUEVOS  
BOLSOS DE  
TOUS



modesto-G



# En Santa Eularia: Luis

MIS CLIENTAS  
SABEN QUE LOS  
FOULARDS DE ETRO  
SON SENCILLAMENTE...  
ÚNICOS E  
IRRESISTIBLES



SANTA EULARIA

FIN.



# PAÑUELOS & RELOJES

## *Abrazos y Caricias*

Lanas cachemira,  
sedas naturales,  
algodones...  
texturas,  
sensaciones,  
fragancias bajo  
el latido de un  
corazón suizo.



**TAG HEUER CARRERA**  
CALIBRE 36. PVP: 6715€



# Foulards ETRO



**GRAHAM** SAHARA. PVP 5075€ • **FRANCK MULLER** CURVEX NEGRO CAB. PVP: 7.800€  
**HUBLOT** TITANIO - ORO. PVP: 9.500€ • **BREITLING** TRANSOCEAN CRONO UNITIME. PVP: 9.870 €





**BREITLING** CHRONOGRAPH SUPEROCEANO ACERO-ORO. PVP: 6020 €. **TAG HEUER** F1 NARANJA AUTOMÁTICO PVP: 2460 €  
**CHOPARD** MILLE MIGLIA ESFERA GRIS. PVP: 6520 €. **LONGINES** HERITAGE AUTOMÁTICO. PVP: 2790 €



# JOSÉ BOUSO; SR. PRESIDENTE

EL C.D. LUGO VIVE EL MEJOR MOMENTO DE SU HISTORIA, PASADA Y QUIZÁS FUTURA, SU ASENTAMIENTO EN LA 2ª DIVISIÓN NACIONAL Y SU RECIENTE Y DIFÍCIL CONVERSIÓN EN SOCIEDAD ANÓNIMA TIENEN UN CLARO NOMBRE PROPIO; PEPE BOUSO.

**El club vive ahora momentos dulces, ¿pero hubo momentos muy malos cuando se vieron muy lejos los tres millones de euros necesarios para la conversión en sociedad anónima?**

*Hemos tenido mucha fe y no bajamos los brazos, eso fue lo que nos llevó a conseguirlo.*

**Nuestro país está pagando el haber vivido muchos años por encima de su riqueza, ¿no vive Lugo como ciudad muy por encima de sus posibilidades con un equipo en la división de plata?**

*Posiblemente, nadie se imaginaría estar viviendo este momento. Lo importante de todo esto es tener el Club en una situación económica totalmente saneada, es la única manera de poder conseguir unos resultados deportivos inmejorables.*

**En plena crisis económica y social con recortes en sanidad y educación, ¿es comprensible la postura de quienes se opusieron al fuerte apoyo económico dado por las instituciones, Ayuntamiento y Diputación?**

*Es comprensible, pero los éxitos deportivos llegan cuando llegan y es necesario corresponder. Que el CD Lugo esté en esta categoría es muy importante para la ciudad y así lo entendieron tanto el Ayuntamiento como la Diputación.*

**¿Por qué cree que al final los políticos salvaron al C.D. Lugo?**

*Porque el momento era difícil pero a la vez muy importante para la ciudad y sociedad lucense. Era una oportunidad única, no podíamos dejarla pasar.*



tener una situación económica saneada, es la única manera de poder conseguir unos resultados deportivos inmejorables...

**¿Se ha implicado realmente la ciudad?**

*Sobre todo los socios del Club Deportivo Lugo, pero también gran parte de la ciudad.*

**Siempre se comenta que la hostelería no apoya en la medida de que es la gran beneficiada. Convénzalos con criterios económicos.**

*Si seguimos manteniendo este nivel deportivo, se darán cuenta cada día que pasa, que directa e indirectamente es un motor muy importante de riqueza para ellos. Tienen que saber aprovecharlo. Cuando pase, se darán cuenta de la importancia que tiene.*



**¿Qué motivos hay para no desvelar los empresarios que dieron el último empujón a la conversión en sociedad anónima?**

*Eso fue en un primer momento, un único caso, que a día de hoy creo que ya todo el mundo lo tiene claro.*

**La directiva actual habla de irse a finales de este año, ¿por qué?**

*Yo creo que en este momento nadie está hablando de irse a finales de año. Ahora hay un consejo de administración y son los accionistas quienes te ponen o te quitan cuando la mayoría lo decida.*

**La presente temporada el equipo ya ha ocupado los puestos de ascenso directo, imagine por un momento al C.D. Lugo en primera división, ¿sería factible o literalmente una locura imposible?**

*Ojala en algún momento pudiésemos alcanzar ese objetivo, lo más importante de todo este éxito deportivo es mantener los pies en el suelo, administrarlo adecuadamente para que la economía del Club no tenga fisuras, entonces no tendría ningún problema. Sería histórico y para disfrutarlo mientras dure, mantenerlo por un tiempo ya es otra cosa.*

**Dígame “algo especial” de este equipo que no sea la publicidad que les hizo Gasol, ¿cómo surgió esta publicidad?**

*Este equipo, con su juego, está llevando el nombre de Lugo a todos los rincones futbolísticos de España y fuera de ella, como nunca nadie lo ha podido llevar. De lo cual todos los lucenses nos sentimos cada día más orgullosos.*

*La publicidad surgió de mano de un periodista lucense que trabaja para el diario Marca en EEUU.*

**Fútbol, deudas, hacienda... ¿por donde pasa la viabilidad económica de los equipos de fútbol, pequeños?, ¿hay nuevas recetas para obtener fondos?**

*Lo que hay que hacer es cambiar las formas de administrar y gestionar el fútbol, como en toda empresa, trabajar con lo que te permita la economía que manejas sin arriesgar demasiado.*

**¿Es justo el reparto actual de los derechos de TV?**

*No es justo, pero esperemos que con el tiempo, esté más equilibrado y todos tengamos mayores oportunidades.*

**Para terminar, ¿usted es de los presidentes que dicen que nunca hablan de los árbitros pero a veces también habla ...?**

*De momento no he hablado y procuraré seguir en esta línea, porque está claro que son humanos, unas veces se equivocan a favor y otras en contra, pero a final de temporada lo normal es que ellos no sean los culpables de los resultados. Los jugadores también se equivocan. Esto es fútbol, por todo ello tiene tantos millones de seguidores.*

JOSÉ BOUSO EN LA ENTREGA DEL TROFEO JOYERÍA MODESTO AL JUGADOR MÁS REGULAR DE LA TEMPORADA







## JOSÉ **BOUSO;** SR. PRESIDENTE



## PENALTIS...

- **Un presidente:** *Fernando Roig Alfonso*
- **Un equipo de primera división:** *Real Madrid*
- **Un estadio del mundo:** *Santiago Bernabeu*
- **Un entrenador:** *Quique Setién*
- **Un jugador mundial:** *Diego López*
- **Su mejor recuerdo:** *El penalti de Manu que nos dió el ascenso.*
- **Y el peor:** *Promoción de ascenso que perdimos con el Alcoyano*
- **Ser árbitro es:** *difícil*
- **Una anécdota de palco:** *Una señora que insultaba continuamente a los jugadores del Lugo y me giré con muy malas pulgas llamándole la atención, que insultara a los suyos...*

*Sr. Bouso, muchísimas gracias*







# FRANCK MULLER

## GENEVE

### Franck Muller & Cristiano Ronaldo

El futbolista portugués Cristiano Ronaldo se convierte en imagen de la firma Franck Muller que presenta un reloj diseñado específicamente para esta leyenda del fútbol.

El reloj es un calendario perpetuo con fecha retrógrada y función de cronógrafo, caja Cintreé Curvex de oro rosa, correa de piel de cocodrilo y **con el número 7 en diamantes**.

En la presentación del reloj, el jugador blanco declaró:

*Es un honor que una marca tan prestigiosa como Franck Muller me haya dedicado una edición especial.*

*El calendario perpetuo hace la pieza aún más importante... este reloj representa lo que Franck Muller y yo somos ya que ambos creemos en nuestras posibilidades y nuestro potencial.*

La edición limitada de 7 piezas se presentó en la feria de alta relojería de Franck Muller de Mónaco.



FRANCK MULLER Y CRISTIANO RONALDO



#### CLÁSICO Y DEPORTIVO

La "asociación" entre Franck Muller y Ronaldo es natural, considerando que la manufactura siempre ha estado muy unida al mundo del deporte. El apoyo a estos eventos lo ha demostrado a lo largo de los años siendo sponsor de algunas citas deportivas o creando ediciones limitadas para algunos equipos.



Franck Muller es un gran fan de Portugal. Es natural que tras una edición limitada dedicada a Jose Mourinho y otras colaboraciones con el manager del Tottenham André Villas-Boas, la unión con Cristiano Ronaldo se celebrara de la misma manera. En su caso se realizó con una pieza exclusiva en la alta relojería que combina dos importantes complicaciones: un calendario perpetuo y un cronógrafo retrograde, caja cintreeé curvex en oro rosa y esfera negra-blanca. El siempre número de Ronaldo, 7, esta realizado en diamantes y la parte trasera posee la silueta del futbolista y su firma. Las piezas ya han sido vendidas, el precio no se reveló pero se calcula 110.000€ aproximadamente.

