



ON TIME

by *geot*



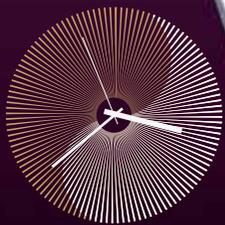
LOS NUEVOS
RELOJES DE
LVMH

EL AÑO DE LA
SERPIENTE

POR CADA
YIN,
HAY UN
YANG

REF-USD\$ 10,00

TAG HEUER
CARRERA CHRONOGRAPH
NUEVA INTENSIDAD





REACH FOR THE CROWN





EL DAY-DATE







BRAGANZA

— FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM



ADOLFO
COURRIER

Jewelmer
JEWELLERIE

Jewels[®]
milano

PALMIERO

TIRISI
Jewelry

DOUBLE BONE[®]

MATTIOLI

EBERHARD & CO
Manufacturers Since 1848

RAYMOND WEIL
GENEVE

EDOX
Swiss Watches

NORQAIN
SWISS MADE WATCHES

C.C. ALTAMIRA VILLAGE NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - CARACAS - VENEZUELA.
TLF.: +58 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA X @BRAGANZAJOYAS

MOMENTOS IKIN



Desconéctate de la rutina
en un espacio lleno de relajación
y armonía frente al mar.



CÓCTEL DE BIENVENIDA



HABITACIONES CON VISTA AL MAR



DESAYUNO INCLUIDO



PISCINA INFINITA



BOMBONES



SERVICIO DE SPA



RESTAURANTE "LA BODEGA"



EARLY CHECK IN / LATE CHECK OUT



ATENCIÓN PERSONALIZADA



¡CONTÁCTANOS!

+58 (412) 584 34 44
reservacionesikinmargarita@gmail.com
ikinmargarita_hotelspa
www.ikinmargarita.com

 @segurosuniversitas

 Seguros Universitas

 @SegUniversitas

 www.segurosuniversitas.com

Inscrita en la Superintendencia de la Actividad Aseguradora bajo el Nro. 83. Rif.: J-00148811-1



Seguros
Universitas

Vemos
la vida
como tú



AUTO



PERSONAS



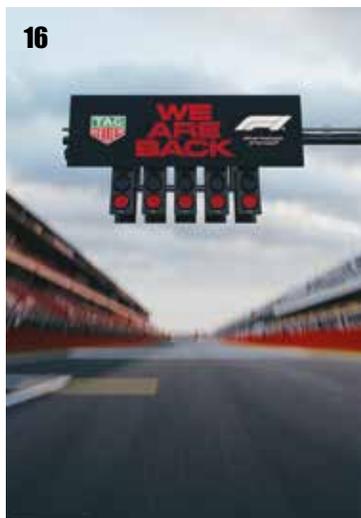
PATRIMONIALES



FIANZAS

CONTENIDO

AÑO 18 / #83 / PRIMAVERA 2025



MÉLANGE

12 EDITORIAL

14 MÉLANGE
Pequeñas dosis de relojería

20 NEGOCIOS



GALERIE DU TEMPS

24 LVMH WATCH WEEK
El Encanto de la LVMH Watch Week

28 TRENDY BEATS
El año de los sabios

30 MAKING OF
Patek Philippe
El nuevo objeto del deseo

32 ESPECIAL YIN YANG
Amor y complicaciones (relojeras)
Por cada Yin, hay un Yang

36 ENTREVISTA ZENITH
Benoit de Clerk, Ceo de Zenith
Creado con identidad



DE LUXE

38 BRAGANZA

40 VESTIER

41 LA BARRA

42 MADAME OT

44 GASTRONOMÍA

46 DESTINOS

48 SOCIALES

49 LÚMIERE



DAORO

*Exclusividad en las más reconocidas firmas
de relojería y joyería de alta gama*


ROLEX

Cartier

Chopard
GENEVE

BVLGARI


BREITLING
1884


TUDOR



Bell & Ross

MONT
BLANC


BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830


Cuervo y Sobrinos
LA HABANA 1882

ULYSSE NARDIN


BIANCHET

ONTIME

DIRECTORA-EDITORA

Patricia Olivares Taylhardat

EDITORA-DIRECTORA

Etxenara Mendicoa

GERENTE GENERAL

Lucía Zumbo Currenti

COORDINADORA EDITORIAL

Elia Moreno

REDACCIÓN

Cecilia Avilés

GERENTE CREATIVO

Adriana Boet

GERENTE DE ARTE Y DISEÑO

Gonzalo González

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

GG & A Comunicación Visual

COLABORADORES

Juanma Galván, Jennifer Albornoz,
Oscar Olivares Zumbo, Ángel Leonardo Peña
Arantxa Sellhorn Mendicoa

CONSEJO EDITORIAL

Ariel Coriat, Francisco Colonelli
Carlos Ariza, Francisco Cupello
Guillermo Amar

COMERCIALIZACIÓN MERCADEO

DIRECTOR EJECUTIVO

Juan Pedro Olivares Del Nogal (+)

**GERENTE DE COMUNICACIONES
Y MERCADEO**

Beatriz Nieto

TESORERA

Haydée Olivares del Nogal (+)

GERENTE DE ADMINISTRACIÓN

Ana Capote

JEFE DE ADMINISTRACIÓN

Iris Álvarez

CONSULTOR JURÍDICO

José Luis Castillo

ASESOR LEGAL

Carlos Gómez

DISTRIBUCIÓN

GEOT

Impresión

Editorial Arte, S.A.

ESCANEA AQUÍ



para seguirnos
en INSTAGRAM

@Ontime_Magazine

DESPIERTA EL AÑO, y con él las manecillas de la alta relojería marcan el inicio de un 2025 que promete ser extraordinario. El calendario relojero no podría comenzar con más brío: la LVMH Watch Week nos regala creaciones que son pura poesía mecánica.

Esta primera edición del año captura la energía renovada de una industria que no deja de sorprendernos.

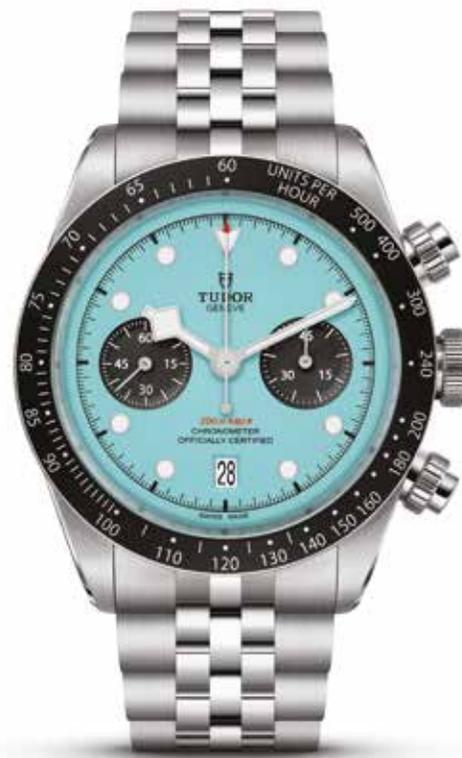
En nuestras páginas centrales, un especial dedicado a relojes que hacen pareja perfecta nos recuerda que, como en el Yin y el Yang, la verdadera armonía nace del equilibrio entre opuestos. Una selección pensada para el mes del amor, pero que trasciende lo romántico para hablarnos de complementariedad y excelencia.

Los invitamos a descubrir estas páginas donde cada segundo late con la pasión por la alta relojería. Porque cada pieza cuenta una historia, y queremos compartirlas todas contigo.

Bienvenido a un nuevo año de excepcionales momentos con ON TIME.

**Por un EXTRAORDINARIO
2025**

Etxenara Mendicoa
EDITORA-DIRECTORA



Selección de la editora:
Tudor Black Bay Chrono
"Flamingo Blue"



**NEGOCIOS
(PÁG. 20)**

En la alta relojería también el futuro es femenino. Así lo certifica un nuevo estudio de Deloitte, que lanza una pregunta clara: ¿por qué las mujeres son menos visibles y activas en la alta relojería, al contrario de lo que ocurre con otros productos de lujo?



**LVMH WATCH WEEK
(PÁG 24)**

Nueve marcas abrieron el portal y mostraron lo mejor de sus colecciones, con piezas no solo innovadoras, también están llenas de exploraciones que darán mucho de que hablar para los amantes de los relojes.



**ESPECIAL YIN YANG
(PAG 32)**

En esta selección especial para el "Día de los enamorados", hemos elegido parejas de relojes que demuestran una dualidad perfecta. Por un lado, las versiones masculinas abrazan valores como la robustez técnica, la presencia arquitectónica y la complejidad mecánica visible.

ON TIME by Geot es una publicación que se edita en 2025 cuatro veces al año. ON TIME by Geot es una publicación y marca registrada de Grupo Editorial On Time, C.A.

El contenido editorial o publicitario de la revista no refleja necesariamente la posición de sus editores, por lo que ninguno se hace responsable en cuanto a las opiniones emitidas por el autor de cada artículo.

Si desea comunicarse con nuestro equipo editorial hágalo a través de editorial@grupontime.com. Para información en el área de ventas, por favor escriba a ventas@grupontime.com.

Grupo Editorial On Time, C.A.
Rif.: J-29623414-0
Depósito Legal No. PP200702DC3137

Avenida Venezuela, Torre Platinum II,
piso 7. Ofic. 7-A y 7-C. El Rosal.
Caracas, Venezuela. T (58-212) 9512478
/ 9521866 / 9533915
<http://www.ontimeditorial.com/>

tolón
FASHION MALL

*Vive la
Experiencia*



www.cctolon.com



[tolonoficial](https://www.facebook.com/tolonoficial)



[@tolon_FM](https://twitter.com/tolon_FM)



[@tolon_FM](https://www.instagram.com/tolon_FM)

M

MÉLANGE

LAS NOTICIAS DEL MUNDO
RELOJERO QUE NO DEBEN
PASAR DESAPERCIBIDAS

Arantxa Selhorn Mendicó

Fotografías:

Cortesía de las marcas



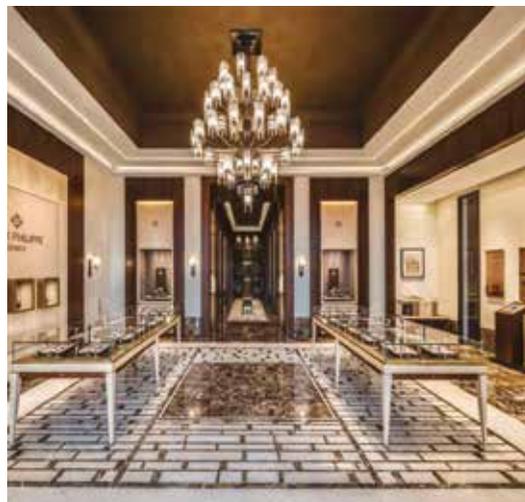
BOUTIQUE BARCELONA EL LUJOSO TRONO DE PATEK PHILIPPE

Barcelona le dará la bienvenida a la primera *boutique* de Patek Philippe, una de las marcas más prestigiosas de la alta relojería. La apertura, prevista para este año, estará ubicada en el Paseo de Gracia, consolidando este emblemático *boulevard* como el epicentro de la relojería de lujo en España.

