

OcioSOS

elCorreoGallego | 28 de noviembre de 2021



FOTO: María José Blanco | **LOCALIZACIÓN:** Santiago | **MASCOTA:** Xana, pinscher

in vogue

Bolsas de Agatha Ruiz de la Prada para impulsar una alimentación saludable

Primero fueron unas mascarillas solidarias y ahora unas bolsas tote. La diseñadora Agatha Ruiz de la Prada y Lidl han vuelto a unir sus fuerzas en un nuevo proyecto solidario para Save the Children, cuyo objetivo es que miles de niños, niñas y familias en situación de exclusión social en España tengan garantizados unos hábitos de alimentación saludable.

Para ello se han puesto a la venta 300.000 bolsas a 1,99 euros la unidad, y por cada una vendida la cadena de supermercados donará 0,50 euros a la ONG. Los fondos que se recauden con esta iniciativa irán destinados al programa de lucha contra la pobreza que Save the Children desarrolla en España.

Además, con esta iniciativa se ha querido dar un protagonismo especial a los más pequeños desde el primer momento, favoreciendo su creatividad y haciéndoles vivir una experiencia única, ya que la diseñadora Agatha Ruiz de la Prada impartió una masterclass donde pudieron trabajar juntos los estampados de la colección.

De todos los dibujos realizados se hizo una preselección de diez finalistas, que posteriormente fueron votados por los empleados de Lidl para elegir los cuatro diseños disponibles que finalmente se han plasmado en las bolsas ■



Comida para mascotas sin hogar con #echaunapata



Los abandonos de mascotas han aumentado mucho tras la pandemia. Este año se han registrado 140.000 abandonos de mascotas en España, de las que 22.400 no volverán a encontrar un hogar. Son datos de Patabox, un servicio de suscripción para perros, que acaba de poner en marcha por séptimo año consecutivo la campaña #Echaunapata, una iniciativa solidaria que el año pasado consiguió llegar a más de 40.000 personas, y con la que pretenden conseguir 20.000 € en comida para ayudar a mascotas sin casa y concienciar sobre el No Abandono con vistas a la Navidad, cuando las adopciones capricho están a la orden del día y muchas mascotas regaladas en esta época serán abandonadas con la llegada del nuevo año.

Para sumarse a esta iniciativa solo hay que hacerse un selfie junto a la mascota y compartirlo utilizando el filtro #Echaunapata en Instagram. Por cada Instagram story se donará 1€ en comida a las protectoras SVPAP, Os Palleiros y ANAA.

Como ya es habitual, muchos personajes públicos ya se han sumado al movimiento solidario, difundiendo a través de sus perfiles de Instagram, el mensaje de solidaridad con el filtro de #echaunapata, y ayudando así a conseguir los 20.000 euros en comida marcados este año.

Además, en esta séptima edición, Patasbox ponen a disposición de los usuarios de Instagram un filtro solidario que anima a participar a todas las personas que, tengan o no mascota, quieran dar voz a los animales sin hogar que no pueden hacerlo ■

Higienizante de manos para llevar agua potable a Kenia

Water2 es algo más que un higienizante de manos. Es un producto de edición limitada cuyas ventas permitirán instalar un tanque de recogida de agua de lluvia en la escuela primaria de Nyamotambe, en Kenia, que proporcionará agua potable a sus más de 500 alumnos.

Será el resultado del proyecto puesto en marcha por la empresa social Auara, que vende agua mineral y destina el 100% de sus dividendos a proveer de agua potable a países en desarrollo que carecen de ella, y la marca de productos de cuidado personal Haan, que como parte de su compromiso social dedica el 20% de sus beneficios a concienciar y luchar contra la crisis del agua. Ambas compañías comparten el propósito de contribuir a resolver un grave problema que, según la FAO, afecta a unos 1.200 millones de personas en todo el mundo.

La edición especial Haan x Auara Water2 consta de 5.000 unidades de spray higienizante de 30 ml y 3.000 unidades de sus correspondientes recargas de 100 ml, con aroma a té verde y pomelo, en un color turquesa que evoca el color del agua, con los que se regalará una botella de agua mineral natural Auara de 501 ml. El pack está disponible hasta fin de existencias a través de la tienda online de Haan, siendo el precio de venta al público de 21,99€ el combo (Hand Sanitizer + Refill + botella de agua) y de 5,90€ si se adquiere solo el higienizante.

Por cada litro de agua mineral que vende, Auara es capaz de generar 4 litros de agua potable en países en vías de desarrollo ■



Hofmann Santa Runner, un juego online para ayudar a personas mayores



Hofmann presenta su juego online Hofmann Santa Runner con el que esta Navidad colabora con la Fundación Lo Que De Verdad Importa, a la que realizará una donación de fondos que destinará a su proyecto de voluntariado para personas mayores. Como marca líder en la impresión de álbumes digitales y productos personalizados, Hofmann se ha propuesto que esta Navidad se convierta en algo más que una época para regalar animando a participar de una forma divertida en una campaña con la que extender el espíritu solidario lo más lejos posible... ¡Y nunca mejor dicho!, porque en el juego digital el jugador ayudará a Santa Claus a saltar obstáculos. El objetivo es alcanzar la distancia máxima y ser el primero en la clasificación. Por cada jugador que consiga establecer una marca de 500 metros o más, Hofmann donará 1 euro a Tu Historia De Verdad Importa, un proyecto especial de la Fundación LQDVI dedicado a poner en valor y dar a conocer experiencias de vida protagonizadas por personas mayores. Historias reales y personales que sirven de punto de encuentro con jóvenes voluntarios que ejercen de narradores encargados de reflejar y transmitir las enseñanzas y valores presentes en los entrañables testimonios de los testigos del pasado. Además, quienes recorran al menos los primeros 250 metros entrarán en el sorteo de dos tarjetas regalo intercambiables por producto Hofmann, habiendo un premio mensual de 100 euros este mes y otro en diciembre. Y lo mejor: ¡los intentos son ilimitados! Cada jugador puede participar tantas veces como quiera. Hofmann Santa Runner estará disponible para todo el mundo que quiera participar en esta carrera solidaria hasta el 31 de diciembre a través de <https://www.hofmann.es/hofmann-santa-runner> ■