*Actualmente tengo 4 ó 5 relojes Franck Muller y el hecho de haber recibido esta pieza tan importante de la mano de Franck Muller lo ha hecho aún más especial. Ha sido una increíble oportunidad para compartir una comida con él y aprender sobre este mundo comentó Ronaldo. No tenía un calendario perpetuo en mi colección. Mi conocimiento sobre la alta relojería no es muy profundo pero esta colección limitada y la conversación que he mantenido con Franck Muller me han hecho darme cuenta de la complejidad de los mecanismos. Es una pieza top, de una marca top... y relojes top deben ir asociados con futbolistas top” bromeaba.*





## DE VUELTA A LO CLÁSICO

Ronaldo siempre ha estado muy a la moda pero últimamente sus gustos se están volviendo más sobrios:

*Mi gusto en relojería ha cambiado un poco a lo largo de los años. Antes prefería los diamantes por ejemplo, ahora me gustan más las piezas clásicas, con un diseño elegante. Con los años crecemos y vamos aprendiendo, observando... no voy a tener 27 años siempre... mi vida depende mucho del tiempo, todo lo que hago está relacionado con el tiempo... en el fútbol por ejemplo todo se decide en una fracción de segundo durante un penalti, otras veces cuando nuestro equipo va ganando y necesitamos asegurar el resultado el reloj debe parar y cada minuto parece una hora...*

Franck Muller añade: *su increíble talento le hace sobresalir, pero él sigue trabajando, intentando superarse cada día... compite consigo mismo para superar todos sus records. Ronaldo no está sólo, el tiempo le acompaña... esta pieza es para toda la vida.*



## ENTREVISTA A **CARLOS PITA**



**¿TE PARECE CRISTIANO RONALDO EL JUGADOR TOTAL?**

*Me parece uno de los mejores jugadores de la historia y uno de los más completos que he visto.*

*No sé si es el jugador total o no, pero tiene muchas cualidades para serlo.*

**¿Estás haciendo una temporada fantástica, verdad?**

*Siempre se puede mejorar. Estoy contento con el rendimiento, pero con margen de mejora.*

**¿Cuáles te parecen que son las claves para que el Lugo se mantenga en la categoría?**

*Trabajo de toda la plantilla, la unión que tenemos y la manera de jugar. Sabemos que tenemos las ideas muy claras y que nos está dando muy buenos resultados.*

**¿Crees que tenéis equipo para optar a la promoción de ascenso?**

*No es el objetivo. Trabajando bien sabemos que podemos hacer cosas importantes, pero el objetivo primordial es la permanencia. No nos marcamos un objetivo más allá de eso.*

**¿Un referente para ti como jugador?**

*Zidane porque es el mejor que vi desde que sigo el fútbol.*





EDICIONES

# Limitadas

ALTA RELOJERÍA SUIZA, ARTESANÍA Y TECNOLOGÍA

Les presentamos tres relojes, ediciones limitadas, que muestran lo último en tecnología, sin dejar de lado la estética, y que captan también nuestra atención por sus complejidades mecánicas. Por ello, funcionalidad y estética van de la mano para cautivarnos.

  
**TAGHeuer**  
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

**MODELO:**  
CRONÓGRAFO  
CALIBRE 16 DAY DATE  
EDICIÓN "ESPAÑA"  
**EDICIÓN LIMITADA:**  
049/500  
**P.V.P.:**  
4.290€

#### FICHA TÉCNICA

##### Caja

Acero 43mm

##### Movimiento

Cronógrafo automático,  
calibre 16

##### Esfera

Negra, day-date, bandera  
España a las 9 horas

##### Cristal

Zafiro antirreflectante

##### Correa

Cocodrilo "soft touch" y  
pespunte rojo

##### Hermeticidad

100 metros



## TAG HEUER CARRERA "ESPAÑA"

El espíritu innovador y vanguardista de Tag Heuer no sólo reside en la originalidad de sus creaciones sino en la manera de fabricarlas y ensamblarlas.

Tag Heuer, único fabricante de relojes suizo capaz de dominar la precisión de una décima y una centésima de segundo en cronógrafos mecánicos, es el líder incontestado en cronometrajes de precisión.



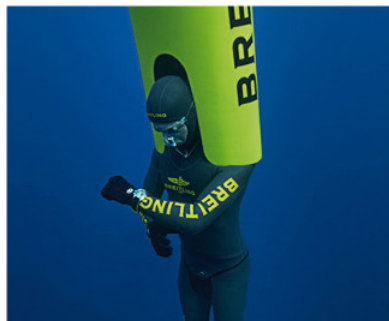


# BREITLING

## AVENGER SEAWOLF

### BLACKSTEEL C.YELLOW

Su nombre lo dice todo. Avenger por la potencia y robustez a toda prueba. Seawolf, por la estanqueidad hasta 3000 metros. Con el modelo automático Avenger Seawolf, Breitling realiza una hazaña técnica de primer orden creando un reloj excepcional para la práctica del submarinismo profesional.



**MODELO:**  
AVENGER SEAWOLF  
BLACKSTEEL  
"CODE YELLOW"  
**EDICIÓN LIMITADA:**  
017/1000  
**P.V.P.:**  
3.900€

#### FICHA TÉCNICA

##### Caja

Acero ennegrecido a base de carbono

##### Movimiento

Calibre Breitling 17

##### Esfera

Negra, cifras tipo "chablón", segundero central amarillo

##### Bisel

Giratorio unidireccional

##### Cristal

Zafiro abombado, anti-reflectante por ambas caras

##### Hermeticidad

3000 metro





EDICIONES LIMITADAS

**HUBLOT**

**MODELO:**  
BIG BANG JEANS  
**EDICIÓN LIMITADA:**  
067/250  
**P.V.P.:**  
13.900€

FICHA TÉCNICA

**Caja**

Acero, 41 mm

**Movimiento**

Cronógrafo mecánico  
automático HUB4300

**Esfera**

Tela vaquera presionada  
al vacío

**Bisel**

Acero con tornillos de titanio

**Cristal**

Zafiro con tratamiento  
anti-reflectante.

**Hermeticidad**

100 metros

## HUBLOT BIG BANG JEANS

Hublot lo ha hecho. Por primera vez una marca de relojería de lujo presenta relojes *vaqueros*. Y no con cualquier tela: esfera y correa están confeccionadas en tela vaquera italiana *Fashion Dsquared de TINA ZEGG*, proveedor de las principales marcas de lujo y moda.





Nuevo BMW Serie 4

Coupé  
Cabrio



¿Te gusta conducir?



# DESPIERTA EMOCIONES

## NUEVO BMW SERIE 4 COUPÉ

### Lugauto

Ctra. Nueva de Santiago, km. 2,1  
Louzaneta, s/n  
Tel.: 982 24 40 61  
Lugo

[www.bmw.es/lugauto](http://www.bmw.es/lugauto)



# SOULFUEL

*nineT*



BMW Motorrad

NineT



¿Te gusta conducir?

## Lugauto

Ctra. Nueva de Santiago, km. 2,1

Louzaneta, s/n

Tel.: 982 24 40 61

Lugo

[www.bmw.es/lugauto](http://www.bmw.es/lugauto)

# TAKE IT TO THE STREET.



## Lugauto

Ctra. Nueva de Santiago, km. 2,1

Louzaneta, s/n

Tel.: 982 24 40 61

Lugo

[www.bmw.es/lugauto](http://www.bmw.es/lugauto)



NOT  
NOR  
MAL





TESOROS DEL IMPERIO  
*Colección Velazquez*

CARRERA *y* CARRERA



A woman with dark hair, wearing a lace wedding dress and a large, ornate earring, is shown in profile, looking out a window. A rainbow is visible in the light coming through the window. The word "PROMISE" is written in large, white, serif capital letters across the middle of the image. The word "IDEAL" is written in smaller, white, sans-serif capital letters inside the letter "O" of "PROMISE".

PROMISE

IDEAL

BODAS

[idealpromise.com](http://idealpromise.com)

[info@idealpromise.com](mailto:info@idealpromise.com)





Amuletto

Jewelry Atelier





# Amuletto

Jewelry Atelier

BASICS  
BASICS

Sobriedad y elegancia, son los rasgos característicos de esta colección. Piezas clásicas que nunca pasarán de moda, y formarán parte de tu fondo de armario de lujo.











0000000000









# Amuletto

Jewelry Atelier

# SUPERTRENDY

Dirigida a los fieles de la moda y las tendencias.  
Supertrendy apuesta por piezas arriesgadas para un público vanguardista y fashion.











# Amuletto

Jewelry Atelier

# CASUAL LUXURY

La fuerza de lo místico reina en esta colección... el poder de las piedras, la fe en las vírgenes, el misticismo de los budas, la presencia de las cruces... amuletos de la suerte para amantes del lujo.











**PLATADEPALO**<sup>®</sup>  
[www.platadepalo.com](http://www.platadepalo.com)





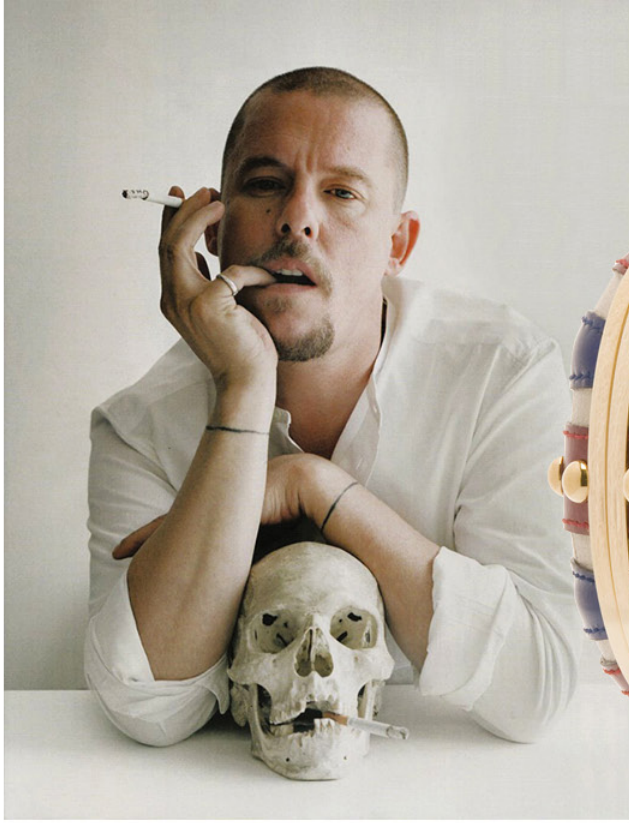
Uuuuuh!!... Calaveras

# SKULL POWER

Hace ya algún tiempo que las calaveras estaban reservadas al mundo del *rock & roll*, pero a rock de los años noventa, para nada del moderno y actual; a todos se nos vienen a la mente imágenes siniestras del ambiente rockero oscuro, lúgubre y agresivo del ambiente noventoso donde surgían ya muchas calaveras y que ni mucho menos marcaban tendencia entre los jóvenes algo absolutamente contrario a lo que ocurre actualmente con la tendencia “skull” o tendencia “calavera” que desde hace varias temporadas es uno de los elementos más “it” y que vuelve a ser uno de los elementos más frescos para esta campaña otoño-invierno.