El nuevo espacio, gestionado por Unión Suiza, contará con dos plantas y una superficie de 265 metros cuadrados, ofreciendo una experiencia de compra única y exclusiva. Ubicada en uno de los espacios más lujosos del Paseo de Gracia, la *boutique* se convertirá en un destino imprescindible para los amantes de los relojes excepcionales, con piezas que reflejan la tradición manufacturera y la excelencia de Patek Philippe.

Este nuevo liderazgo busca consolidar el negocio y preparar la empresa para el futuro, coincidiendo además con la celebración de su 185° aniversario.

Para la manufactura, la tienda representa uno de los proyectos más relevantes de la marca en Europa en los últimos años, marcando un capítulo destacado en su historia. La apertura en Barcelona refuerza la apuesta de la *maison* por ciudades clave que valoran el lujo, la tradición y la innovación en relojería.



EMBAJADOR ALBERTO GUERRA SE UNE A PANERAI

El actor cubano, Alberto Guerra, se unió recientemente a la manufactura Panerai como su nuevo *Friend of the Brand*. Reconocido por su estilo interpretativo audaz y versátil, Guerra, protagonista de series como *Narcos: México* y *Griselda*, encarna los valores de excelencia y superación que caracterizan a la *maison* y su icónica colección Luminor.

Esta colaboración, que refleja la afinidad de Guerra por el diseño distintivo y el legado de Panerai, comenzó con su participación en el Salón Internacional Alta Relojería México (SIAR) 2024. El actor, admirado por su capacidad narrativa en producciones internacionales y latinoamericanas, personifica la fusión entre la precisión técnica suiza y la elegancia italiana que define a Panerai.





NORQAIN

SWISS MADE WATCHES

INDEPENDENCE SKELETON CHRONO 42MM
LIMITED EDITION



MARCA EXCLUSIVA DE



BRAGANZA

— FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

CARACAS: C.C. ALTAMIRA VILLAGE, NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - VENEZUELA.

TLF.: (+58) 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA ✂ @BRAGANZAJOYAS

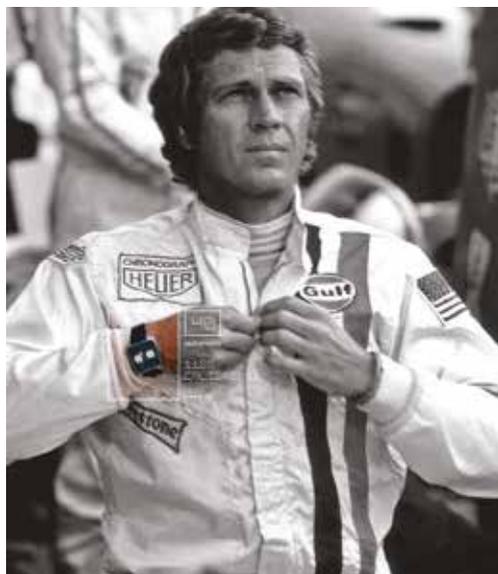
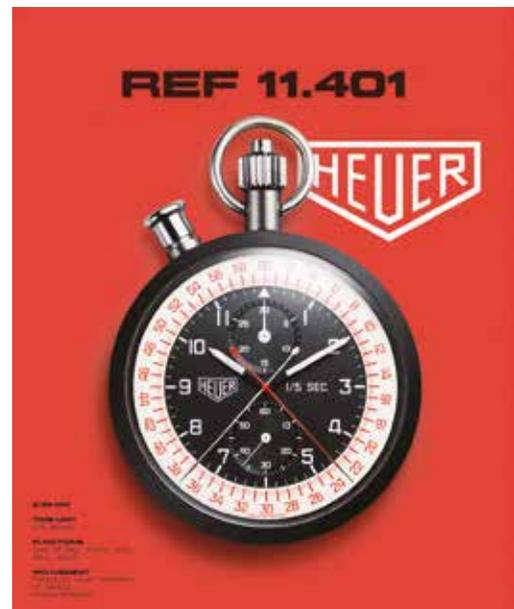


NOTICIA **TAG HEUER** VUELVE A ENCENDER LOS MOTORES EN LA F1

Este año, TAG Heuer regresa como cronometrador oficial de la Fórmula 1. El aclamado deporte cumple 75 años en 2025, y la firma suiza ha jugado un papel importante en su historia. Esta colaboración renueva una histórica asociación que celebra el lujo, la precisión, la innovación, el rendimiento y la velocidad; valores que ambas marcas comparten profundamente.

TAG Heuer fue la primera marca de lujo en tener su logotipo en un auto de la F1 en 1969, años más tarde fue la primera en patrocinar un equipo. También ha sido el cómplice, no solo de carreras que se transformaron en hitos, sino de marcas históricas y récords rotos.

La asociación entre TAG Heuer y la F1 refleja una filosofía compartida que se basa en la ingeniería de la precisión, tecnología vanguardista y la constante auto superación.



RAYMOND WEIL

GENEVE

MILLESIME TRI-COMPAX CHRONOGRAPH
LARGO WINCH LIMITED EDITION



MARCA EXCLUSIVA DE


BRAGANZA
— FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

CARACAS: C.C. ALTAMIRA VILLAGE, NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA - VENEZUELA.

TLF.: (+58) 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

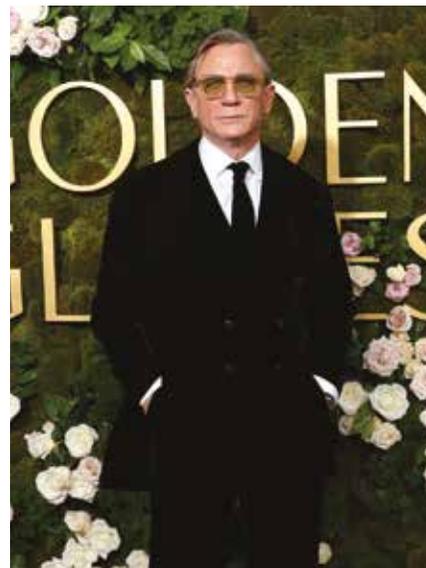
 @BRAGANZAJOYAS  BRAGANZA  @BRAGANZAJOYAS

ESTRELLA EN LOS ÁNGELES RED CARPET

Empezamos el año con la ceremonia de los *Golden Globes*, y en esta ocasión el listón estuvo muy alto. Por la alfombra roja, se vio pasar unas piezas extraordinarias dignas de distraer la mirada de cualquiera, sin embargo, en esta oportunidad destacaremos tres de aquellas que han dejado a los fanáticos de la relojería boquiabiertos.



Daniel Craig lució un *Speedmaster Moonwatch Professional*, digno del último James Bond de Hollywood. Esta pieza emblemática de la casa de Omega destaca dentro de las versiones del modelo por su caja de Oro Sedna de 18 quilates.



Un nombre que esta velada no pudo pasar por desapercibido es **Andrew Garfield**, un actor que supo apropiarse de la *red carpet*, en un traje Gucci verde olivo y deslumbrando una pieza clásica digna de *paparazzis*, un Jaeger-LeCoultre *Reverso Tribute Small Seconds*, una pieza inspirada en el *Art Déco*.



Jake Gyllenhaal se une a la lista de clásicos. Para esta ceremonia de premios, llevó consigo una pieza que fue una de los estrenos más en tendencia del 2024, *Cartier Privé Tortue*, con caja dorada, brazaletes de piel azul y esfera color hueso.





Extra-fort
Rattrapante

EBERHARD & Co.

Manufacture Suisse d'Horlogerie depuis 1887

MARCA EXCLUSIVA DE



BRAGANZA

— FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

CARACAS: C.C. ALTAMIRA VILLAGE, NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA -VENEZUELA.

TLF.: (+58) 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA ✕ @BRAGANZAJOYAS



EL MERCADO RELOJERO FEMENINO

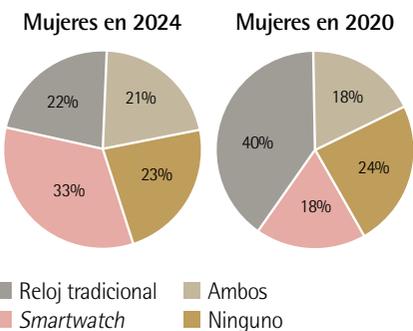
Juanma Galván

EL FUTURO ES DE LAS MUJERES

Pues sí, también en la alta relojería: el futuro es femenino. Así lo certifica un nuevo estudio de Deloitte, que lanza una pregunta clara: ¿por qué las mujeres son menos visibles y activas en la alta relojería, al contrario de lo que ocurre con otros productos de lujo? Una de las causas es la escasa investigación del mercado de relojes femeninos, a pesar de que dan grandes alegrías a las marcas. No hay más que pensar en piezas como el Cartier Tank o el Rolex Datejust en sus versiones de 31 y 36 mm. El informe trata de paliar esa falta de datos. Veámoslos

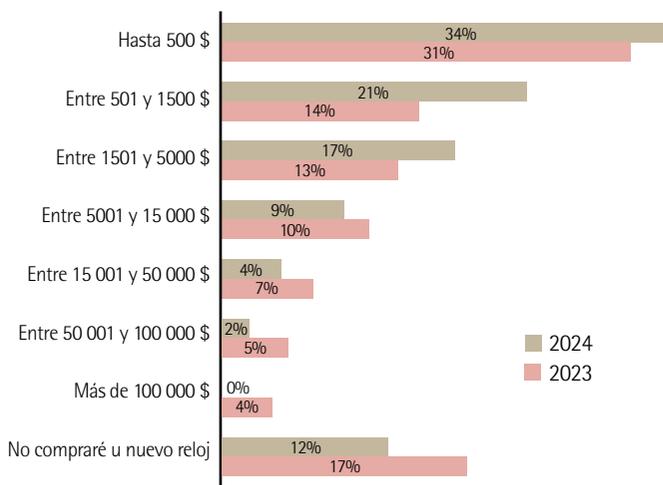
¿QUÉ TIPO DE RELOJ LLEVAN LAS MUJERES?

