

# LA HUELLA *de un* APELLIDO



Rocío Osborne lleva abrigo en 'cashmere' color piedra de Max Mara, vestido de punto de canalé de Sézane y salones de ante con volante de Martinelli. Sheila Loewe, con blusón vaquero, pantalones en crepé, salones y pendientes largos, todo de Loewe.



ROCÍO OSBORNE, SHEILA LOEWE, ROCÍO PERALTA Y ROCÍO CRUSSET HABLAN DE CÓMO HAN INFLUIDO EN SUS CARRERAS PROFESIONALES SUS ORÍGENES Y EL LEGADO FAMILIAR.

POR PALOMA LEYRA. FOTOS: XIMENA Y SERGIO. REALIZACIÓN: SYLVIA MONTOLIÚ

Rocío Peralta lleva traje de pantalón fluido y torera tipo esmoquin de Max Mara, top de encaje negro de Guess by Marciano, sandalias de seda y 'strass' de Aquazurra, brazalete de Zara y pendientes de oro de Crusset. Rocío Crusset, con maxivestido palabra de honor en seda de Duarte by Crusset y gargantilla en plata y oro de Crusset.



DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DE GRUPO OSBORNE

## ROCÍO OSBORNE

En una empresa de más de 250 años, liderada por más de seis generaciones de una misma saga —de la cual 345 son accionistas— y que emplea a más de 900 personas, ser una de las dos únicas empleadas de la familia imprime carácter. Rocío Osborne (México, 1980) sabe que esa es una responsabilidad enorme. «La gente asume que estás ahí por tener un apellido o que este te ayuda a promocionar dentro de la compañía. Pero en el caso de Osborne es todo lo contrario: tienes que

demostrar doblemente que estás ahí por tus méritos», explica esta licenciada en Derecho con un máster en Banca y Finanzas que se incorporó a la compañía de sus antepasados en 2006. «Yo ni me había planteado entrar en la compañía, aunque es algo que muchos pensamos alguna vez, porque desde siempre nos inculcan el cariño y pertenencia a Osborne», dice sobre lo que sintió antes de un proceso de selección, sólo para miembros de la familia, en el que buscaban a alguien que representara a la empresa en el extranjero: «En muchos países, que el interlocutor de una empresa tan longeva y 100% familiar sea alguien llamado Osborne les llama mucho la atención». Rocío obtuvo el puesto con 25 años, y fue asumiendo distintas responsabilidades hasta llegar a su cargo actual: directora de comunicación y responsable de la marca corporativa del grupo.

Al principio, recuerda, tuvo que enfrentar varios prejuicios «por ser mujer, por ser joven y por llamarme Osborne». Para ella, defender el apellido implica tener en cuenta que «no te representas a ti misma, sino a una familia muy extensa, una compañía que da trabajo a mucha gente con un legado histórico de más de dos siglos», explica sobre un grupo que no sólo está simbolizado por la silueta del mítico toro, sino que engloba distintas líneas de negocio con presencia en más de 70 países y marcas tan conocidas como Cinco Jotas, Anís del Mono, Bodegas Montecillo, caviar Riofrío y más de una decena de bebidas espirituosas, entre otras. Pero, ante cualquier sospecha de nepotismo, ella hace una aclaración: «La propia filosofía del grupo desmonta eso: cualquiera tiene más probabilidades de entrar en Osborne que una persona que lleve el apellido». Sin embargo, para Rocío, asumir este legado «es un privilegio y una responsabilidad. Y algo que te aporta mucho a largo plazo: hay mil historias de éxitos, y también de fracasos, que te ayudan. Y esto te empodera, porque ver todo lo que han hecho tus antecesores, en circunstancias mucho más difíciles, te lleva a relativizar y a valorar las soluciones que han permitido que este negocio haya sobrevivido tanto tiempo».

'Blazer' de cuadros de Sandro.



PRESIDENTA DE FUNDACIÓN LOEWE

## SHEILA LOEWE

La artesanía, la sensibilidad y el tiempo forman parte de la percepción del mundo de Sheila Loewe (Madrid, 1974), quien desde niña sintió fascinación por una compañía que lleva su apellido desde hace 177 años. «Para mí y mis hermanas, todo lo de Loewe era lo mejor. Crecí con esta profunda admiración por lo que hacía y suponía». Pero la presidenta de la Fundación Loewe, quinta generación de esta saga de origen alemán y primera mujer de la familia en la compañía, hace una aclaración: «La prioridad de mis padres siempre fue mi educación. Querían que nosotras encontráramos nuestras pasiones aunque no fueran dentro de Loewe».

Licenciada en Derecho y con dos másteres, en Derecho Alemán y Dirección de Marketing, Sheila trabajó en Vitra antes de incorporarse hace una década a la Fundación Loewe, institución privada creada en 1988 por su padre, Enrique Loewe Lynch, desde donde no sólo se preserva un legado, sino que se promueve la creatividad y los programas educativos en distintas áreas culturales —este año acaban de conceder el trigésimo sexto Premio Internacional de Poesía—. Un trabajo fascinante: «Son muchísimas cosas las que aprendo a todas horas. Tengo además la suerte de trabajar con un equipo de personas entregadas y apasionadas por las distintas iniciativas que apoyamos. Es un proyecto valiente y generoso que merece seriamente la pena». Ese mismo espíritu auténtico y decidido es el del director creativo de Loewe, Jonathan Anderson, impulsor de otra gran iniciativa cultural, el Loewe Foundation Craft Prize. «En muy pocas ediciones, el premio de artesanía se ha convertido en un referente internacional, y consigue enganchar a diferentes generaciones».