ALEXANDER McQUEEN Y UNO DE SUS CÉLEBRES "CLUTCH"

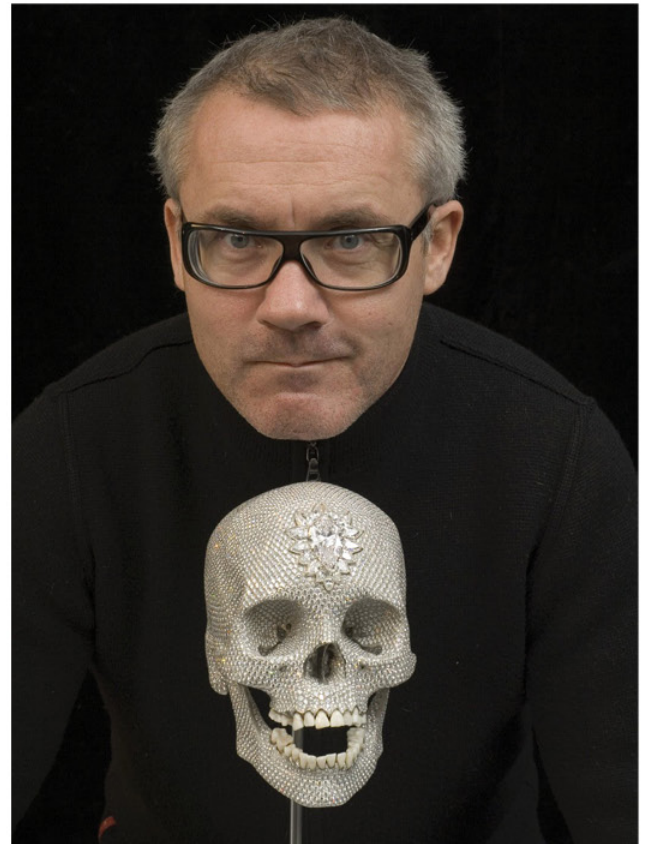
## ALEXANDER McQUEEN Y DAMIEN HIRST, CREADORES DE LA TENDENCIA CALAVERA

Hablamos de las calaveras como un elemento *kitsch*, ¿que significa? ... es la vuelta a las tendencias actuales de una moda que tuvo su momento hace ya muchos años y que resurge ahora de una manera fresca, renovada y diferente. Pero hemos de conocer que el motivo de este *revival* de este complemento que muchas mamás y, especialmente las abuelas que son las más críticas con la tendencia *skull* que la consideran demoníaca y de mal gusto, viene de la mano de dos artistas increíbles en la historia del arte y la moda; el artista Damien Hirst y el diseñador Alexander McQueen.

El primero en darle otro significado a la calavera, que no sólo denotara muerte, fue el artista inglés Damien Hirst, reconocido como una de las figuras más controvertidas en el circuito del arte contemporáneo. Su obra va desde cadáveres de animales perfectamente esculpidos que bien pueden pasar por elementos decorativos, a su más representativa obra: la calavera fundida en platino con dientes reales incrustados y recubierta de diamantes.

El trabajo de esta mente maestra ha sido reconocido en varias exposiciones a nivel mundial, tanto así que ha sido comparado por varios críticos como el siguiente Andy Warhol.

La escultura denominada *For the love of God* (2007) es una calavera humana recubierta por 8602 diamantes para un peso total de 1106 quilates y que está valorada en más de 100 millones de dólares y que además fue inspiración para uno de los diseñadores más importantes de la última década: Alexander McQueen.



DAMIEN HIRST Y SU CALAVERA "FOR THE LOVE OF GOD"



## ALEXANDER MCQUEEN, REBELDE, DÍSCOLO, TRANSGRESOR...

EL HOOLIGAN DE LA MODA INGLESA HA PASADO YA A LA HISTORIA DE LA MODA COMO UNO DE LOS MÁS BRILLANTES DISEÑADORES, SU VALENTÍA Y ESPÍRITU ANÁRQUICO NOS HA DEJADO PARA SIEMPRE UNA DE SUS "MARCAS DE ESTILO"; LAS CALAVERAS; LAS CALAVERAS COMO ELEMENTO DE MODA Y DISEÑO PARA LA ETERNIDAD.

Fue ya en 2003 cuando en una de sus colecciones empleó por primera vez las calaveras, pero no como símbolo trágico de la muerte sino como un tributo y un homenaje a la vida, sin embargo tuvo muy poca repercusión, y lo que son las paradojas de la vida es tras su trágico suicidio en el año 2010 cuando como tributo precisamente a su intensa y obsesiva vida, las calaveras... *the skull power* invaden para siempre la moda y el diseño de todo el mundo... y se acoplan a camisetas, jerseys, pantalones, bolsos, joyería y todo tipo de complementos convirtiéndose en el elemento *must* de la temporada.



COLECCIÓN "CLUTCH" DE ALEXANDER MCQUEEN

También las grandes firmas internacionales de moda han sucumbido al encanto de las calaveras y las lucen en sus colecciones de las próximas temporadas dentro de una estética gótica, llamada también *vamp* por obra y gusto de firmas como Gucci, Versace, Gaultier o Bottega Veneta que apuestan por el cuero, colores oscuros, calaveras, cruces y el maquillaje dramático.

...la tendencia *skull* nace de la mano de dos artistas increíbles en la historia del arte y la moda; el artista Damien Hirst y el diseñador Alexander McQueen





Cualquier chica a la que le gusten las tendencias y la moda tiene ya algo de calaveras en su armario o joyero...



En el mundo de la joyería, las calaveras han encontrado un hueco muy aceptado de un público ávido de nuevos conceptos y nuevos retos, un público nuevo, un público que busca en sus anillos o colgantes trasladar una imagen de su personalidad más fuerte y agresiva, en suma una joyería más de imagen, una joyería que traslada y transmite a quienes nos ven y nos miran de unos sentimientos renovados de provocación y rebeldía.

Los cráneos y los diamantes negros son la estrella de las colecciones de grandes firmas joyeras para sus anillos al igual que los collares, hay calaveras de plata, oro, de colores... toda una simbología calavérica que nos acerca bastante a lo *punk* o a lo *gótico* pero que no deja de ser un guiño o una sonrisa a la muerte y que se traduce hoy por hoy en el complemento mas *chic* de cualquiera que quiera ir a la moda.

...un guiño o una sonrisa a la muerte y que se traduce hoy por hoy en el complemento mas chic de cualquiera que quiera ir a la moda.



PULSERA AMULETTO



...las famosas fueron las primeras en lucir calaveras y luego nos unimos el resto de la humanidad... así funciona esto.

SILVIA DESCALZO (BLOGUERA)



SORTIJA Y PULSERA PLATA DE PALO



## CALAVERAS EN CASA

La calavera puede ser una reminiscencia *rocker*, *punk* o incluso *gótico*, pero su consagración como un elemento textil llegó en la temporada 2011 en la colección de McQueen. Este elemento tétrico y un tanto lúgubre era y es la combinación perfecta en piezas atemporales, elegantes y muy provocadoras que se han trasladado, como no podía ser de otra manera al mundo de la decoración.

Una de las tendencias identificadas para este año 2013 en la feria *Maison et Objet*, es precisamente este objeto morboso y que parece agradarnos cada vez más... son las calaveras.

Inspiración para diseños de interior, exterior, sonido... y que aportan a la decoración de cualquier hogar un soplo de modernismo, pero también de agresiva provocación.





A close-up photograph of a person's mouth. The lips are painted a vibrant red. A single row of large, faceted red rhinestones is applied along the edge of the upper and lower lips, creating a sparkling, jeweled effect. The person's teeth are visible, appearing white. The skin is fair and has a soft, natural texture.

# EL COLOR del INVIERNO

SI NO TE GUSTA EL **COLOR**  
ES QUE NO TE GUSTA LA VIDA...