Este gráfico compara las respuestas entre 2020 y 2024. En tan solo 4 años, el porcentaje de mujeres que eligen un *smartwatch* ha crecido de forma importante. Por otro lado, en mercados tan importantes como el estadounidense, el japonés o el suizo, la mayoría de las mujeres optan por no llevar reloj. El *smartwatch* triunfa sobre todo en oriente: Emiratos Árabes Unidos, Singapur o Hong Kong.



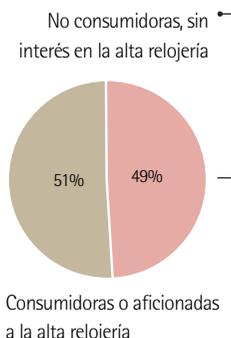
¿CUÁNTO TIENE PREVISTO GASTAR EN SU PRÓXIMO RELOJ?

El interés creciente de las mujeres en la alta relojería se demuestra claramente con este dato: casi 40% de ellas está dispuesta a gastar entre 501 y 5000 dólares en la compra de su nuevo reloj, diez puntos más que en 2023. Pero aún se inclinan por piezas más baratas que los hombres: 34% se gastarán menos de 500 dólares, frente a 26% de los hombres.



¿CUÁNTAS MUJERES ESTÁN INTERESADAS EN LA ALTA RELOJERÍA?

No había muchas pistas sobre este dato tan básico. Ahora, gracias a este informe, sabemos que la proporción es prácticamente de un 50/50. Lo que está claro es que las mujeres cada vez compran más relojes para ellas mismas, no para regalar a sus parejas.



¿RELOJES PARA MUJERES?

El público femenino se fija cada vez más en sus gustos personales, sin tener en cuenta si sus gustos se corresponden con lo que las marcas consideran "relojes femeninos". Queda bien claro en las respuestas a esta pregunta. Por cierto, son casi inversas a las que se consiguen cuando se pregunta por los hombres.

¿Es la gama de relojes "para mujeres", los que se definen así en los medios de comunicación, la publicidad o en las tiendas, los que realmente usan las mujeres?

- Completamente de acuerdo - **1%**
- De acuerdo - **7%**
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo - **7%**
- En desacuerdo - **63%**
- Completamente en desacuerdo - **22%**





EXPECTATIVAS FRUSTRADAS

Juanma Galván

El año pasado, en los primeros meses de 2024, asegurábamos que la industria vivía en un estado de inapelable optimismo. 2023 había dejado cifras fantásticas, y el año entrante se presentaba como la certificación de lo que parecía una salida triunfal de los difíciles primeros años de la década. Había expectativas positivas o muy positivas que alcanzaban 60% respecto a los principales mercados de exportación, y la mitad de los encuestados veía el futuro de la industria relojera de forma ilusionante.

Esto no ha sido así en absoluto. A falta de conocer los datos definitivos, podemos decir ya que 2024 no ha dejado más que inquietud dentro de la industria. La gráfica de exportaciones ha sido descendente durante prácticamente todo el año, y el resultado en los antaño pujantes mercados asiáticos ha vuelto a ser decepcionante. El 61% creía que habría un crecimiento en el mercado hongkonés, mientras que 50%

En noviembre las exportaciones a Hong Kong bajaron en 18,8%, y a China 27%. Sí que acertaron de lleno con India: 76% confiaba en el crecimiento, que en noviembre rozó 60%.



de los encuestados pensaba lo mismo del chino. Pues bien, en noviembre las exportaciones a Hong Kong bajaron en 18,8%, y a China 27%. Sí que acertaron de lleno con India: 76% confiaba en el crecimiento, que en noviembre rozó 60%. Por cierto, destacan también los crecimientos de los mercados españoles (+33,5%) y surcoreanos (+21,7%), y la estabilidad del mercado estadounidense, que copa ya una sexta parte de las exportaciones mundiales.

También observamos números negativos en lo que respecta al mercado de subastas, aunque conviene matizarlos, ya que son fruto de unas cifras disparadas en 2020 y 2021. Los precios de los relojes usados de las marcas punteras están ahora en su nivel más bajo de los últimos tres años, con una caída de 6% respecto a 2023. Concretamente, Rolex cayó 5%, Patek Philippe 4% y Audemars Piguet 7,5%. La única marca que da buenas noticias en este ámbito es Cartier, con un incremento de 4% en los últimos dos años.

ROLEX

Casa de subastas: Sotheby's

Dónde: Nueva York

Cuándo: 13 de diciembre de 2024

Ventas totales: 5,9 millones de dólares

Reloj subastado por cantidad más alta: Rolex "Panda Paul Newman" de 37 mm, con un color moca en la esfera fruto de su uso en la región de Jalisco (México), según su antiguo propietario

Vendido en 312 000 dólares

Estimado entre

300 000 y 400 000 \$



RICHARD MILLE

Casa de subastas: Christie's

Dónde: Nueva York

Cuándo: 9 de diciembre de 2024

Ventas totales: 10,8 millones de dólares

Reloj subastado por cantidad más alta:

Richard Mille Ferrari Model, reloj conceptual en edición limitada de 150 piezas

Vendido en 1,3 millones de dólares

Estimado entre

1 y 2 millones de \$



SUBASTAS EDICIONES LIMITADAS PARA COLECCIONISTAS

Juanma Galván

Son relojes especiales que se convierten en objetos de deseo para los amantes apasionados.

Aquí los más recientes presentados por las casas de subastas



GREUBEL FORSEY

Casa de subastas: Sotheby's

Dónde: Hong Kong

Cuándo: 16 de diciembre de 2024

Ventas totales: 2.1 millones de HKD

Reloj subastado por la cantidad más alta:

Greubel Forsey Quadruple Tourbillon edición limitada elaborada en platino con indicación de reserva de marcha

Estimado en

1,5 2,5 millones de HKD



FP JOURNE

Casa de subastas: Antiquorum

Dónde: Ginebra

Cuándo: 9 y 10 de noviembre de 2024

Ventas totales: 11,9 millones de CHF

Reloj subastado por cantidad más alta: Souscription Tourbillon Souverain en platino con "Remontoir d'Egalité" n.º 24 de FP Journe

Vendido en

2,4 millones de CHF

GALERIE DU TEMPS

LVMH WATCH WEEK

EL ENCANTO DE LA LVMH WATCH WEEK | 24

TRENDYBEATS

EL AÑO DE LOS SABIOS | 28

MAKING OF

PATEK PHILIPPE CUBITUS

EL NUEVO OBJETO DEL DESEO | 30

ESPECIAL YIN YANG

AMOR Y COMPLICACIONES (RELOJERAS)

POR CADA YIN, HAY UN YANG | 32

ENTREVISTA ZENITH

BENOIT DE CLERK: CREADO CON IDENTIDAD | 35

LAS PRIMERAS NOVEDADES RELOJERAS DEL AÑO

EL ENCANTO DE LA

LVMH
WATCH WEEK

EL DEBUT DE LOUIS VUITTON

Este año representó el debut de Louis Vuitton en la LVMH Watch Week y lo hizo con dos nuevas versiones del Tambour, su bandera en el mundo de la alta relojería.

LOUIS VUITTON
TAMBOUR CONVERGENCE

Personifica la evolución de la alta relojería de la *maison*. El nombre de la colección representa la distintiva visualización del tiempo del *Tambour Convergence*. Nos presenta una indicación arrastrada de horas y minutos que se lee en la conjunción de dos discos rotativos con una marca de rombo de oro o platino.

La forma del guichet que enmarca la indicación del tiempo está inspirada, en la belleza efímera del



efecto de la luz del sol, que atraviesa los bordes dorados en las nubes.

Dentro de su caja de 37 mm; la corona pulida refleja la forma de la caja y está sutilmente acanalada para facilitar el ajuste y el remontaje, y un fondo transparente muestra el nuevo calibre automático interno LFT MA01.01, una creación que marca un hito para *La Fabrique du Temps* de la casa.

Se trata de un movimiento con una reserva de marcha de 45 horas. Su rotor de oro rosa de 18 quilates de alta inercia enrolla eficientemente el barrilete del movimiento, proporcionando al mecanismo niveles óptimos de energía adecuados para un reloj de uso diario.



Un evento que marca tendencias para los coleccionistas. Este año, el comienzo fue un poco turbulento; los incendios forestales ocurridos en Los Ángeles obligaron a mover el evento a Nueva York y París. Nueve marcas abrieron el portal y mostraron lo mejor de sus colecciones, con piezas no solo innovadoras, llenas de exploraciones que darán mucho de que hablar para los amantes de los relojes.

Etxenara Mendicoa y Elia Vanessa Moreno

OTRAS NOVEDADES:

LOUIS VUITTON TAMBOUR
TAIKO SPIN TIME

EL CORNER DE HUBLLOT

BIG BANG MECA 10

De las novedades presentadas en la LVMH Watch Week de este año, es el Big Bang Meca 10 una de las más comentadas. De inicio, su tamaño marca la diferencia, con un diámetro de 42 mm, una versión más compacta que su predecesor.

Con un diseño esqueletizado, permite una visión directa de la compleja mecánica del reloj, se trata del HUB1205, un mecanismo de manufactura que presenta un llamativo indicador *Power Reserve*, ubicado a las tres en punto, en una sub

esfera que se dedica a indicar el nivel de energía del movimiento.

Esto último es posible gracias a un sistema de cremallera que no se encuentra en muchos relojes mecánicos y que consiste en "un engranaje lineal que engrana otro circular que se desplaza en línea recta".

