

*“Apostamos por  
la innovación,  
investigando  
en profundidad  
cada propuesta  
antes de  
incluirla  
en nuestro  
portafolio de  
tratamientos”*





*El fenómeno*  
**THE BEAUTY CONCEPT**  
*con* **PAZ TORRALBA**

*Fotografía* JUAN CARLOS VEGA  
*Texto* VALERIA P. MOLINA

**WOMAN** FEARLESS®

# PAZ TORRALBA:

“La belleza y el lujo es el cuidado global de las personas”

**C**amina elegante y con seguridad. Llega a la redacción en silencio, pero sin despegarse del móvil (su pantalla estalla de todos los mensajes que recibe, de clientas anónimas y de personalidades conocidas, aunque para Paz todas cobran el mismo valor). Estamos ante la mujer que ha creado todo un imperio de belleza y experiencia bajo la marca THE BEAUTY CONCEPT. Fue pionera en crear un “salón de belleza” en donde el diseño es uno de los pilares fundamentales y en los que se ofrece un valor añadido a sus visitantes: gin tonic, café y té, ensalada, refrescos o cualquier ingesta etílica e idílica para hacer más agradable la visita. Por supuesto, la profesionalidad de su equipo y la discreción son también los valores de este grupo que cuenta con 2 centros en la Calle Ortega y Gasset, otro en La Moraleja y en la Calle Chile, y el espacio de spa y belleza del Hotel Ritz de Madrid. ¡Casi nada!

¿Detrás de todo esto? Paz Torralba, que en 2005 puso la “primera piedra” en la Calle Chile de Madrid. Su filosofía era “cuidar a las personas”.

La belleza, la salud y el bienestar son los tres ejes del proyecto. Incorporan las técnicas más innovadoras y avanzadas del mercado, los productos más efectivos, la última aparatología. Además de un protocolo personalizado con su respectivo seguimiento.

“La profesionalidad nos caracteriza, tratamos con mimo y garantía a todos y cada uno de nuestros clientes”, cuenta Paz. “Apostamos por la innovación, investigando en profundidad cada

propuesta antes de incluirla en nuestro portfolio de tratamientos”, añade. Y es que cuenta con un ‘laboratorio de ideas’ donde, una vez al mes, se reúne todo el equipo médico, terapeutas y asesores para valorar propuestas y nuevas soluciones a las necesidades que nos demandan.

“Todas los clientes son perfectos, cada uno es diferente y por eso debemos personalizamos todo. Por decir algo los clientes perfectos son los que se dejan aconsejar y asesorar por profesionales para poder hacer seguimiento, evolución y poder alcanzar los objetivos fijados”, confiesa.

Para Paz, “la belleza y el lujo es el cuidado global de la persona, el tiempo, la personalización, el mimo, estar pendiente de cada detalle, la experiencia”.

Se define como una persona sencilla, familiar, y muy amiga de mis amigos: “me gusta cuidar de mi gente y me preocupo especialmente porque los que me rodean estén felices. Soy una apasionada de la belleza y siempre estoy pendiente de las novedades en el mundo de la medicina estética, la belleza y el bienestar”.

FEARLESS. significa valentía, y en esta línea acaban de apadrinar una habitación en la fundación Ronald McDonald que se dedica a crear hogares para familias con niños hospitalizados: “en estos momentos estoy involucrada en este proyecto y me voy a centrar mucho en estos temas. Creo que somos muy afortunados y hay que ayudar a quien podamos de cualquier forma posible”.