PENDIENTES **LIZARRI**, ORO BLANCO Y DIAMANTES. PVP: 10.200€ / **TAG HEUER** "CARRERA" CALIBRE 8. PVP: 3.025€ / PULSERA **OROTECH** CERÁMICA, ORO ROSA Y DIAMANTES. PVP: 1.850€ / PULSERA **AMULETTO** MACRAMÉ, ORO ROSA, TOPACIOS Y DIAMANTES. PVP: 995€ / PULSERA **AMULETTO** MACRAMÉ, ORO ROSA, ORO BLANCO, TOPACIOS AZULES Y DIAMANTES. PVP: 865€ / SORTIJA **LUMBRERAS**, ORO ROSA, DIAMANTES NEGROS Y BLANCOS. PVP: 1.860€ / SORTIJA **LIZARRI**, ORO ROSA Y DIAMANTES. PVP: 4870€ / SORTIJA **VENTO** PLATA ROSA Y ESPINELAS. PVP: 309€ / SORTIJA **VENTO** PLATA ROSA. PVP: 253€





RELOJ **HUBLOT** SEÑORA, TITANIO, ESFERA OPALIN. PVP: 4.900€ / ANILLO **LUMBRERAS** ORO BLANCO Y DIAMANTES. PVP: 4.380€ / ANILLO **REYDIAM** ORO ROSA Y DIAMANTES. PVP: 5.410€ / ANILLO **OROTECH** CERÁMICA Y CRUZ CON DIAMANTES. PVP: 390€ / ANILLO **LUMBRERAS** ORO ROSA Y DIAMANTES. PVP: 1.627€ / PULSERA **AMULETTO** MACRAMÉ CON ZAFIROS AZULES. PVP: 298€ / PULSERA **AMULETTO** ORO BLANCO Y DIAMANTES. PVP: 1.465€ / PULSERA **AMULETTO** MACRAMÉ CON INICIAL ORO BLANCO Y DIAMANTES. PVP: 377€ / PULSERA **AMULETTO** MACRAMÉ, CRUZ ORO ROSA. PVP: 89€ / COLGANTE **AMULETTO** ORO BLANCO Y DIAMANTES. PVP: 1.765€ / COLGANTE **LOVE** ORO AMARILLO. PVP: 355€ / COLGANTE ORO BLANCO CRUZ DIAMANTES. PVP: 655€ / COLGANTE ORO BLANCO CALAVERA Y DIAMANTES. PVP: 655€





COLGANTE **LOVE** ORO AMARILLO. PVP: 355€ / COLGANTE **MI MONEDA** PLATA DORADA, PIEDRAS SWAROVSKI. PVP: 214€ / COLGANTE **MI MONEDA** PLATA DORADA, AZAR BURDEOS. PVP: 222€ / RELOJ **MARC JACOBS** BICOLOR. PVP: 215€ / PULSERA PLATA DORADA Y AMATISTAS. PVP: 138€ / PULSERA PLATA DORADA Y CALCEDONIA. PVP: 138€ / PENDIENTES **ARDURA** PLATA DORADA Y AMATISTAS. PVP: 216€





# MAKING OF MODESTO



21/10/2013 17:33

ACTION!











Cod. 3421



**M.C.STERLING®**

DESIGN HOME COLLECTION  
FIRENZE









# VIVIENDO EN LUGO

## *Living in Lugo*

Lugo, la ciudad más antigua de Galicia, goza de valiosísimos tesoros: la muralla milenaria herencia de la época romana que nos permite disfrutar de unas vistas privilegiadas de la ciudad o la Catedral de Santa María de Lugo, que ejerce con orgullo el privilegio papal de exposición permanente del Santísimo Sacramento pero sin duda su mayor tesoro son sus ciudadanos; los ciudadanos que la habitan, tranquilos y pacíficos, acostumbrados al “chof chof” de sus zapatos sobre el pavimento mojado en una ciudad de lluvias eternas.





### **Pilar Estévez**

Gerente de la empresa deportiva  
Gestibeca Sport + QPadel

#### ***Para mí es perfecto vivir aquí.***

Lugo es “pequeña y grande” en el día a día, tranquila y familiar, no hay sitio donde vayas en que no conozcas a alguien y es también rica y exquisita en recursos.

La rehabilitación y conservación del casco histórico fue clave para el despegue económico, comercial y turístico, convirtiéndose en una ciudad atractiva y moderna al visitante.

#### ***Hay tanto que vender en Lugo...!***

El gran cinturón verde que envuelve la ciudad con el río a sus pies, el turismo natural y de salud con las termas romanas.

El cinturón de piedra, la Muralla Romana, que albergando los monumentos religiosos, civiles o culturales es visita obligada y que encierra nuestro mejor centro comercial que junto con el Campus Universitario tienen el gran papel social y humano de ayudarnos a crecer.

¿Y qué decir de nuestra gastronomía? nuestros productos de la tierra; lo mejor. Hemos de aprovechar que la ruta turística más importante del mundo cruza nuestra provincia y conseguir que los peregrinos conozcan la amplia oferta de la ciudad.

Pero cómo transmitir esta riqueza que tenemos? **“Queriéndonos más”**. Hemos de ser capaces los lucenses de valorar todas las maravillas que atesora nuestra ciudad y así transmitir las y conseguir que la gente se enamore e ilusione de Lugo.





**Jacobo García-Bobadilla Prosper**  
Propietario Hotel Méndez Núñez

*De la ciudad de Lugo destacaría a sus ciudadanos, su manera de ser, su modo de vida, su hospitalidad y su implicación con su ciudad, de la cual cada día se sienten mas orgullosos. Estos valores son los que transmiten a los visitantes que acogen. Así entre todos formamos Lugo. Destacaría*

*también el magnifico y único patrimonio arquitectónico, arqueológico, cultural y gastronómico que nos ha sido legado desde hace mas de 2000 años, del cual somos responsables y hemos de conservar y transmitir a las siguientes generaciones de lucenses, para que ellos también lo compartan y den a conocer al mundo. Estos valores personales y patrimoniales han de ponerse en valor con una oferta organizada, para disfrute de vecinos y visitantes que le darán vida y sentido.*





**Moe Macken**  
Propietaria academia Greenwich Centre

*A principios de los ochenta llegué a Lugo y aunque la ciudad en sí me gustaba me costaba adaptarme a un lugar tan pequeño donde todo el mundo se conocía.*

*Treinta años más tarde me doy cuenta de que aquello que me resultaba atípico es hoy lo que más me gusta.*

**No podría haber elegido un lugar más seguro y entrañable para formar una familia y emprender un negocio que Lugo.**

*He visto a Lugo crecer y mejorar, cuando llegué sólo había un supermercado debajo de la Plaza de Abastos, no existían los 40 principales y apenas había gente extranjera. Lugo era un lugar de mente muy cerrada y completamente apartada del resto del mundo. ¡Menudo cambio treinta años más tarde!*

*Lugo ya es una ciudad universitaria, supermercados y restaurantes “trendy” en cada esquina, el C.D.Lugo en segunda división y cuando voy paseando por la calle no es raro oír a la gente hablar otros idiomas.*

*Lugo supo crecer y progresar sin perder el encanto de una ciudad pequeña en donde siempre se encuentra una cara amigable.*



# PEPITO

by

## MARCO MAVILLA

El diseñador italiano Marco Mavilla, mundialmente conocido por su antigua marca *Toywatch*, ha creado una nueva firma que lleva su propio nombre.

Demostrándonos su insaciable talento y con un nombre muy original nos presenta: los "Pepito".



Se trata de unos relojes-pulsera reversibles, ideales para cualquier ocasión. Fiel a su estilo y, como no, a las tendencias; sus diseños recubiertos de cristales *Swarovski* son la combinación perfecta junto al acero y el nylon negro para lucir una joya actual y muy *fashion*.

Marco Mavilla no deja de lado la elegancia que tan bien caracteriza sus creaciones, sin embargo; la comodidad, la discreción y la inconfundible esencia de sus modernos diseños nos permitirá presumir de mucho más que un reloj, convirtiéndose si así lo deseamos, en una auténtica joya con solo darle la vuelta.

Los Pepito se han convertido ya en un *must have* siendo el nuevo capricho de los que se declaran adictos a la moda.



Kate Moss, Halle Berry, PSY, Dasha Kapustina, Paris Hilton, Malú, Andrés Iniesta, Álvaro Marichalar, Marta Sánchez, Anne Igartiburu o Carmen Lomana son solo algunos de los incondicionales de la marca.



PEPITO



## THE NEW STYLE







# BMW i

## La nueva identidad

Hace ya unos años que BMW incluye en su gama vehículos híbridos que denomina *ActiveHybrid*, pero la marca germana ha querido llevar más lejos el concepto creando una nueva división. BMW i representa un innovador concepto de movilidad sostenible, materializado en algo más que vehículos eléctricos.

POR JOSÉ MANUEL NÚÑEZ RODRÍGUEZ







Se crean servicios globales de movilidad, con un diseño y una forma de entender el segmento *premium* fuertemente definido por la sostenibilidad. El resultado es la aparición del BMW i3, un automóvil totalmente eléctrico, libre de emisiones, concebido para desplazamientos urbanos, y del revolucionario deportivo híbrido enchufable BMW i8.

En ningún momento BMW se ha olvidado de las cualidades que la han definido como marca y para eso ha dotado al i3 con un motor totalmente eléctrico de 170 CV que permite ofrecer una aceleración sorprendente desde parado. Y todo ello con una autonomía de 200 km y 100% libre de emisiones, pudiendo recargar la batería cómodamente en casa en un enchufe corriente, en puntos de recarga

públicos o con el sistema BMWi Wallbox que reduce considerablemente los tiempos de carga.

El BMW i3 mantiene siempre al corriente de toda la información relevante al conductor y lo ayuda a la hora de realizar una conducción eficiente. El automóvil calcula de forma dinámica la autonomía, señala el estado de carga o busca las rutas más eficientes y gracias a los amplios servicios BMW i *ConnectedDrive* se pueden visualizar a través de un *smartphone* compatible.

Uno de los factores principales que influyen en el consumo de energía es el peso a desplazar que en el caso de los vehículos eléctricos se incrementa al tener que disponer de baterías acumuladoras.





El i8 acelera de 0 a 100 km/h en sólo 4,5 s. consumiendo únicamente 2,5 l cada 100 km. No hace mucho tiempo, este tipo de automóviles sólo los podíamos ver en el cine...





BMW ha desarrollado de forma específica un habitáculo de carbono altamente resistente y extremadamente ligero unido a un bastidor de aluminio. Esta revolucionaria arquitectura además de reducir considerablemente el peso, permite renunciar al pilar B y al túnel central, lo que da una gran sensación de amplitud. Además el bastidor, el motor eléctrico, la batería y el módulo de gestión de energía se sitúan en la parte baja, haciendo descender así el centro de gravedad, lo que permite aumentar la seguridad y la agilidad en la conducción.