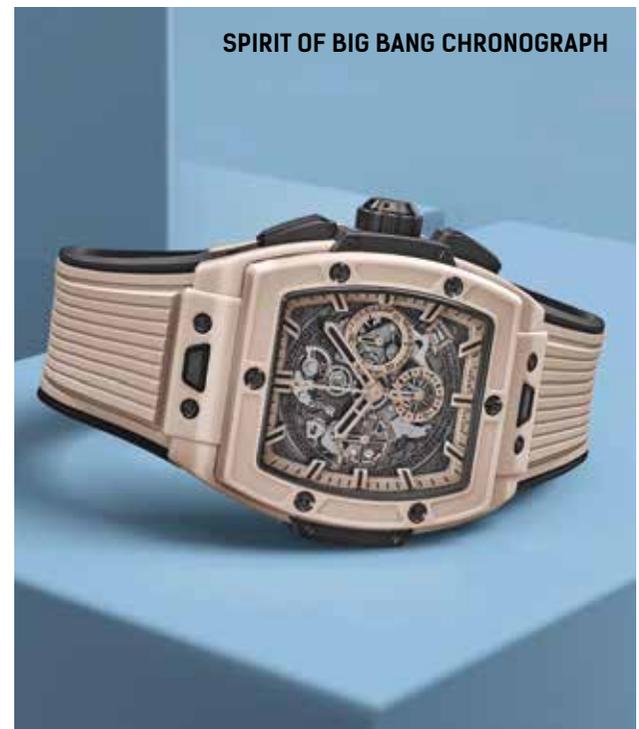
Este reloj tiene tres nuevas versiones: titanio, *King Gold* y Carbono, este último también es una novedad, puesto que es la primera vez que se realiza un reloj de esta colección con este material



OTRAS NOVEDADES:



HUBLLOT BIG BANG TOURBILLON
AUTOMÁTICO *GREEN SAXEM*



SPIRIT OF BIG BANG CHRONOGRAPH

TAG HEUER PISA EL ACELERADOR

Su público está acostumbrado a altas dosis de adrenalina y en la semana LVMH no ha decepcionado.



TAG HEUER FORMULA 1 CHRONOGRAPH

Esta historia comenzó en 1986, cuando este reloj nació para adueñarse de las pistas de automovilismo. Pero el 2025, en el marco del 75º aniversario de este deporte, de nuevo se convierte en cronometrador oficial de la Fórmula 1, así que no podía celebrarse de otra forma. Si otros modelos como el Mónaco y el Carrera están inspirados en la velocidad, este modelo versionado con más intención que nunca se convertirá en una

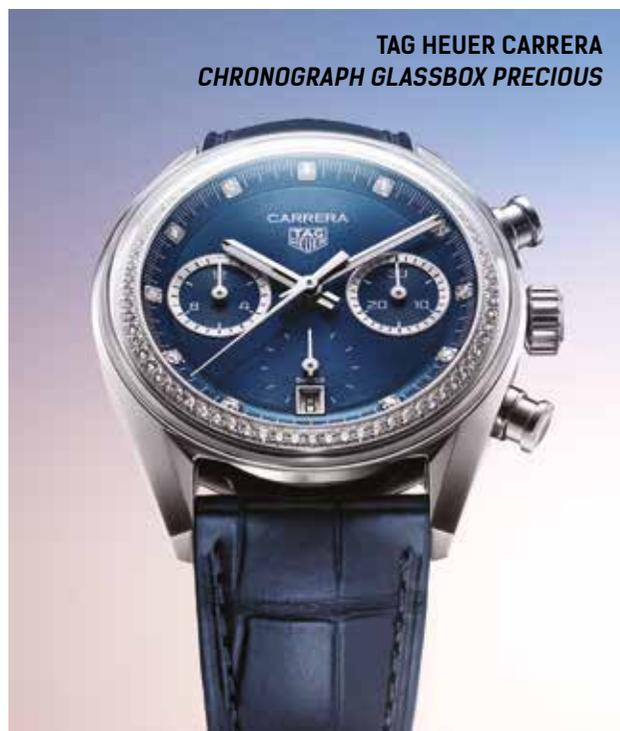
adquisición irresistible para los seguidores de F1, porque está plagado de referencias a través de toda la pieza: los contrastes de colores brillantes en diferentes detalles como lo usan las escuderías, bisel perforado al estilo de un disco de freno, taquímetro

El espíritu podría catalogarse como súper deportivo: esfera de 44 mm en titanio y bisel de DLC, para mantenerse ligero, correa de caucho y taquímetro. Lo hace funcionar el Calibre 16 de manufactura para cronógrafo automático y fecha en ventana.

OTRAS NOVEDADES:



TAG HEUER FORMULA 1 CHRONOGRAPH X ORACLE RED BULL RACING



TAG HEUER CARRERA CHRONOGRAPH GLASSBOX PRECIOUS

LA LUZ DE ZENITH

La marca del legado relojero dentro del grupo LVMH abrió este año con un clásico en versiones atrevidas.

ZENITH DEFY SKYLINE CHRONOGRAPH SKELETON

En cuanto a técnica relojera, uno de los giros más exquisitos que se pueden ver en una pieza es cuando se presen-

ta esqueletada, exhibiendo el ingenio micromecánico en su interior. Así recibimos el 2025 con un Defy *Skyline Chronograph Skeleton* sublimado, en diámetro de 42 mm y mostrando con orgullo su calibre El Primero 3600SK.

Este mecanismo no es solo bálsamo para ojos, sino que tiene una alta precisión de 1/10 de segundo, y late con frecuencia de 5 Hz, cualidades de altísimo valor en maquinaria relojera.



OTRAS NOVEDADES:

ZENITH CHRONOMASTER SPORT RAINBOW



EL AÑO DE LOS SABIOS



El Nuevo Año Lunar chino celebra a la serpiente de madera. El sexto animal del zodiaco oriental representa el crecimiento y la evolución. Para una industria que está en la búsqueda constante de la reinención, el reptil se convierte en el *leitiv motiv* perfecto para crear piezas perfectas

Elia Vanessa Moreno



ARNOLD & SON PERPETUAL MOON "YEAR OF SNAKE"

En honor a la Serpiente de Madera, Arnold & Son ha creado un guardatiempo cautivador. Se trata de una edición limitada inspirada en este animal que está adornada con una serpiente ondulante enredada en la esfera. El reptil está enmarcado en una esfera de cristal de aventurina azul y está grabada a mano en un bloque de oro rosa de 18 quilates. La acompaña una gran luna de nácar blanco, que también ha recibido un tratamiento realista, con sombras recubiertas de SuperLuminova. En el fondo, un indicador de fases lunares secundario permite el ajuste rápido y preciso de complicación.



HUBLOT SPIRIT OF BIG BANG YEAR OF THE SNAKE

La manufactura continúa con su tradición de homenajear a los animales que conforman el calendario chino con una edición especial de su *Spirit of Big Bang*. El reloj se presenta con su distintiva caratula abierta, esta vez habitada por una magnífica serpiente dorada. Recubierta con un plaqué de oro rosa, está enrollada alrededor de los tres contadores del cronógrafo y cuenta con detalles grabados con tecnología laser, que le otorgan un efecto realista en 3D. Su caja está elaborada en cerámica negra en forma de barril, con un bisel de cerámica atornillado que está grabado para revelar un patrón de escamas de serpiente.



LONGINES CONQUEST HERITAGE YEAR OF THE SNAKE

La firma celebra el Año Nuevo Chino con una edición especial de su modelo con indicaciones de las fases lunares. Diseñado por el artista chino Wu Jian'an, está decorado con una serpiente que sostiene un hongo Lingzhi en la boca, con un complejo grabado en el fondo de caja. La esfera es vibrante, adornada con un efecto "rayos de sol" y en su interior está equipado con el exclusivo calibre LONGINES L888.5, que cuenta con una espiral de silicio e innovadores componentes que garantizan una resistencia magnética diez veces mayor que la norma de referencia ISO 764.

DOUBLE BONE

R e d e f i n i n g B o u n d a r i e s

www.doublebone.com



BRAGANZA

— FOREVER —

WWW.JOYERIABRAGANZA.COM

CARACAS: C.C. ALTAMIRA VILLAGE, NIVEL TERRAZA, LOCAL PB-09. ALTAMIRA -VENEZUELA.

TLF.: (+58) 212 4351003 ☎ (+58) 414 0172093

📷 @BRAGANZAJOYAS f BRAGANZA ✕ @BRAGANZAJOYAS

PATEK PHILIPPE CUBITUS

EL NUEVO OBJETO DEL DESEÑO

En una movida inédita, la manufactura suiza presenta un nuevo set de relojes que evoca la elegancia del pasado, pero que se abre paso entre los coleccionistas gracias a su complejo diseño

Elia Moreno

Foto: Cortesía de las marcas



Si hay una marca que se caracteriza por ser una virtuosa de las complicaciones reloje-ras, esa es Patek Philippe. Sus piezas no solo reflejan una estética propia, sino que combinan funciones que marcan pauta y que dan como resultado relojes que han seducido a generaciones de coleccionistas.

Su nueva colección Cubitus –la primera en 25 años–, es un reflejo vivo de esta premisa. Con un diseño que evoca las líneas de sus sets más emblemáticos, como el Aquanaut o el Nautilus, y ofrece una reinterpretación del estilo *sport-élégant*.

La *maison* decidió explorar una geometría inédita. Si bien en ediciones anteriores, se había inspirado en el estilo *Art Déco*, con formas cuadradas, trapecios o cojines, para Cubitus desarrolló una estética totalmente original e innovadora con un bisel de ángulos redondeados.



Este novedoso diseño combina el cuadrado, el círculo y el octógono. Su caja tiene una dimensión de 45 mm. que le confiere una elegancia atemporal. También se distingue por sus dos asas de fijación de un lado y otro de la carrura y por su construcción en dos piezas, con ensamblado desde arriba.

Las esferas solo realzan el carácter de esta colección. Todas están decoradas con un relieve horizontal acuñado, detalle que crea un hermoso efecto de juegos de luz. La misma decoración horizontal, signo distintivo de la colección, se encuentra también en todos los rotores y mini- rotores de los movimientos que equipan los modelos Cubitus, junto con la cruz de Calatrava, emblema de la manufactura ginebrina.

COMBINACIÓN NUNCA ANTES VISTA

Uno de los modelos de esta colección está dotado de una combinación nunca antes vista en la alta relojería, incluyendo funciones como gran fecha, día y fases de la luna instantánea. Esto ha sido posible gracias a un nuevo movimiento, el calibre 240 PS CI JLU de cuerda automática, para el cual se han presentado seis solicitudes de patentes relacionadas, entre otras particularidades, con la gestión de la energía para las diversas indicaciones y sus saltos simultáneos en 18 milisegundos.

