

ROBERTO PALMA

Cómo construir sueños

Por: Ana María López P.

La pregunta se la hizo este reconocido estilista durante sus múltiples viajes por el mundo, viendo que era tendencia que una fina boutique se complementara con un espacio de belleza capilar.

Invirtiendo el orden, hoy en su salón sigue siendo top en corte, color y peinado, pero también lo es en exclusiva bijouterie, ropa y accesorios. ¡Un momento de relax que merece vivirse!, asegura.



¿Y qué trajiste en este último viaje? suelen preguntarle desde hace mucho a Roberto Palma sus clientas cada vez que él llega de un país de Sudamérica, Estados Unidos, España, Francia, China, Japón o Turquía, trae para vender cosas muy bien escogidas, entre joyas, ropa, perfumes, carteras, zapatos y cremas variadas para el cuidado de la piel y el cabello

El paso siguiente se fue dando con naturalidad, hasta el minuto en que dió un vuelco en su salón, dice este creativo peluquero de elite, con más de tres décadas en el mundo capilar y que acostumbra a relacionarse con los mejores del planeta como integrante del selecto grupo de profesionales chilenos que pertenecen a Intercoiffure Mondial París.

“Veo durante mis viajes a distintos países el concepto de Boutique-Salón en espacios elegantes y amplios, pero yo invertí los roles. En mi salón adiciné una muy especial boutique como un complemento ideal a la asesoría de imagen que hacemos de modo habitual”.

“Incluso algunas clientas vienen a comprar algo y no pasan a atenderse al salón...¡Lo dejan para otro día!, cuenta demostrando con muy buen humor

el éxito de la idea.

“Uno debe renovarse, porque salones hay muchos y a mi me gusta marcar diferencias”.

-¿Cómo selecciona la compra de boutique?

-Empecé trayendo pequeñas piezas, siempre diferentes, y que se vendieron muy bien. Todo escogido por mi, con especial detalle, pensando en cada una de mis clientas.

“¡Ellas opinan que tengo un excelente gusto!” explica sonriendo. “Miro un anillo por ejemplo y ya sé cual de mis clientas se enamorará de él...y así voy comprando. La verdad es que en este trabajo la estética, la armonía de formas, colores, el gusto por lo bello es imprescindible”, asegura.

-¿De dónde trae estas bellezas?

-De mis viajes que realizo por eventos de peluquería, entre ellos Turquía, Japón, Colombia, Estados Unidos, plata muy linda de India, de México, algo único de China, de España...

-¿Qué le gusta a quienes vienen a su salón?

-Uff!, ¡todo!. Lo primero que traje fueron joyas, anillos, pulseras, incluida la increíble orfebrería turca, blusas, poleras, chaquetas que causaron sensación. Le encantan las carteras, los kimonos... y por supuesto lo que yo capto cada vez que viajo, en cuanto a corte, color, tendencias. Siempre busco nuevas opciones. Ahora estoy viendo la posibilidad de traer unos productos espectaculares que vi en Japón: cremas de tratamiento, de pigmento que aclaran y oscurecen el cabello. Aquí existen dos posibilidades: las clientas se introducen en el juego de la boutique; o en la magia del cine, pueden elegir la película que deseen ver mientras se atienden ¡o en ambas, dependiendo del tiempo!. ¡Lo pasan estupendamente!

Pero el éxito del concepto salón-boutique involucra a otro factor clave, advierte Roberto Palma.

“La mujer de hoy tiene poco tiempo y desempeña muchos roles. Por lo mismo le facilitamos la vida. Viene, se corta el cabello, se arregla las manos, se maquilla y compra algo bonito, se regalonea. Y los hombres también cuentan con su lugar, con dos líneas de cremas exclusivas para ellos, como las de tratamiento para la barba, más gruesa, más sensible y tratamientos especiales para el cabello. Y como le gusta “hacer proyectos y más proyectos”, añade que está pronto a hacer un centro técnico para realizar talleres de perfeccionamiento para peluqueros profesionales, donde junto a unos colegas harán clases personalizadas para un máximo de 10 personas y abarcarán todo lo que es estética y belleza por completo. Los viajes obviamente ya se asoman en su agenda:

“El viaje más largo es en septiembre. Voy a Suiza, al evento de Intercoffure y de allí paso a Rusia, ya tengo varios datos de clientas para comprar.... voy a Colombia en junio y a México en julio. Me contrataron como maestro técnico artista para dictar clases, algo que me encanta porque me sigue abriendo las puertas a hacer lo que más me gusta que es trabajar en educación a nivel internacional. Esto es lo que yo llamo sueños cumplidos”.

-¿El background de los viajes es decisivo en su carrera?

-Vital. Por ejemplo, te cuento un hecho que me llamó muchísimo la atención cuando estuve recién en Japón. Me senté en un café en la calle a mirar los cortes de pelo de los japoneses, espectaculares, bien hechos, con líneas bien marcadas... el peinado se movía con la cabeza. ¡Perfecto!. Lo que no vemos en otras partes. Esos cortes demoran fácilmente más de una hora... la pregunta es: ¿podemos hacer lo mismo en menos tiempo? Si y creamos tips que ayudan a realizar esto en menos tiempo...son estas y otras materias las que vamos a mostrar en los talleres. Porque hay muchas cosas en la peluquería de esta parte del mundo, que ya no se llevan o están fuera de moda...en Europa la educación en peluquería es muy distinta, es un referente; al igual que las tendencias que crean.

-¿Algunas de estas tendencias de este 2018?

-Los cabellos de distintos largos pero crespos, voluminosos, las permanentes, los tonos cálidos, de los rojos ciruela profundo al cobre ligero dorado, cortes de distintos largos...

-¿Y los cabellos con colores más atrevidos?

-Se llevan colores de fantasía, entre las más jóvenes, suaves aplicaciones de tonos fucsias, lilas, rosas, rojos con fucsia, rubios con laterales fucsia...

-¿Una mujer menos clásica?

-Una mujer distinta, que le seduce el juego en su cabello, ya sea en un corte o en llevar colores nuevos. Y la veo cada vez más joven en el salón... ¡lo que es fantástico porque será mi clienta fiel del futuro”



Salón Roberto Palma. Barcelona 2070. Fonos: (56-2) 22314339- 22344051
www.robertopalma.cl
 Facebook: Roberto Palma. Twitter: @_robertopalma Instagram: roberto._palma