El interior también se ha desarrollado y ejecutado siguiendo las mismas pautas. Materiales renovables tratados de forma natural, como la madera de eucalipto de poro visto, el cuero curtido con derivados de hoja de olivo y lana como aislante térmico, cierran la cadena de producción dentro de un ciclo de vida integral que consta de desarrollo, producción sostenible con energías renovables, utilización del producto y reciclado.

El BMW i8 parte del mismo concepto pero el resultado es diferente. Combinando un motor eléctrico de 131 CV situado en el eje delantero con el nuevo motor de gasolina de 3 cilindros y 1,5 litros con tecnología BMW *TwinPower* Turbo y 231 CV de potencia del eje trasero, el i8 acelera de 0 a 100 km/h en sólo 4,5 s. consumiendo únicamente 2,5 l cada 100 km. La gestión de energía permite combinar los dos motores según las necesidades, utilizando la tracción a las cuatro ruedas y máxima potencia de 362 CV en carretera o circulando de forma totalmente eléctrica por la ciudad, sin ruido ni emisiones, durante 35 km.

No hace mucho tiempo, este tipo de automóviles sólo los podíamos ver en el cine, imaginando el futuro, o en exposiciones, como prototipos imposibles de fabricar. Ahora BMW i los saca al mercado.

Habrà que seguir imaginando.





MARC JACOBS STORES WORLDWIDE    WWW.MARCJACOBS.COM    JULIANA PHOTOGRAPHED BY JUERGEN TELLER



MARC BY MARC JACOBS





**Héctor López**



# Restaurante ESPAÑA

EL RESTAURANTE ESPAÑA, SITO EN LA RÚA DO TEATRO NÚMERO 10 DE LUGO, ES UNO DE LOS DECANOS EN ESTA CIUDAD. RESTAURANTE CENTENARIO, ES EL MÁS ANTIGUO DE LUGO, MANTENIENDO EL MISMO NOMBRE Y EMPLAZAMIENTO DESDE HACE 106 AÑOS.

A lo largo de los años fue evolucionando paralelamente al desarrollo de la ciudad, hasta que hace 10 años sufre una importante remodelación. Hoy en día consta de una amplia cafetería con zona de mesas y gastrobar en planta baja. En la planta alta se encuentran los tres comedores con distintas capacidades, una cocina a la vista del cliente y una bodega climatizada tanto en temperatura como

La cocina del restaurante España dirigida por Héctor López esta basada en el respeto máximo por el producto gallego

humedad. En los meses de verano también cuenta con terraza. En estos últimos años recibe diversos reconocimientos y premios a nivel nacional como el “Premio Nacional de Hostelería 2008” por compromiso con las personas discapacitadas o “Mejor Restaurante de Galicia” por HG&T que atesoran su buena trayectoria.





## EL COCINERO

Héctor López pasó su infancia entre fogones. Este joven cocinero, animado por Tomás Urrialde “cocinero de casa Cándido en Segovia” hizo su carrera en el Centro Superior de Hostelería de Galicia, de allí pasó un tiempo recorriendo cocinas por toda la geografía española antes de asentarse en el restaurante España.



## LA FILOSOFÍA

La cocina del restaurante España dirigida por Héctor López esta basada en el respeto máximo por el producto gallego de temporada. Inspirada en las raíces de la cocina tradicional gallega, trae aires de frescura y renovación aplicando las nuevas técnicas, dando lugar a una cocina gallega puesta al día.

“Si alguien se sienta a comer en el restaurante España con un venda en los ojos, al momento identificará que está en Galicia y la época del año en que se encuentra” afirma Héctor López

Héctor aboga por la honestidad culinaria con franqueza y el sabor gallego, cocina creativa con respeto en la materia prima y los puntos de cocción que se resuelven en platos como:

- *Tataky* de ternera rubia gallega con vinagreta de tomate seco.
- Pulpo a la parrilla, emulsión de patata y aire de pimentón.
- Bonito de Burela con perlas de soja y compota de tomate.





## LA RECETA

### Arroz cremoso de boletus con huevo a baja temperatura

INGREDIENTES PARA 4 PERSONAS:

- 400 gr de arroz basmati
- 150 gr de boletus
- 1 cebolla pequeña
- 1 diente de ajo
- 1 dl de vino blanco
- 4 huevos
- fondo de verduras

### PREPARACIÓN

En una cacerola rehogamos el ajo y la cebolla muy picados. Añadimos los boletus cortados en láminas finas. A continuación ponemos el vino blanco. Cuando este reeduca a la mitad echamos el arroz y lo rehogamos un poco. Vertemos la misma cantidad del caldo hirviendo que de arroz. Cuando el caldo se haya reducido casi de todo, añadimos nuevamente la misma cantidad de caldo, para que así el arroz suelte bien el almidón y quede cremoso.

Los huevos los cascamos y los envolvemos en papel film con un poquito de aceite. Los cocemos a 60° durante 60 minutos.

### PRESENTACIÓN

Dividimos el arroz en cuatro partes y lo ponemos en la plancha para conseguir una costra. Lo colocamos en un plato y ponemos encima el huevo fuera del papel film con un poco de sal maldon.





# La Mesa de



## SANTA EULARIA

Santa Eularia se ilumina de color para estas Navidades: Etro, Valentino, Armani, Versace, Givenchy... regalos que se harán recuerdos eternos e imborrables en tu memoria.

  
MODESTO  
SANTA EULARIA





BOLSO ARMANI JEANS. PVP: 152€ / BOLSO ARMANI JEANS. PVP: 152,90€ / BOLSO ARMANI JEANS. PVP: 162€ / CARTERA ARMANI JEANS. PVP: 94€ / FUNDA MOBIL ARMANI JEANS. PVP: 57€ / FOULARD ETRO. PVP: 260€ / EAU DE TOILETTE ETRO 50ML. PVP: 80€ / CARTERA ETRO. PVP: 355€ / CARTERA MANO WORLD FAMILY IBIZA 135€ / BOLSO WORLD FAMILY IBIZA. PVP: 235€ / MONEDERO WORLD FAMILY IBIZA. PVP: 45€ / MONEDERO WORLD FAMILY IBIZA. PVP: 45€ / CARTERA ETRO. PVP: 350€ / GUANTES COCCINELLE. PVP: 110€ / BOLSO ETRO. PVP: 495€ / BOLSO ETRO. PVP: 667€



# Pienso en un Regalo

A collage of luxury fashion items. In the foreground, a black leather handbag with a large silver buckle is prominent. To its left is a brown quilted handbag with a tan handle. A colorful striped scarf is draped over a red handbag in the background. A pink and orange umbrella is partially visible. In the bottom right, a gold watch with a brown leather strap is shown next to a small box labeled 'ETRO'. The overall theme is high-end fashion and gift-giving.

96



# para Ti...



FUNDA IPAD **ETRO**. PVP: 212€ / FUNDA IPAD **ETRO**. PVP: 177€ / CINTURÓN **ETRO**. PVP: 253€ / NECESER **ETRO**. PVP: 119€ / FUNDA MÓVIL **TOMMY HILFINGER**. PVP: 44€ / RELOJ **MARC JACOBS**. PVP: 295€ / CARTERA **ARMANI JEANS**. PVP: 81€ / CARTERA **PORSCHE**. PVP: 99€ EAU DE TOILETE 50 ML **ETRO**. PVP: 75€ / PULSERA **PORSCHE**. PVP: 340€ / CINTURÓN **PORSCHE**. PVP: 159€ / CINTURÓN **PORSCHE**. PVP: 179€ / BANDOLERA **ARMANI JEANS**. PVP: 104€ / MALETÍN **ARMANI JEANS**. PVP: 157€ / TROLLER **PORSCHE**. PVP: 395€ / FOULARD **ETRO**. PVP: 351€ / CORBATA **CHOPARD**. PVP: 128€ / CORBATA **VERSACE**. PVP: 105€





niro

[www.nirojoyas.com](http://www.nirojoyas.com)





# ADAMI & MARTUCCI





20:33

Alex

En línea

Chats

Sabes que en Modesto te puedes comprar un TagHeuer por 45 euros al mes??

20:30 ✓✓

Ver

Reenviar

20:30 ✓✓



Un TagHeuer por 45 euros al mes?? 😞

20:31

Si, un amigo se ha comprado un Breitling por 95 euros/mes y además sin intereses 💰

20:31 ✓✓

Vaya chollo!! 🎉🥳

20:32

Yo me caso, financian también las alianzas?? ❤️

20:32

Lo que quieras, incluso Rolex de ocasión 😊

20:32 ✓✓

y la sortija de pedida?? 💍

20:33

20:33 ✓✓



Enviar





# FINANCIACIÓN MODESTO

Las firmas de tus sueños...ahora sin intereses



  
BREITLING  
1884

 TAG Heuer

 HUBLOT

*Chopard*

FRANCK MULLER  
GENEVE

LONGINES

*S.T. Dupont*

GRAHAM  
LONDON

LONGCHAMP  
PARIS

MAURICE LACROIX

EMPORIO ARMANI

Ferrari

 ETRO  
Milano

WORLD FAMILY

 GIVENCHY

TW STEEL

GUCCI

INFORMACIÓN: 982 227 052 • correo@joyeriamodesto.com



UNO de 50 







**BOUTIQUE SWAROVSKI**  
C/ POGRESO, 42-44 (LUGO)  
TEL. 98 223 14 25



**SWAROVSKI**



# MI MONEDA

Desde los tiempos del antiguo Egipto y a lo largo de la historia, **las monedas se han utilizado como amuletos** pensados para ser llevados cerca del corazón, **como reflejo de espiritualidad y misticismo**. Todos (en mayor o menor medida) guardamos algunas monedas por distintos motivos, ya sea porque nos traen recuerdos de algún viaje, un momento especial, una fecha señalada, una persona especial, etc...

En 2009, los holandeses Michelle Mentrop y Joery Tol decidieron dar un paso más allá y plasmar su pasión por las monedas a través de unas innovadoras y exclusivas piezas de joyería. Fue así como nació *MI MONEDA*.