Ubicada a las 12 horas, la gran fecha se indica por medio de dos discos dispuestos exactamente sobre el mismo plano. Las indicaciones coaxiales del día y de las fases de la Luna a las 7 h se completan con un segundero pequeño asimétrico a las 4.30 h. Para facilitar la lectura de la hora, la esfera azul sol con relieve horizontal acuñado posee índices aplicados de tipo bastón de oro blanco y agujas de las horas y de los minutos de tipo bastón redondeado de oro blanco, todos ellos con un revestimiento luminiscente blanco.



UN TOQUE VINTAGE

Su versión bicolor combina el oro rosa del bisel y de los eslabones centrales del brazaletes, además combina con el acero de la carrura y de los eslabones laterales.

La caja totalmente novedosa de 45 mm de diámetro se distingue por su geometría inédita de forma cuadrada con ángulos redondeados y su

perfil sumamente fino (8,3 mm), que garantiza un porte de perfecta elegancia en la muñeca. Compuesta de dos piezas y con una corona enroscada, tiene una estanqueidad certificada para todas las actividades acuáticas hasta una profundidad de 30 metros.

La esfera azul sol está decorada con un relieve horizontal acuñado e índices aplicados de tipo bastón; al igual que las agujas de las horas y de los minutos también están elaborados de oro rosa. La ventanilla de la fecha a las 3 horas destaca por su marco de oro rosa.

Este modelo está equipado con el calibre 26-330 S C de cuerda automática, desarrollado a partir del calibre de base 26-330 lanzado en 2019, dotado de un sistema de parada del segundero (que permite poner en hora el reloj al segundo exacto) y de otras innovaciones técnicas aportadas, sobre todo, al sistema de cuerda.

ESTILO SPORT ÉLÉGANT

La última referencia reivindica el estilo *sport élégant* en un modelo con caja y brazaletes de acero.

La esfera, con su relieve horizontal acuñado, es de un elegante color verde oliva y tiene una fina decoración sol. La buena lectura está garantizada por los índices aplicados de tipo bastón y las agujas de las horas y de los minutos de tipo bastón redondeado de oro blanco con revestimiento luminiscente blanco. La ventanilla de la fecha a las 3 horas se ve realizada por un marco de oro blanco.

En el interior de este nuevo modelo late el mismo calibre 26-330 S C de cuerda automática que equipan el Cubitus referencia 5821/1AR-001, con rotor central de oro de 21 quilates con decoración horizontal.



Etzenara Mendicoo

AMOR Y COMPLICACIONES (RELOJERAS)

POR CADA

YIN HAY UN YANG

Coexistir en armonía, media naranja, tal para cual. Hay muchas ideas que nos llevan al principio básico de que una fuerza complementa a la otra, como sucede en el amor.

También sucede en la alta relojería, porque además es un universo donde la precisión técnica y la expresión artística convergen en perfecta armonía.

Así como en el amor, donde dos almas complementarias se encuentran para crear algo mayor que la suma de sus partes, las grandes casas relojeras han sabido interpretar las sutilezas de la masculinidad y la feminidad en sus creaciones, traduciendo estas energías en obras maestras mecánicas que hablan diferentes lenguajes estéticos pero comparten un mismo corazón de excelencia.

En esta selección especial para el "Día de los enamorados", hemos elegido parejas de relojes que demuestran esta dua-

lidad perfecta. Por un lado, las versiones masculinas abrazan valores como la robustez técnica, la presencia arquitectónica y la complejidad mecánica visible, materializados en cajas de mayor dimensión, acabados industriales refinados y una expresión más deportiva o formal según el caso.

Sus contrapartes femeninas, no tienen nada que ver con aquel viejo mito de hacer versiones reducidas de los modelos pensados para hombres. Al contrario, hoy llevan mucho estudio. Son interpretaciones que celebran la delicadeza, el movimiento fluido y la integración de elementos joyeros, donde la creación tiene los acabados especiales, los materiales preciosos y las proporciones justas.

La pregunta flota en el aire en las próximas páginas, sin ser una pareja perfecta, ¿están hechos el uno para el otro?



AUDEMARS PIGUET ROYAL OAK OFFSHORE AUTOMÁTICO

Este titán mide 42mm, así que la masculinidad se puede percibir a distancia. Es una evolución más atrevida del icónico Royal Oak. Su caja octagonal de acero inoxidable, con los emblemáticos tornillos hexagonales, alberga el calibre automático 4308 de manufactura propia, con 60 horas de reserva de marcha y visible a través del fondo transparente. El distintivo patrón *Mega Tapisserie* del dial añade profundidad tridimensional, mientras que la corona de rosca garantiza 100 metros de resistencia al agua. Los guardacorona un poco más exagerados y el bisel musculoso reafirman su espíritu deportivo, ideal para el hombre contemporáneo que busca presencia sin sacrificar la herencia relojera.

AUDEMARS PIGUET ROYAL OAK MINI FROST

Esta evocación femenina de 34mm captura la esencia del Royal Oak con un giro de alta joyería. La técnica *Frosted Gold*, el efecto "nevado", fue desarrollada en colaboración con la orfebre Carolina Bucci. El objetivo cumplido fue crear un efecto diamantado en el oro que danza con la luz, pero sin perder las líneas arquitectónicas sagradas para reconocer un Royal Oak. Tiene calibre automático 5800 y luce el reconocible patrón "*Petite Tapisserie*" en el dial. Un detalle exquisito es que el brazalete está integrado con acabado *frost*, para que la mujer que lo porte despierta juegos de luces en cada movimiento.





CARTIER PRIVÉ

Este modelo representa el refinamiento de la casa Cartier, por sus líneas *art déco* y su caja rectangular que evoca las históricas líneas del Tank. El Privé es el verbo de la *maison* para la elegancia masculina atemporal. El calibre de manufactura 430 MC, ultraplano y de carga manual, ejemplifica la excelencia mecánica, mientras que los característicos números romanos y agujas azuladas mantienen el inconfundible código estético de Cartier. Tiene perfil delgado y proporcionado para acompañar fluidamente trajes formales, y es una opción perfecta para caballeros de lujo discreto.

CARTIER PANTHÈRE

Este reloj es un imprescindible de la elegancia femenina desde 1983, es un capítulo importantísimo del *savoir faire* de Cartier haciendo relojes joya. Su brazalete es flexible y tiene eslabones tipo *brick*, pulidos a la perfección, por eso se adapta a la anatomía como una segunda piel. La caja es cuadrada, engastada con 45 diamantes de talla *baguette*, lo que aporta un toque elegante al aspecto deportivo de este reloj. Como es de esperarse en la marca, tiene zafiros de corte *cabujón* en la corona. Acompañante perfecto para una mujer que disfruta el lujo discreto, pero que al mismo tiempo valora un toque de audacia.





CHOPARD HAPPY HEARTS

Infaltable en una lista de relojería y amor: este reloj es un recordatorio del juego de las emociones con cinco corazones de oro rosa que bailan libremente sobre el dial de nácar. El resultado es un espectáculo hipnótico dentro del marco de una caja de 30mm en oro rosa 18K, delicadamente dimensionada. Los diamantes móviles, bandera de la colección *Happy Diamonds*, añaden un destello de espontaneidad a un diseño que celebra, en la misma función, la alegría y el romance.

CHOPARD L.U.C XPS FOREST GREEN

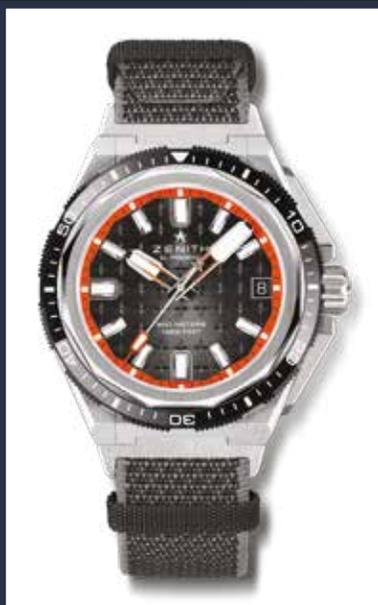
Ingenio y sofisticación. Uno de los homenajes más interesantes al fundador Louis-Ulysse Chopard. Está construido en una caja de 40mm en oro rosa y aloja el calibre ultraplano L.U.C 96.01-L con certificación COSC y sello de Ginebra, testimonio de la excelencia técnica de la manufactura. El dial verde bosque con acabado guilloché evoca la naturaleza del Valle de Jura suizo, mientras que el micro-rotor en oro optimiza la eficiencia del automático. La reserva de marcha de 65 horas y el acabado artesanal de cada componente están pensados para conocedores muy exigentes.



BENOIT DE CLERCK, CEO DE ZENITH CREADO CON IDENTIDAD

Etxenara Mendicoo

Después de una larga carrera en marcas de la competencia, se ha estrenado apenas el año pasado en el cargo máximo de la manufactura, protegiendo los archivos de mecanismos ultra poderosos en el grupo LVMH. Así explica cómo sus activos históricos generan piezas de las que no paran de hablar.



-ON TIME- -SOLO POR DIVERSIÓN, IMAGINEMOS QUE TOMAR EL LIDERAZGO DE ZENITH ES COMO HEREDAR TRES MALETAS, TRES BOLSOS QUE CONTIENEN HABILIDADES Y ACTIVOS QUE ASEGURARÁN EL ÉXITO DE LA MARCA ¿QUÉ ENCUENTRAS EN CADA UNO DE ESTOS EQUIPAJES IMAGINARIOS?

-BC: Creo que lo que puedo leer en Zenith es definitivamente la herencia. Es una herencia muy fuerte, con lo que podemos ver que la marca tiene mucha historia. Eso es el número uno. El número dos es que, como consecuencia, también tiene mucha autenticidad. Es auténtico.

¿Por qué? Porque llevamos 160 años en el mismo fabricante. Ese es un hito muy importante. Y ahí tienes mucha autenticidad, el *marketing*, las his-

torias están ahí. No necesitamos crear algo muy nuevo, porque está todo ahí.

Tenemos mucha autenticidad dentro de la marca, y este también es un activo muy importante. Así, la historia, la autenticidad y el *savoir faire* son activos. Tenemos un *savoir faire* muy fuerte, porque Zenith ha creado El Primero.