A día de hoy, cuenta Sheila, aún le sucede que al decir su apellido, algunos creen que, por error, da el nombre de la empresa para la que trabaja. Y aunque esas situaciones le divierten, ella tiene claro que lo que siente sobre sus orígenes es «un orgullo, un ejemplo y una inspiración».

Blusón de algodón con cuello tortuga, pantalón en crepé, pendientes y zapatos, todo de Loewe.





EMPRESARIA Y MODELO

# ROCÍO CRUSSET

Si emprendes no puedes tener miedo al fracaso, tienes que saber que puede pasar. Y si pasa, te levantas y lo vuelves a intentar», dice Rocío Crusset (Sevilla, 1994). Esta joven empresaria, hija de los periodistas Carlos Herrera y Mariló Montero, habla con el aplomo y la determinación de alguien que ha querido labrarse su camino más allá de la alargada sombra de sus padres.

Hace poco más de un año, lanzó su propio negocio de joyas junto a su hermano, Alberto, con el apellido de su abuela paterna, Crusset, una plataforma de venta *online* que ofrece piezas exclusivas diseñadas por ella. Lo hizo con los ahorros obtenidos de su trabajo en las pasarelas, algo que compagina también con una colección de moda en colaboración con Duarte. «No hay escuelas de emprendedores», lamenta esta licenciada en Administración de Empresas y Marketing, que en poco más de dos años se graduó en Diseño de Moda en la prestigiosa Parsons School of Design de Nueva York: «Fue un tiempo de mucho trabajo y pocas horas de sueño», recuerda quien, aconsejada por sus padres, priorizó sus estudios hasta la mayoría de edad. Fue precisamente cuando, al salir de un restaurante tras celebrar su 18 cumpleaños y encontrarse con una nube de *paparazzi* a la puerta, supo que si quería volar, sólo tenía que desplegar las alas: «En mi caso, nadie levantó un teléfono para ayudarme. Mis padres me han apoyado siempre, les admiro y quiero con locura, pero cuando me hacían reportajes, ni siquiera decían mi nombre, sólo era “la hija de...”». Así que decidió poner tierra de por medio para que en el trabajo la valorasen por ella misma. «Ser modelo en Nueva York me enseñó mucho. Fui una más, mis noes eran míos y mis síes, también». En un entorno donde nadie sabía de quién era hija, aprendió que la vida estaba en sus manos y ganó la confianza que requieren los negocios, de los que, entre otras cosas, dice haber aprendido a «tener paciencia».



Vestido en crepé negro asimétrico de Duarte by Crusset, joyas de Crusset y zapatos de Renate Jacob.

MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: MARÍA GARCÍA PARA DIOR Y KEVIN MURPHY, Y ALMUDENA GARBEL (TEN AGENCY).

DISEÑADORA Y EMPRESARIA

# ROCÍO PERALTA

Cuando cumplió los 30, Rocío Peralta (Sevilla, 1979) quiso llevar a cabo un sueño: diseñar moda flamenca. Durante siete años, esta licenciada en Administración y Dirección de Empresas Turísticas se había dedicado a organizar congresos y convenciones en la finca familiar Rancho El Rocío, en La Puebla del Río. La hija del rejoneador Rafael Peralta y sobrina de Ángel pertenece a una legendaria familia del toreo a caballo, y creció rodeada de arte y cultura flamenca, lo que la llevó a idear un negocio que sorprendió a propios y extraños. «Cuando fui madre empecé a ver que los horarios eran incompatibles y decidí montar algo

por mi cuenta. Pensando en ello, sentí que lo que más me gustaba era diseñar trajes de flamenca, algo que ya había hecho para algunos de los espectáculos que hacíamos en el campo». Sin embargo, todavía recuerda cómo al contarle sus planes a su madre, Mamer Revuelta, esta le advirtió en tono de broma: «Pero, niña... ¡si no sabes coser un botón!». Rocío no se achantó. Y un día, con el segundo de sus tres hijos en camino, su marido le entregó un sobre: «Había reunido los ahorros que teníamos y me dijo: “Cumple tu sueño, que yo confío en ti”», relata emocionada.

Hoy, 14 años después de aquello, Rocío Peralta se ha convertido, con mucho trabajo y esfuerzo, en una de las creadoras de moda flamenca más exitosas de nuestro país. Sus trajes seducen a lo más granado de la sociedad española por sus elegantes diseños, su factura artesanal y su inconfundible estilo. Aunque el sector impone tendencias: «El de flamenca es el único traje regional que cambia de una temporada a otra», asume, lo que le obliga a reinventarse cada año. Por un lado, gestiona su taller de trajes a medida, que requiere de una atención, un tiempo y numerosos detalles que limitan el número de pedidos. Esto le resulta muy estimulante: «La imaginación de los creadores de moda flamenca no tiene límites», aplaude. Pero, al tratarse de prendas estacionales —se lucen principalmente en las ferias de Andalucía—, Peralta ha ampliado miras con otras vías de negocio: Errepé, una línea de trajes industrial que le permite vender en espacios multimarca; Gavriella, marca de ropa sostenible creada junto a su socia Violeta Andic, y otra propia de *prêt-à-porter* de aire aflamencado que acaba de presentar en Miami y República Dominicana.

De los negocios, dice Peralta, ha aprendido mucho, pero nunca se olvida del que para ella es el verdadero secreto del éxito: «La base de todo está en el trabajo, la entrega y la pasión que le pongas a lo que haces. Y con eso, todo llega». ■

Top asimétrico drapeado en 'lycra' de Duarte by Crusset y pantalón negro de pinzas de Sportmax.