Con esta firma ha surgido **un nuevo concepto de joyería que le permite crear a cada cual un collar personalizado**, consiguiendo de este modo que ese colgante sea perfecto para cada persona, look y ocasión.

MI MONEDA ha conseguido robar el corazón de estilistas y *celebrities*. Halle Berry es otra de las famosas que no se ha podido resistir al encanto de estas piezas y tiene una moneda con la inscripción “La Dolce Vita”...

Para Rihanna crearon un diseño con un mensaje personalizado y que lleva con ella a todas partes...



*Halle Berry y Rihanna, dos incondicionales de MI MONEDA*







LA ROCHELLE  
COLECCIÓN

COLECCIÓN DE SORTIJAS  
DE PLATA Y PERLA NATURAL

DURAN  
exquisite  
*Joyas*



# shopping

envíos **gratis** a domicilio

**TELS** 982231715 & 982253131



**LOW COST** ✈️



**tous**

FOULARD: 55€



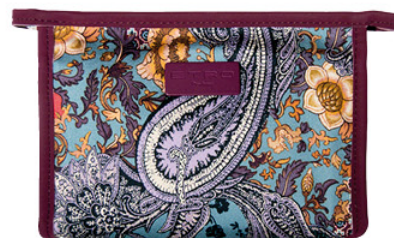
**tous**

PARAGUAS: 58€



**custo**

AGUA DE COLONIA "PURE": 49€



**etro**

NECESER: 35,40€



**uno de 50**

PENDIENTES: 39€



**world family ibiza**

MONEDERO: 45€



**swarovsky**

CADENA: 49€



**pandora**

PULSERA: 35€



**mi moneda**

PULSERA: 49€



**swarovsky**

PULSERA: 49€



**swarovsky**

PENDIENTES: 49€



**swarovsky**

PENDIENTES: 49€



**pandora**

PENDIENTES: 49€



# shopping

envíos gratis a domicilio  
TELS 982 231 715 & 982 253 131

**BUSINESS  
CLASS**



**SPECIAL  
OFFER**



**timberland**

RELOJ: 99€



**plata de palo**

ANILLO: 99€



**armani**

ANILLO: 99€



**uno de 50**

PULSERA: 79€



**plata de palo**

PENDIENTES: 88€



**world family ibiza**

MONEDERO: 179€



**coccinelle**

BOLSO: 179€



**valentino**

MONEDERO: 142€



**tous**

FUNDA TABLET: 65€



**etro**

FOULARD: 156€



**armani jeans**

CARTERA: 94€



**tommy hilfiger**

BILLETERA: 84€





**antonio rodríguez**

PULSERA PLATA AMATISTA: 699€



**etro**

FOULARD: 351€



**valentino**

BOLSO: 570€



**GUESS**

RELOJ: 735€



**valentino**

CARTERA DE MANO: 680€



**guess**

RELOJ PITTON: 539€



**etro**

CARTERA: 355€



**valentino**

FUNDA TABLET: 262€



**marc jacobs**

RELOJ: 319€



**ferrari**

RELOJ: 560€



# fundas tablets

La última tecnología se viste de seda.  
Las grandes firmas de la moda internacional:  
Etro, Valentino, Armani, Tous...  
nos presentan toda una colección  
de fundas para tus tablets,  
ejecutiva, informal, divertida...

**escoge la que más define tu estilo**

**para las  
muy clásicas**

FUNDA GIVENCHY



**para las  
muy  
especiales**

FUNDA ETRO



**para las  
muy coquetas**

FUNDA VALENTINO



**para las  
muy ejecutivas**

FUNDA ETRO

SAMSUNG 8" GALAXY NOTE "GNT-5110"



para las  
muy **teenager**

FUNDA TOUS  
SAMSUNG 7" GALAXY TAB3 "SMT-210"



para las  
muy **alegres**

FUNDA GIVENCHY

pero de entre todas ellas,  
la más bonita y especial del mundo  
es la funda de **world family ibiza**,  
no solo por su estilo hippy-chic,  
sino porque es

**única  
irrepetible**

FUNDA WORL FAMILY IBIZA



ELCO 10" "PD-975"



SAMSUNG 10.1" GALAXY TAB2 "GTP-5110"

TABLETAS DISPONIBLES EN  
**TEFER ELECTRODOMÉSTICOS**  
C/ Juan Montes, 6 (LUGO)  
TEL.: 982 22 77 66



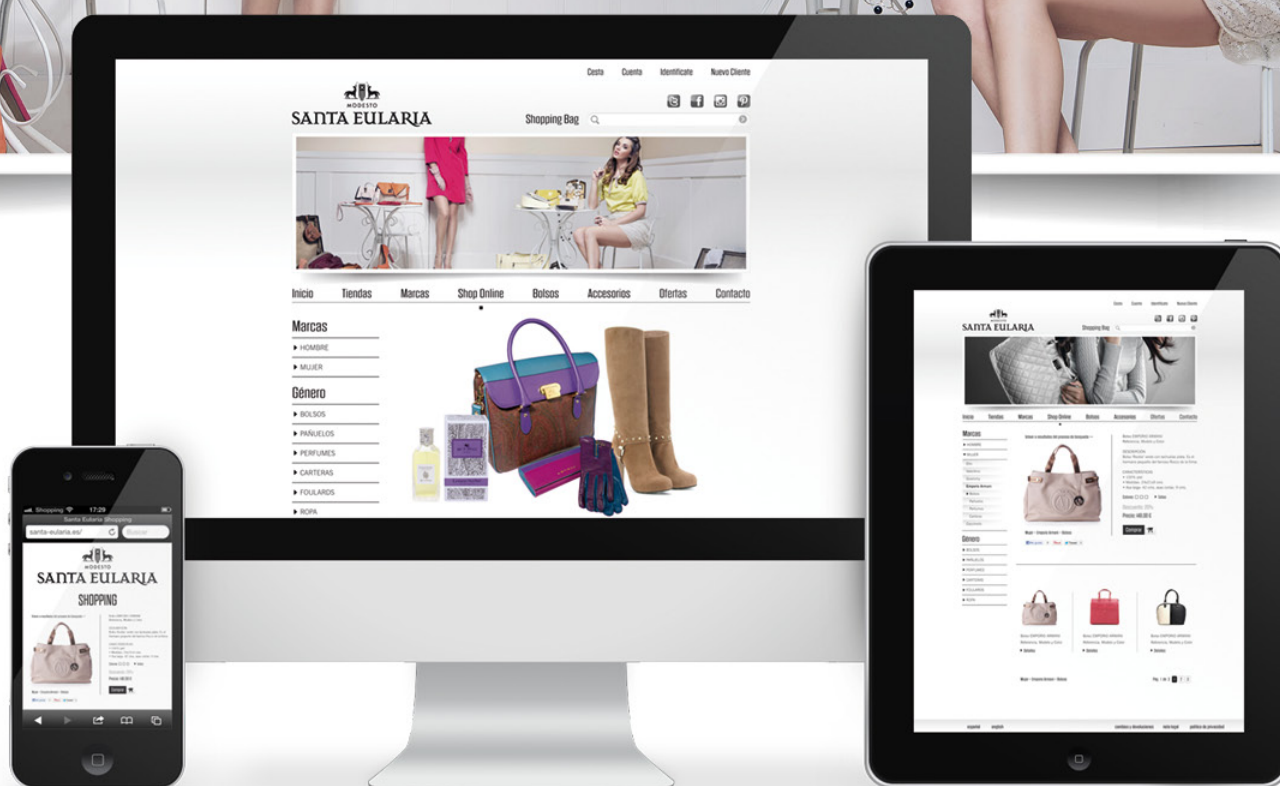
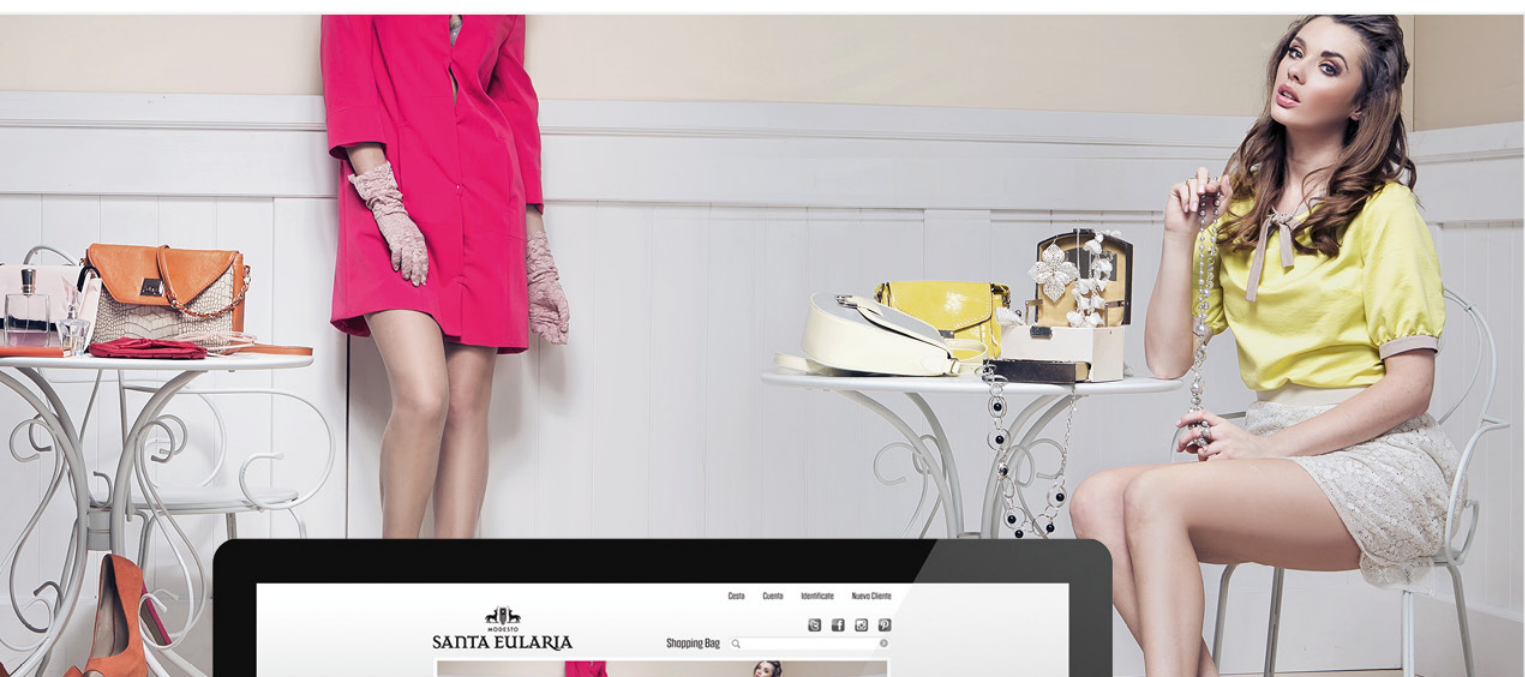