El Primero fue el primer movimiento de cronógrafo con cierto corazón, con una velocidad muy alta, y con 110 hz. Entonces en términos de motor o movimiento, es uno de los mejores y el primer programa que existió. Entonces, todo esto encarnado en conjunto la convierte en una marca muy fuerte y con gran autenticidad.

En resumen, diría que son autenticidad, *savoir faire* y herencia.

-OT: PARECE QUE LA MARCA SE ESTÁ CENTRANDO EN SUS ARCHIVOS HISTÓRICOS Y LA TENDENCIA VINTAGE ES PERFECTA PARA UNA NARRATIVA HISTÓRICA, ¿PUEDES HABLARNOS DEL DEFY REVIVAL A3648 QUE PRESENTARON EL AÑO PASADO?

-BC: Absolutamente. Es exactamente lo que te dije antes, la autenticidad. Lo que mostramos con esta pieza, es lo que se pensó y se creó en 1969, hace 55 años; ese reloj fue creado con identidad. En 1969 era resistente al agua hasta 600 metros. Se llamaba "el seguro". Era un reloj muy robusto.

A partir de ahí, tomamos esa historia, tomamos ese pedigrí de la marca y lo trajimos hasta hoy. Lo hicimos de nuevo, pero de una manera mucho mejor y con mucho más rendimiento. Por ejemplo, el bisel giratorio gira en una dirección, lo que

es menos. Además, es una regla que el reloj es resistente al agua hasta 600 metros. Hoy en día, probamos todos nuestros relojes a 750 metros, no a 600, para asegurarnos de que garantizamos la calidad de nuestros relojes.

Y esto es muy importante para Zenith, la calidad que le damos al cliente, la seguridad que le damos para que comparen y obtengan algo de buena calidad.

Una pequeña anécdota sobre los 600 metros: verán en la esfera del buzo 1969 pies, porque 600 metros equivalen a 1969 pies. Y es un poco como un calendario o un poco anecdótico, para decir: "¡Hey! Esto se fabricó y produjo hace 55 años". Esa es exactamente la razón por la que me gusta ese reloj, es lo auténtico.

-OT: COMO PARTE DE UN GRUPO DE LUJO COMO LVMH, QUE SE PUEDE COMPARAR CON UNA FAMILIA, ¿CUÁL SERÍA EL LUGAR DE ZENITH? EL PAPEL Y LA PERSONALIDAD.

-BC: Zenith, dentro de la división de relojes, tiene una imagen que es definitivamente la experiencia.

La marca es conocida por su movimiento. Esto es muy fuerte, porque los movimientos han continuado ahí. El lugar que ocupará esa marca en la familia es, definitivamente, la experiencia y los movimientos.

Por supuesto, con esa experiencia, logramos tener un diseño fantástico como el Chronograph, como el Defy, como el Revival, para asegurarnos de complementar y utilizar esos movimientos. Pero las raíces de Zenith vienen de la historia, y la historia es parte del pedigrí y el ADN de los amigos con los que comparte el grupo.

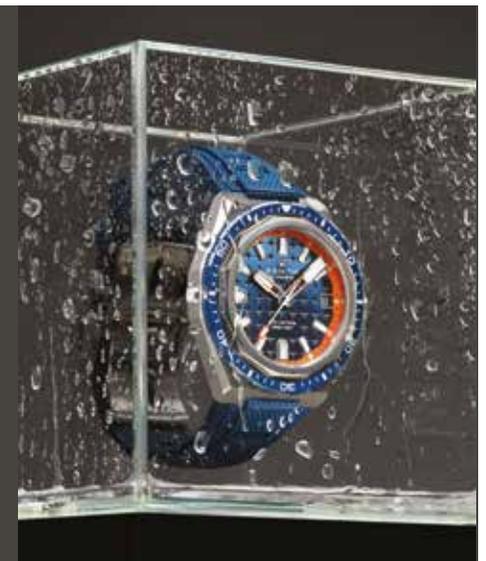


DEFY REVIVAL A3648

Este es el *diver* que presentaron en la última feria y que reavivó la fama de experto que cualquier conocedor tiene de Zenith. En 1969 había conseguido una estanqueidad de 60 ATM en un modelo notablemente compacto.

Es una tentación muy grande para los coleccionistas: en esta versión está en acero con esfera, agujas y taquímetro de bisel en negro y naranja.

El movimiento que alberga es el Calibre Élite, automático, de manufactura Zenith y creado hace más de 25 años. Tiene reserva de marcha de 50 horas.



MICRO MODA

Cortos y en distintos cortes. Para la playa o la ciudad. Se ajustan a cualquier ocasión. Tanto en *looks* de pasarela como de *street style*, los *shorts* conquistan gustos y piernas sexys. La tendencia de dejar la piel al descubierto a través de piezas minúsculas o XXS se impone como una atrevida tendencia de temporada, misma que se eleva con la colocación de joyas brillantes, como las que tiene Braganza. Toda una fusión de completa sensualidad en cada combinación.

@braganzajoyas

Cecilia Avilés



Pendientes Crieri

1

LOOK ELEGANTE MAX MARA



Collar Pierduca



Brazaletes Pierduca



Anillo Braganza Jewels

2

LOOK CLÁSICO VERSACE



Brazaletes Braganza Jewels



Zarcillos Braganza Jewels



Pendientes Braganza Jewels

3

LOOK TRENDY FENDI



Anillo Adolfo Courrier



Dije-Cadena Braganza Jewels

BRAGANZA
— FOREVER —

PrintON[®]
powered by
bluecom



IMPRIME

hasta el cansancio

www.printon.la  [printonlat](https://www.facebook.com/printonlat)  [@printonlat](https://www.instagram.com/printonlat)

AFTER OFFICE

ELEGANCIA EN TODO MOMENTO

Por: Elia Vanessa Moreno

Una junta importante, puede terminar con cócteles al fin del día; la rutina de la oficina siempre puede terminar con una celebración. Después de una larga jornada de trabajo, siempre debe prevalecer la comodidad, sin perder el estilo que se ha mantenido durante todas estas horas. La versatilidad de las prendas será la clave para conseguir un estilismo que no desentone dentro ni fuera de la oficina. En este artículo, te ofrecemos una selección de piezas que harán tu atuendo después del trabajo perfecto para hacer levantar miradas.



SELECCIÓN VESTIER:

1. JEAN LORO PIANA
2. CAMISA KARL LAGERFELD
3. CAMISA CUELLO ALTO MAISON MARGIELA
4. CHAQUETA DE CUERO TOM FORD
5. BOTAS BRUNELLO CUCINELLI
6. LENTES BOTEGA VENETTA
7. RELOJ NORQAIN INDEPENDENCE SKELETON 42 MM
8. ANILLO SKULL ALEXANDER MCQUEEN
9. PERFUME EAU DES SENS DE DIPTYQUE PARÍS

LOOK: *ERMENEGILDO ZEGNA*

Un buen *after office* siempre comienza con el trago adecuado. Una reunión de negocios puede terminar con un cóctel perfecto para celebrar, y que mejor opción que uno de los cócteles más conocidos del mundo de la mixología.

Hablamos del Manhattan, uno de esos tragos de alto *standing* consumidos por las personalidades más sibaritas.

Detrás del origen de su creación, existen historias variadas y muy interesantes, llenas de anécdotas para contar.

Según la historia oficial, este cóctel fue creado en el club Manhattan en 1874, donde Jenny Jerome, que más tarde sería la madre de Winston Churchill, encargó al *barman* un trago especial para una celebración en la que se homenajeaba al amigo de su padre Samuel J. Tilden.

Se dice que, a mediados del siglo XX, el coronel Joe Walker, dueño del club *Crescent Hall Saloon* fue el inventor original del Manhattan. Esto ocurrió durante un viaje; se acabaron los licores y la ingeniosa solución del coronel fue mezclar whisky y vermú.

Su popularidad llegó a tal punto que, en la película *"Con faldas y a lo loco"*, una bellísima Marilyn Monroe improvisaba en secreto un cóctel Manhattan en bolsas de agua caliente.

La preparación a variado a lo largo de la historia, pero sigue siendo muy sencilla. De acuerdo con la IBA (Asociación Internacional de Bartenders, por sus siglas en inglés), la auténtica receta es la siguiente:

- 55 ml de Whisky
- 25 ml de Vermú dulce
- Un toque de angostura
- Una guinda de marrasquino para adornar

Midiendo con el *jigger*, agregue el whisky y el vermú dulce, junto con la angostura, en el vaso mezclador. Llene el vaso mezclador con hielo y revuelva. Con el colador, cuela el líquido en la copa *cupé*. Con el cuchillo, corta una rodaja de piel de naranja y para finalizar, ponemos una guinda de marrasquino.



CÓCTEL MANHATTAN

UN CLÁSICO DE LA ELEGANCIA

Este trago tiene una increíble historia detrás. Con un legado que une a Winston Churchill y a Marilyn Monroe en una misma copa, se convierte en una excelente forma de disfrutar y crear recuerdos inolvidables.

Redacción On Time



ESPÍRITU

MOCHA MOUSSE

Mocha Mousse es el color del año 2025,
elección cromática de Pantone



Adora los momentos de pausa y de placer, sobre todo esos instantes que endulzan su vida cotidiana y la hacen realmente feliz. Una taza de café caliente al despertar, un bombón de chocolate tentador a media tarde o, mejor aún, un postre cremoso y suave, que combinen sus dos grandes predilecciones, la invitan siempre a deleitarse experimentando sensaciones agradables. Su espíritu, su personalidad y su naturaleza irresistible, guarda relación indudablemente con lo que elige mostrar al mundo, con los aromas que selecciona y con las piezas de moda que representan su estilo libre y relajado

Cecilia Avilés



Concepto creativo y preproducción: Jennifer Albornoz Figueras @jenn_albornoz
 Producción: The Grow Office@thegrowoffice /Judith Padrón @judith.padron.
 Fotografía: Rafael Franceschi @franceschiraf.
 Modelo: Meily Wu @meilywu



RÊVERIE

GASTRONOMÍA CON SABOR A MAR CARIBE

Cecilia Avilés

Fotografía: Samuel Kaufman

El restaurante a cargo del chef Juan Hernández ofrece una propuesta relajada que brinda protagonismo a los pescados, servidos crudos o a la brasa



Fresco y natural. Del mar al plato. Crudo o cocido. A la brasa o frito con tempura. Jamás congelado, ni empaquetado como comúnmente vienen los pescados. La gran diferenciación de Rêverie, es precisamente esa, la frescura del producto que encabeza su menú. "En nuestro restaurante nos esforzamos por utilizar pescados de primera línea, aprovechándonos de la variedad de opciones que nos ofrece el mar Caribe. Casi todos los días llegan carnes del mar al restaurante", dice Juan Hernández, chef a cargo del establecimiento gastronómico.