# SANTA EULARIA

estrena tienda online

 [www.santa-eularia.es](http://www.santa-eularia.es)

UN ESPACIO ÚNICO DONDE DISFRUTAR  
CADA TEMPORADA DE LAS ÚLTIMAS  
TENDENCIAS Y NOVEDADES EN  
COMPLEMENTOS... ETRO, VERSACE,  
GIVENCHY, VALENTINO, ARMANI, LA  
MEJOR MODA SHOPPING AL ALCANCE  
DE UN SOLO "CLIC".



*...síguenos en Facebook* 





...y visita nuestro blog 



Y si lo tuyo son los relojes de diseño...

 [www.relojinternacional.com](http://www.relojinternacional.com)



**RELOJ INTERNACIONAL**



Relojinternacional.com es una tienda de relojes especializada alta relojería de diseño con grandes descuentos.

Si necesita un pedido especial de relojes para un regalo de empresa, congreso... nosotros le buscaremos la mejor opción posible. Siempre tratando directamente con los mejores puntos de venta oficiales.



The advertisement features a collection of PANDORA Feather jewelry pieces arranged on a dark green, textured background. The pieces include a pair of drop earrings, a necklace with a large feather pendant, a ring with a feather design, and a bracelet with three feather charms. A brown ribbon is tied in a bow at the bottom right. The text 'Descubre la Nueva Colección de Otoño' is in the top left, and 'Colección Feather desde 49€' is near the bracelet.

## Descubre la Nueva Colección de Otoño

Colección Feather  
desde 49€

### MI HISTORIA, MI DISEÑO

Adéntrate en un bosque encantado y descubre la colección Feather de PANDORA, compuesta por anillo, colgante, pendientes y charms elaborados en plata de ley y circonitas en pavé. Una colección única, como tú.

Crea tu diseño y comparte tu historia en [pandora.net](http://pandora.net).

**PANDORA**  
UNFORGETTABLE MOMENTS





Mi historia, mi diseño



Descubre nuestra nueva colección, tan única como tú.  
Crea tu diseño y comparte tu historia en [pandora.net](https://pandora.net).

**PANDORA**  
UNFORGETTABLE MOMENTS





GUESS



# Gc

SMART LUXURY®





# BLOGS de Moda

CONOCE EL NUEVO  
FENÓMENO DE LA RED



Odiados y amados al mismo tiempo, son el último fenómeno que desde hace más o menos dos años pegan fuerte en la red, chicas y chicos jóvenes o no tan jóvenes que nos muestran su estilo a través de sus bitácoras, su estilo de vida, viajes, arte, fotografía..., pero sobre todo una pasión. Por qué triunfan? y a que se debe su repentino crecimiento?, resultan cercanos, la gente se identifica con ellos, y acercan la moda y las tendencias del momento a la calle, armas de doble filo que generan expectación, intriga y porque no decirlo críticas también.

Hoy escogemos a Carla, la *blogger* de Santa Eularia y la exponemos a una pequeña entrevista para que nos cuente un poco más sobre este mundo, a través de su propia experiencia, gustos e inquietudes.

**¿Cuál es tu blog? ¿Qué tema tratas en él?**

Actualmente tengo un blog de moda bajo el nombre de *The fashion through my eyes*, en el que trato como tema

[www.thefashionthroughmyeyes.com](http://www.thefashionthroughmyeyes.com)



principal la moda y con ella mi estilo diario, lo que me gusta, modo de vida, viajes, puntos de vistas, etc. Lo que sería mi vida junto con mi *hobby* y mi pasión, que es la moda, y como yo la interpreto...

**¿Cuándo empezó tu pasión por la moda?**

Pues yo creo que desde muy pequeña, fue algo que siempre me atrajo y me llamó mucho la atención. Ya de pequeña leía revistas de moda y me gustaba ir "aconjuntada" como yo decía. Siempre me gustó probarme toda la ropa, todos los zapatos bolsos y los sombreros de mi madre, ¡me encantaban!

**¿Cuándo decidiste abrirte paso como bloguera?**

Pues hace unos tres años tomé contacto y conocí por primera vez lo que eran los blogs de moda. Empecé a seguir uno y me encantó todo lo que englobaba, moda, fotografía, etc, así que después de un tiempo decidí que yo también quería formar parte de eso que entonces no sabía exactamente lo que era, pero que hoy en día se ha maximizado y se ha convertido en algo tan grande que yo jamás hubiera pensado que llegara a ser lo que es.

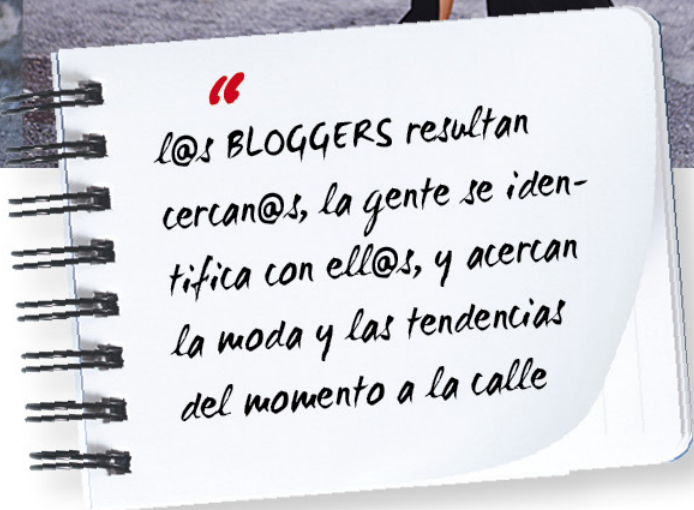
**¿Alguien que te inspira a la hora de vestir?**

Pues me inspiran muchas cosas, revistas, blogs, *it girls*..., pero indiscutiblemente me quedo con Miroslava Duma, editora de moda rusa que actualmente es la reina del *street style*. Es muy inspiradora para mí.

**¿Cómo definirías tu estilo?**

Pues siempre que me hacen esta pregunta no se muy bien que decir porque no considero que tenga un estilo muy definido ya que navego entre varios, un día mas *lady*, otro día mas *rockero*, *boho*, etc, depende del día y de lo que me apetezca en cada momento, y por supuesto, depende mucho de la ocasión. Lo que siempre intento es darle a mis *outfits* mi toque personal y unificar todos esos estilos en lo que sería mi esencia.





### ¿Qué prendas no podrían faltar en tu armario?

Unos jeans, blazers, camisetas básicas..., ropa básica en general, creo que son indispensables para un buen fondo de armario. Luego, cuando ya tengo eso cubierto me encanta ir añadiendo prendas más originales y que le den siempre un toque diferente a los looks, como por ejemplo, los gorros y los zapatos. Eso sí que no puede faltar nunca en mi armario, ¡nunca tengo suficientes!

### ¿Cuál crees que son las tendencias que más se llevan esta temporada?

Indiscutiblemente el estampado tartán, la raya diplomática, el tweed, la pata de gallo, la piel, el color rojo y el toque grunge.

### ¿Diseñador o diseñadora favorita?

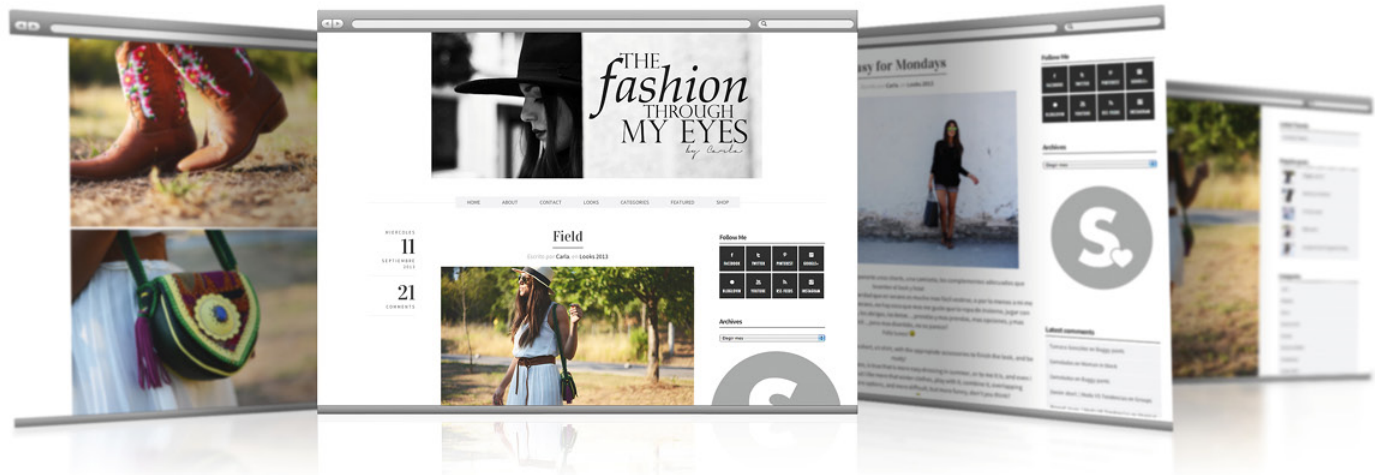
Isabel Marant es sin duda mi diseñadora favorita del momento. Me compraría todas sus colecciones y no me aburriría nunca de sus diseños. Son simplemente espectaculares. También adoro Jil Sander, Chanel, Prada, la verdad es que sería una lista larguísima ya que me gustan demasiados.

### ¿Hobby de tiempo libre?

Mi hobby es hacer el blog, es algo que me encanta. Me lo paso pipa haciendo las fotos, preparando las entradas, y visitando otros blogs. Tener un blog crea adicción y es el mejor hobby que se puede tener.

### ¿Alguna frase célebre, cita o proverbio que uses en tu día a día?

“Para ser irremplazable, uno siempre debe ser diferente”. Siempre me ha gustado mucho esta frase de Coco Chanel y viene a mi mente a diario, la tengo en cuenta en muchos aspectos de mi vida ya que creo que abarca muchas cosas, y en nada lo dice casi todo.





# FRIENDS

## AYUDANDO A FINANCIAR UNA ESCUELA EN EL PUEBLO DE CHINNA HYATA EN LA INDIA

FRANCISCO LOPEZ-CANCIO

Con este proyecto se está construyendo una escuela en el pueblo de CHINNA HYATA, situado en el área de ALUR en el distrito de KURNOOL. La nueva escuela será un espacio digno y adecuado para que los niños y niñas de esta población puedan recibir una educación complementaria, gratuita y de calidad, que les permita avanzar en su integración social.

La formación del Comité de Desarrollo de la Comunidad (CDC) y su buen funcionamiento en la aldea de CHINNA HYATA fue aquí también la primera piedra en la construcción del desarrollo de la comunidad. Tras celebrar varias reuniones, los miembros de la aldea eligieron de forma democrática a los miembros del CDC, constituido por hombres y mujeres en paridad de representación, quienes posteriormente recibieron formación para las tareas comunitarias que les iban a corresponder.

Se inició a continuación el programa educativo, a fin de que los niños y niñas de la aldea pudieran recibir el apoyo necesario para seguir provechosamente sus estudios en las escuelas gubernamentales, desde una perspectiva que aspira a que la escolarización constituya efectivamente el fundamento sobre el que edificar el desarrollo y la integración social de la comunidad.

Paralelamente se crearon las asociaciones de mujeres y de discapacitados (shangams), cuya finalidad es la toma de conciencia de sus derechos como miembros de la comunidad y su participación activa en el desarrollo de la misma.

Desde entonces, el desarrollo de las experiencias asociativas con el apoyo de RDT/WDT ha propiciado que la comunidad haya alcanzado un grado de

cohesión y de capacidad de autogestión que le permite ahora avanzar en su programa de desarrollo mediante la ejecución de proyectos concretos.

El CDC de CHINNA HYATA transmitió a RDT/WDT la necesidad de un espacio del cual actualmente no disponen, en el que los niños y niñas de la comunidad pudieran recibir las clases complementarias. Con este fin se inició el proyecto de construcción de la escuela en CHINNA HYATA.

La escuela constituirá un espacio digno y adecuado para impartir una educación complementaria, gratuita y de calidad, pero también se convertirá en el centro social comunitario y sede para el funcionamiento de los movimientos asociativos de la comunidad. El edificio escolar se empleará en el horario no lectivo para realizar reuniones de la comunidad, revisiones médicas y actividades relacionadas con la promoción de la salud comunitaria, así como lugar de reuniones de los shangams, grupos de madres, etc.

Así, la escuela en su doble faceta supone una infraestructura básica que contribuirá a reforzar el sentimiento de unidad y de cohesión basado en un proyecto común en el que participan todas las familias de la comunidad.



Por cada pila que ponemos en cada reloj en nuestras joyerías, enviamos 1 Euro que ayuda a financiar la construcción de esta escuela.



Para la construcción de la escuela se priorizan aquellas aldeas en las que sus miembros hayan desarrollado previamente proyectos de cohesión de la comunidad que impliquen procesos participativos (asociaciones de mujeres, de personas con discapacidad, etc.) y que, en consecuencia, hayan madurado suficientemente en su capacidad de autogestión.

Como en el resto de proyectos de RDT/WDT y de acuerdo con sus principios, es la comunidad la que debe asumir la responsabilidad de la construcción de la escuela.

De esta forma, se pretende que la escolarización no constituya una fase aislada de escasos resultados en un contexto de discriminación, sino la base del desarrollo e integración social de la comunidad.

Los beneficiarios directos del proyecto son los niños y niñas, con edades comprendidas entre los 6 y los 11 años, que asisten a las clases complementarias de la aldea de CHINNA HYATA. Son 100 niñas y 133 niños repartidos en diferentes cursos de educación primaria, desde Preescolar hasta V.

Los beneficiarios indirectos del proyecto son todos los habitantes de la aldea de CHINNA HYATA. En concreto, por un lado, los miembros del Comité de Desarrollo de la Comunidad y las asociaciones de mujeres y de personas con discapacidad llevarán a cabo sus reuniones periódicas en el centro comunitario.

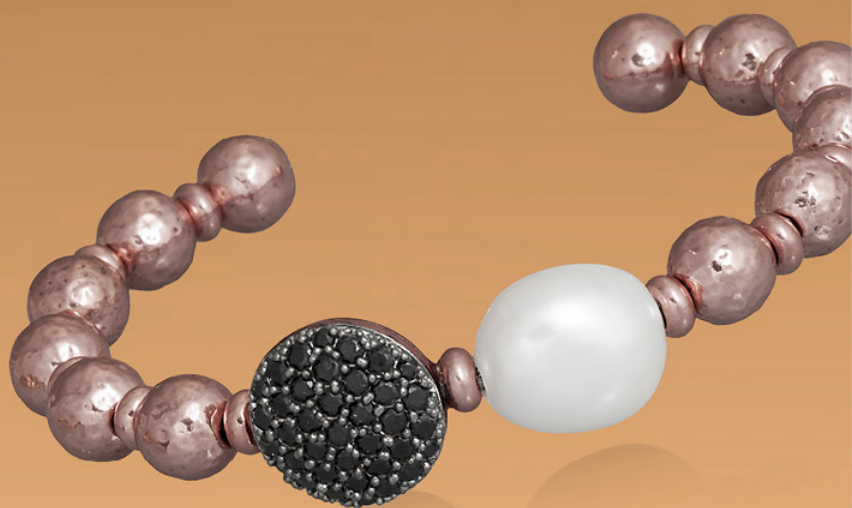
Por otro lado, los alumnos de secundaria de la aldea acudirán al centro comunitario para estudiar en caso que lo prefieran o necesiten mientras que los beneficiarios del Programa Nutricional acudirán periódicamente al centro comunitario para recibir sus tratamientos.

La construcción de la escuela de CHINNA HYATA se está llevando a cabo con normalidad. Las obras se iniciaron en noviembre de 2012 y está previsto que acaben en los plazos de tiempo previstos.





# MARINA GARCIA JOYAS





Estas Navidades disfruta de las mejores marcas:

**15%** de descuento  
EN TODAS  
nuestras tiendas  
presentando esta tarjeta de descuento



  
**BREITLING**  
1884

 **TAGHeuer**

 **HUBLOT**

*Chopard*

**FRANCK MULLER**  
GENEVE

**LONGINES**  


*S.T. Dupont*

**GRAHAM**  
LONDON

**LONGCHAMP**  
PARIS

MAURICE  **LACROIX**

EMPORIO  **ARMANI**

**MARC JACOBS**

  
**ETRO**  
Milano

**DOLCE & GABBANA**

  
**GIVENCHY**

**VERSACE**

**GUCCI**

**PORSCHE DESIGN**

**CARRERA Y CARRERA**

**TOMMY**  **HILFIGER**

**GUESS**

**CUSTO**

**swatch** 

*zilo*

Calvin Klein

 **TOUS**

 **PLATADEPALO**

**TW STEEL**

**PANDORA**

**Ferrari**

**WORLD FAMILY**  


  
**ZENO-WATCH BASEL**

  
**SWAROVSKI**

...y mucho más





 **MODESTO**  
 JOYEROS-RELOJEROS

 **SANTA EULARIA**

 **modesto básico**

**modesto devoción**

**modesto-G**

OFERTA NO ACUMULABLE. VÁLIDO POR UNA SOLA COMPRA/PERSONA. PROMOCIÓN VÁLIDA HASTA EL 31/12/2013



# MODESTO

Progreso, 40 - 27001 LUGO • Tel.: 982 227 052 / Fax: 982 227 108



Progreso, 29 - 27001 LUGO  
Tel: 982 231 715 / Fax: 982 227 108



**SANTA EULARIA**

Armañá, 8 - 27001 LUGO  
Tel.: 982 229 841

**modesto-G**

Ramón González, 4 - 27700 Ribadeo (LUGO)  
Tel.: 982 131 996





# OROTECH

FIRENZE





# the best



MODESTO

SANTA EULARIA

Refinado, impecable, elegante, las mujeres más importantes del mundo lo han elegido

**Hubert de Givenchy: “The Best”**





¡Enciende tu estrella!  
**Merry Tous**

*Drive bicolor ionizado en oro rosa y marrón.  
Precio 295€*

**TOUS**  
WATCHES





# TAGHeuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



50 AÑOS DE  
CARRERA

Carrera Cronógrafo Calibre 1887  
Edición 80 Aniversario  
Jack Heuer.