Los pescados de Rêverie son tratados de la mejor forma posible, y madurados en algunos casos, de acuerdo a la preparación. "En cada plato, presentamos un producto de alto nivel, nos enfocamos en servirlo y darle todo el protagonismo".

De acuerdo con Hernández, el platillo más demandado en Rêverie es el crudo de pargo, un pescado con oro, el cual se presenta con una mayonesa de albahaca preparada en casa, y un *crumble* de especias añadido. En boca, el chef indica que es una preparación un poco crujiente y un poco picante, repleta de sabores adicionales que provienen del limo mandarino y el aceite de verbena.

HECHO EN CASA

En Rêverie todo se hace en casa, inclusive el pan. Juan Hernández tiene años trabajando con masa madre, por lo que no dudó incluir opciones de pan en el menú de su espacio gastronómico. La mantequilla también es un producto realizado de manera artesanal en el restaurante. "La hacemos con erizo traído de Margarita, éste es un producto bien especial que distingue nuestra propuesta".

Además de los productos particulares con los que cuenta Rêverie, indica que todo pasa por las brasas, tanto vegetales como el resto de los contornos. Si bien son los pescados, los grandes destacados del menú. "Tenemos pollo a la brasa, costillas de cerdo y más, procurando así ofrecer alternativas diversas a la hora de comer".



Aunque Rêverie brinda un menú fijo prácticamente, cuando llega un ingrediente nuevo "intentamos utilizarlo al máximo en nuestros platillos. Por ejemplo, si es temporada de mango, es fijo que vamos a usarlo en algún postre o preparación principal, igual si es temporada de aguacate catalina o camacuto".

CHEF A LA CARTA

Nada mejor que escuchar las recomendaciones del chef de Rêverie. "A todos los comensales aconsejo comenzar con un crudo, ya sea el medregal acevichado, el crudo de pargo o la albacora. Son las tres opciones de pescado para comenzar".

De principal, Hernández enfatiza en un arroz para compartir, cocido a la brasa, servido con pulpo a la brasa o calamares. O también, con mero o espárragos. Tras los platillos principales, viene los postres en Rêverie. ¿Cuáles recomienda el chef?

"Los comensales deben probar la guayaba, que es un casco de esta fruta tan nuestra. La preparamos en almibar y la servimos con nata montada y con una granita de lulo. El lulo, creo yo, con ese sabor ácido tan espectacular, le da el toque a esta dulce preparación".

Sin embargo, muchos otros postres destacan en la propuesta como la tarta de queso azul, el quesillo y la tarta de chocolate. Estos tres últimos son los favoritos de Hernández.

EL LEMA DE LA COCINA

Hernández aprendió a cocinar en Francia y ha recorrido el mundo como chef. Influenciado por grandes cocinas dentro y fuera del país, a sus 33 años y con casi 20 años cocinando lo tiene claro. "Respetar el producto o ingrediente principal, preparar platillos aparentemente sencillos, pero con técnicas bien aplicadas, es el lema de su cocina, así como utilizar producto local". Por eso, trata de transmitir a través de sus preparaciones la poca manipulación de los alimentos, así como la poca inclusión de salsas y condimentos para que el producto brille por sí solo.

El chef invita a quienes deseen probar algo diferente, basándose en sus ideales gastronómicos, conocer la propuesta de Rêverie, probar un pescado bien tratado y bien servido. De la misma manera, recomienda aventurarse a conocer la carta de cocteles del restaurante.

El negroni *chinatown*, una versión Rêverie del Negroni, infusionado con hojas de limón chino deshidratadas empacado al vacío, calentado en *Sous vide* por tres horas y luego enfriado para servir, es solo uno de los diversos cocteles ofertados en el restaurante.

ESPACIO ORIGINAL Y CON ENCANTO

La Quinta 43 es la casa Rêverie, espacio que, en su momento fue ganador del Premio Nacional de Arquitectura. "La arquitectura, los techos que tiene, el piso original. La casa cuenta con un diseño moderno para la época en la que fue construida. También tienen una decoración increíble".

En lo que respecta a la decoración, es bastante sencilla. "Realmente la intención es que la casa hable por sí sola. Queremos que los comensales se centren en nuestra comida, así como en el espacio único donde se prepara".

Coordenadas:

Dirección: Los Palos Grandes.

Instagram: @reverie.rest.



AMAN VENICE:

UN PALACIO AL SERVICIO DEL ROMANCE

La Reina del Adriático se asienta en su trono de agua para dejarnos deslumbrados con su majestuosa belleza y, como escenario, un bello castillo para una historia de amor

Elia Vanessa Moreno

Si hay una ciudad que grita romance es Venecia: la cuna del seductor Casanova, cuyas aventuras amorosas tuvieron como escenario a "la ciudad de los canales".

La localidad ubicada al noreste de Italia es sinónimo de pasión y fantasía. Su irresistible encanto se esparce en 118 islotes que conectan con más de 400 puentes, por los que transitan las tradicionales góndolas y *vaporettos*, los medios de transporte ideales para apreciar la belleza de la arquitectura bizantina, gótica, renacentista y barroca.

En medio de ese majestuoso escenario, se encuentra Aman Venice. El lujoso hotel está ubicado en el Palazzo *Papadopoli*, uno de los ocho palacios monumentales de la ciudad en el Gran Canal.

Está decorado con obras de arte al estilo rococó que reflejan toda la sensualidad del lugar. Los visitantes podrán acceder a jardines privados, poco comunes en la ciudad, además de opulentos comedores y espaciosas suites.





CALIDEZ Y SOFISTICACIÓN

Adornadas con obras de arte de varios de los artistas más importantes de Italia, las habitaciones, las *signature rooms* y las *suites* del Aman Venice están decoradas con muebles contemporáneos que son el complemento perfecto para los revestimientos de pared de seda auténtica, las lámparas de araña, los paneles de madera, los techos chinos y pintados, y muchas habitaciones ofrecen vistas al Gran Canal.

La *Suite Grand Canal* cautiva con sus vistas y su abundante luz, mientras que la *suite Alcova Tiepolo* es un excelente ejemplo del esplendor rococó del siglo XVIII, decorada con murales teatrales y techos dorados.

Por otro lado, las habitaciones *Signature* ofrecen una experiencia glamorosa, digna de los grandes palacios de Venecia. Con techos de hasta cinco metros de altura, cada una de ellas encarna su propio carácter único, desde los paneles de madera y la chimenea original del siglo XVI del Sansovino hasta los techos con frescos del Papadopoli. Las habitaciones son ideales para los huéspedes que buscan una estancia impregnada de historia.

UNA EXPERIENCIA SINIGUAL

El Aman Venice tiene una posición privilegiada junto al canal de San Polo, por lo que le permitirá a quien lo visite, disfrutar de contemplar de las glorias históricas de la ciudad.

En cada momento del viaje, se descubre obras de arte de valor incalculable. Breves trayectos en góndolas, permitirán crear recuerdos memorables; además, los expertos del hotel revelan, en el recorrido, secretos de la urbe: desde visitas personalizadas acompañados por un chef al mercado de Rialto hasta representaciones de ópera desde un palco privado en el teatro La Fenice.

Al final de la tarde, una visita a los canales más pequeños es obligatoria, junto a la oportunidad de tomar un aperitivo con una selección de deliciosos *cicchetti* venecianos -la versión de la tapa en Véneto- y disfrutar de las vistas de los pescadores mientras recogen sus redes y el sol comienza a ponerse en la lejanía, tras las islas.

Coordenadas:

Site: <https://www.aman.com/es/hotels/aman-venice>

Instagram: @aman_venice

CON SABOR A HOGAR

La gastronomía del Aman Venice se caracteriza por ser auténtica y acogedora. Los espacios ofrecen la posibilidad de cenar en las salas ocultas del *palazzo* o, en los meses más cálidos, disfrutar de una espléndida comida en el jardín junto al canal.

Para un extra de sabor y relajación, se puede combinar un apacible *brunch* italiano con una placentera experiencia de *spa*. El *brunch* está compuesto por un lujoso festín de delicias italianas clásicas y se sirve en el magnífico comedor de Arva con vistas al impresionante jardín del palacio.

Su punto fuerte es un espacio gastronómico único, *The Kitchen Table*, un espacio gastronómico único que puede incluir paseos por el mercado con el chef, cenas privadas, y clases de cocina.

Viaja Seguro con Universitas: Para tener seguridad y tranquilidad en tu viaje, Seguros Universitas te ofrece la póliza Viaje Plus. El producto ofrece asistencia en viajes internacionales, por una suma asegurada de multiviajes de hasta 100.000 dólares. y una suma asegurada eventual de hasta 50.000 dólares.

Viaje plus cubre- entre otras cosas- compensación por la pérdida del equipaje, gastos médicos durante el viaje o asistencia jurídica legal.



1

DAORO TRAE LA MAGIA DE LA HABANA A CARACAS



Redacción On Time

Con el Ávila caraqueño de fondo, Joyería Daoro mostró la más reciente colección de Cuervo y Sobrino. Se trata de *Sans Souci*, una serie de relojes que evocan el *glamour* de la Cuba de los años 50. En la sede del restaurante Edén, los invitados pudieron disfrutar de un particular desayuno y, vivir de primera mano, la experiencia de observar las características de estos guardatiempos.

El evento contó con la asistencia del director general de la joyería, Jack Sheero, acompañado de personalidades como el periodista Pedro Penzini López y miembros de la sociedad caraqueña.

Los relojes presentados por Daoro están inspirados en el icónico club nocturno *Sans Souci*, famoso por atraer turistas que deseaban experimentar la magia de las noches habaneras.

De esta manera, en un ambiente de lujo y diversión, Cuervo y Sobrinos ha decidido a conquistar a los coleccionistas del país con un reloj que rebosa de encanto y nostalgia.

1 El periodista Pedro Penzini López y el director general de Daoro, Jack Sheero / 2 Pedro Penzini López / 3 Yamilex Mendoza / 4 Dahir Ral / 5 Claudia Suarez, Patricia Carreño, Daniela Celis y Maydeliana Diaz



2



3



4



5

LAS FAVORITAS DE LA TEMPORADA DE

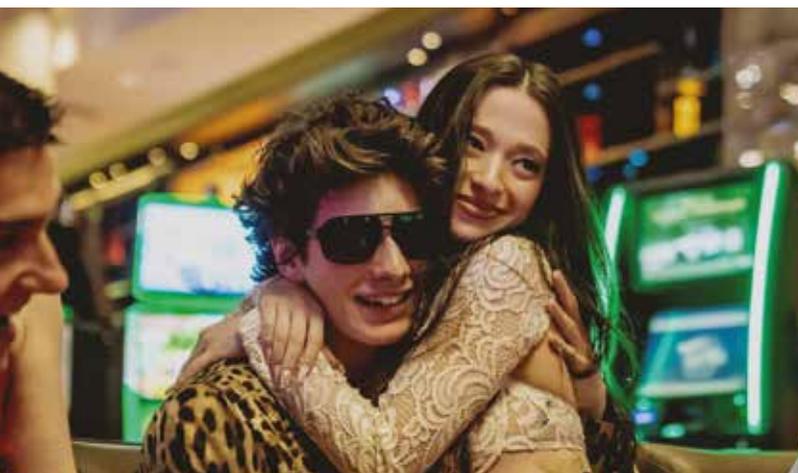
Ángel Leonardo Peña

PREMIOS

DUNE PARTE II

Continuando la saga épica de la primera entrega, la película narra las consecuencias de la muerte del padre de Paul Atreides y la caída de su familia en el impenitente planeta Arrakis, y su voluntad y astucia para convertirse en un mesías para los oprimidos del planeta contra los deseos sádicos de su eterno enemigo, los Harkonnen. *Dune* se expande con respecto a su primera película no solo en lo que está en juego y el peso de la narrativa, sino también en el esplendor visual y el sentido de la épica. *Dune Parte II* nos cuenta verdades incómodas sobre la naturaleza del poder y la resistencia, el atractivo de los líderes y nuestra complicidad en la lealtad ciega.

Dónde ver: HBO Max



ANORA

La última película del gran Sean Baker, responsable de maravillas hiperrealistas como *The Florida Project* y *Red Rocket*, lo ha vuelto a hacer. La película trata de Anora, una *stripper* de Nueva York que parece haber ganado el premio gordo cuando el hijo de un oligarca ruso le propone matrimonio. Increíblemente divertida y a veces brutalmente triste, *Anora* aborda la idea del sueño americano de una manera sombría. Es una película cuyo exterior áspero y extravagante esconde una ternura y una comprensión real de la supervivencia en nuestros tiempos económicos modernos.

Dónde ver: Apple TV



SEVERANCE

Severance sigue siendo uno de los programas más atractivos y cerebrales de la memoria moderna. El programa trata sobre una misteriosa empresa que ha creado un procedimiento mediante el cual sus trabajadores pueden mantener identidades y recuerdos separados, uno reservado para el trabajo y el otro para la vida fuera del trabajo. Divertido, atractivo y muy social, *Severance* ofrece una mirada satírica a las condiciones de trabajo modernas y nos muestra lo absurdo de todo ello. Con una nueva segunda temporada, este programa está destinado a captar la atención de todos.

Dónde ver: Apple TV



SHOGUN

Basada en el libro de James Clavell, la novela trata sobre un momento en Japón que reunió a todos los elementos del poder para crear el imperio que llegaríamos a conocer. Una historia de engaño, poder, honor (o la falta de él). *Shogun* trata de elementos universalmente familiares que se han convertido en elementos básicos de la televisión moderna. *Shogun* se convirtió en uno de los programas de televisión más aclamados del año pasado, ganando decenas de premios. Si disfrutaste del drama de la corte de *Game of Thrones* y siempre te fascinó la cultura japonesa, este es el programa para ti.

Dónde ver: Disney plus

B BRAGANZA

Av. Luis Roche con Av. José Beracasa,
Altamira, Centro Comercial Turístico
Altamira Village, Nivel Terraza,
Local PB-09, Caracas.
www.joyeriabraganza.com
IG: @braganzajoyas

E EBERHARD

Av. Luis Roche con Av. José Beracasa,
Altamira, Centro Comercial Turístico
Altamira Village, Nivel Terraza,
Local PB-09, Caracas.
www.joyeriabraganza.com
IG: @braganzajoyas

H HOTEL IKIN MARGARITA SPA

Calle El Melonal, Playa Cardón,
Isla de Margarita, Venezuela
Tlf.: (0295) 500 IKIN (4546)
www.ikinmargarita.com.ve
@ikinmargarita_hotelspa

J JOYERÍA DAORO

Centro San Ignacio, Nivel Jardín,
Local J-41 / J-43, La Castellana, Caracas.
Tlf.: (0212) 263.9371
www.daoro.com
IG: @daorojewelry

JOYERIA DAORO

19501 Biscayne Blv., Aventura Mall
Aventura, FL 33180 USA
www.daoro.com
IG: @daorojewelry

N NORGAIN

Av. Luis Roche con Av. José Beracasa,
Altamira, Centro Comercial Turístico
Altamira Village, Nivel Terraza,
Local PB-09, Caracas.
www.joyeriabraganza.com
IG: @braganzajoyas

P PRINTON

www.printon.la / IG: @printonlat

R RAYMOND WEIL

Av. Luis Roche con Av. José Beracasa,
Altamira, Centro Comercial Turístico
Altamira Village, Nivel Terraza,
Local PB-09, Caracas.
www.joyeriabraganza.com
IG: @braganzajoyas

RETRAINING

Av. Principal de Las Mercedes con calle
Mucuchíes, C.C La Mansión Penthouse,
Las Mercedes, Caracas.
Tlf.: (0212) 993.4584
www.retraining.com.ve
mail: info@retraining.com.ve
IG: @retrainingstudiocaracas

¿QUIÉN DIJO QUE TOCAR
NO ES ENTRAR?

**TOCA Y
ENTRA****ONTIME****AHORA EN
FORMATO
DIGITAL**

PARA QUE DISFRUTES
DEL MUNDO DE LA
ALTA RELOJERÍA
DESDE OTRO PUNTO DE VISTA

**¡MÁS CÓMODO Y PRÁCTICO!****S SEGUROS UNIVERSITAS**

Av. Tamanaco, Centro Empresarial
El Rosal, El Rosal, Caracas.
Tlf.: (0212) 655.5100
www.segurosuniversitas.com
IG: @segurosuniversitas

U ULYSSE NARDIN

Centro San Ignacio, Nivel Jardín,
Local J-41 / J-43, La Castellana, Caracas.
Tlf.: (0212) 263.9371
www.daoro.com
IG: @daorojewelry

T TOLON FASHION MALL

Av. Principal de las Mercedes,
entre Av. Copérnico y Av. New York,
Las Mercedes Caracas.
Tlf.: (0212) 300.8863
www.cctolon.com IG: @tolon_FM
Twitter: @tolon_FM FB: tolonoficial

SUSCRÍBASE

Al mundo de la alta relojería y el lujo de On Time

Y reciba en la comodidad de su hogar u oficina las 4 ediciones del año de OT

%

DESCUENTO ESPECIAL

• (1) año: (-10%) REF US\$ 9 c/ejemplar

@

REGÍSTRESE

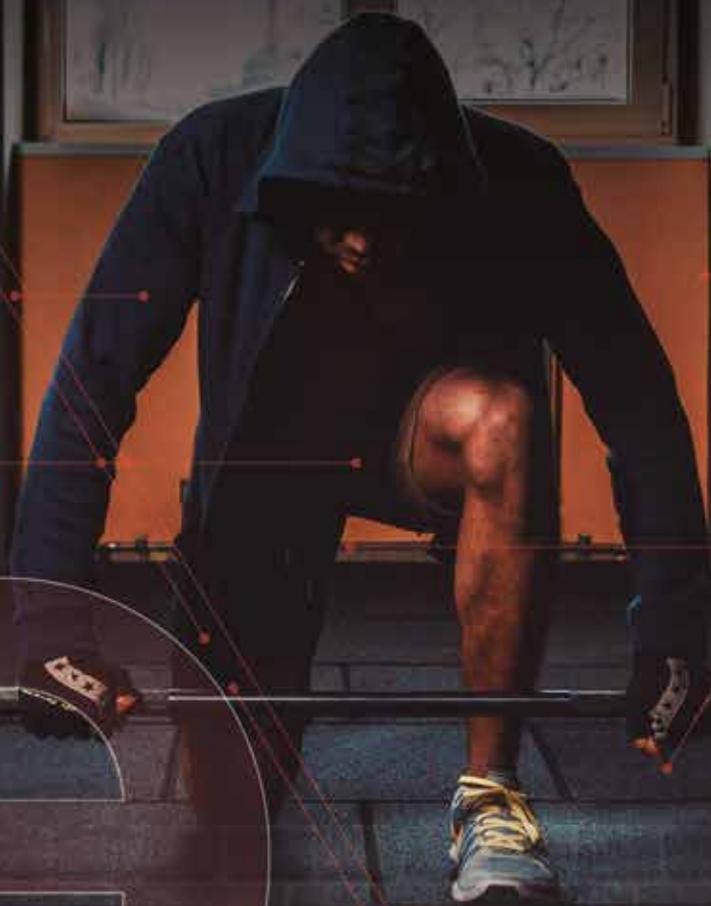
* Estos costos incluyen los gastos de envío en la Gran Caracas
y el interior del país. Promoción autorizada por la SUNDDE.
Válida del 01 de marzo de 2025 al 01 de mayo de 2025.
Esta promoción consta de 1.000 ejemplares PVP: REF US\$ 10,00
Para información sobre suscripción comunicarse a través de los números
0212-951.24.78 / 952.18.66 / 953.39.15 o a través del correo electrónico
mercadeo@grupontime.com

¡COLECCIONALAS!



retraining

J-29927910-2



@RETRAININGSTUDIOCARACAS

AV. PPAL. DE LAS MERCEDES, CC LA MANSION, NIVEL 3.
TELÉFONO: (212) 993.4584 • WWW.RETRAINING.COM.VE

ULYSSE NARDIN

1-30547304-8



DIVER

DIVER [X SKELETON OPS]

DAORO

CENTRO SAN IGNACIO • NIVEL JARDÍN • LOCAL J 41/J 43
LA CASTELLANA • TELFS: 263.9371 / 267.4161
www.daoro.com