Disfrutar de un café cuidando a personas y al medio ambiente



Se pueden cambiar muchas cosas con un café. Al menos, eso es lo que propone Filantrópico, que propone a sus clientes a que disfruten de un café de calidad, a buen precio, mientras cuidan de las personas y del medio ambiente. Un café que puede transformar el mundo, ya que sus beneficios se donarán a los proyectos que cada uno elija.

Más de 22 millones de españoles toman café a diario, y en nuestro país se consumen unos 18.000 millones de tazas cada año. Por eso, esta empresa social, recién llegada al mercado, se ha propuesto convertir el consumo de esta bebida, una de las más consumidas del mundo, en un acto solidario y sostenible.

Así, bajo el lema *Juntos dejamos poso*, la compañía ha creado su propia marca de café, que comercializa en bolsas de 60 cápsulas biodegradables compatibles con máquina Nespresso, o de 1 Kg de café molido o en grano. De cada paquete, todos ellos compostables, el 20% de su precio de venta se convierte en una donación directa que va destinada al proyecto social elegido por el consumidor entre una propuesta de proyectos de ONG y Entidades No Lucrativas.

Solo con que el 1% de los consumidores habituales de café eligieran esta marca se podrían conseguir más de 10 millones de euros anuales para financiar proyectos sociales, y se evitarían los residuos de 80 millones de cápsulas de aluminio y plástico no biodegradables y de 800.000 envases no reciclables. Además, el café se importa desde sus países de origen en grano verde, y es aquí donde se tuesta y envasa, generando puestos de trabajo e impulsando las economías locales en nuestro territorio ■

Mr Moustache de UNOde50 para apoyar el cáncer de próstata

UNOde50 apoya de forma firme la investigación del cáncer de próstata, el segundo tipo más común entre los hombres de todo el mundo, con más de 1,4 millones de casos diagnosticados cada año, así como el cáncer testicular. Y para ello ha creado Mr Moustache, una pulsera y un llavero, creados por y para la causa, unisex y realizados en cuero marrón, y con una chapa de metal bañada en plata. Ambos han sido elaborados en España bajo un proceso 100% artesanal.

NOde50 se suma de manera directa y contundente a un movimiento social que apoya a estas enfermedades que sufren muchos hombres a nivel mundial, destinando los fondos recaudados de las ventas globales de Mr Moustache a la investigación, prevención y a la lucha contra el cáncer de próstata y testicular ■





La Navidad está a la vuelta de la esquina y las principales marcas cosméticas han lanzado al mercado para celebrarlo sus tradicionales Calendarios de Adviento. Un producto para cada día con el que celebrar la cuenta atrás para la llegada de las fiestas más entrañables del año

Calendarios de Adviento



NYX Professional Makeup



La firma quiere amenizar la espera con el calendario *Gimme Super Stars*. Detrás de cada puerta se esconden 24 productos estrella de la firma para el rostro, ojos y labios en una selección de tonos súper festivos con el que convertir el maquillaje en el protagonista de la Navidad. El calendario es de edición limitada y perfecto como regalo para un ser querido o para uno mismo.

L'Oréal Paris



Los amantes de la belleza disfrutarán de este calendario que incluye 24 sorpresas beauty, entre ellas productos de maquillaje, belleza facial y capilar. Con un precio de 89 €, los

productos que presenta se complementan entre sí.

Essie



La marca trae el calendario de adviento perfecto para las amantes de la manicura. En su interior se encuentra el mix perfecto de productos para vivir la experiencia essie con 9 productos en formato estándar, de los que seis son ediciones limitadas; 14 minitallas y 1 mini quitaesmalte. Un total de 24 sorpresas que combina todas las gamas de essie: esmaltes clásicos, larga duración, secado rápido y tratamientos.

Ringana

La marca de productos frescos, veganos y naturales ha preparado una cápsula especial para estas fechas pensada para todos los que quieran presumir de cuerpo y rostro. El calendario se llama *Spice up your Xmas* y cuenta con seis puertas con siete productos en cartón reciclado con un cuidado diseño. Así, cada domingo de Adviento se podrá disfrutar de

algún producto de belleza, cuidado corporal, higiene personal o cuidado dental, y su precio es de 98 euros.

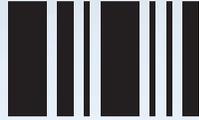


Mi Rebotica

La versión *beauty* de Mi Rebotica está hecha a mano, desde el ensamblaje del *packaging* con cartón hasta el envasado de sus 24 productos, todos ellos top ventas de la marca. Es una oportunidad única y muy completa para descubrir todos los mimos y cuidados que la firma puede ofrecer en torno al cuidado facial, capilar y corporal sin olvidar su inolvidable perfume para el hogar ■

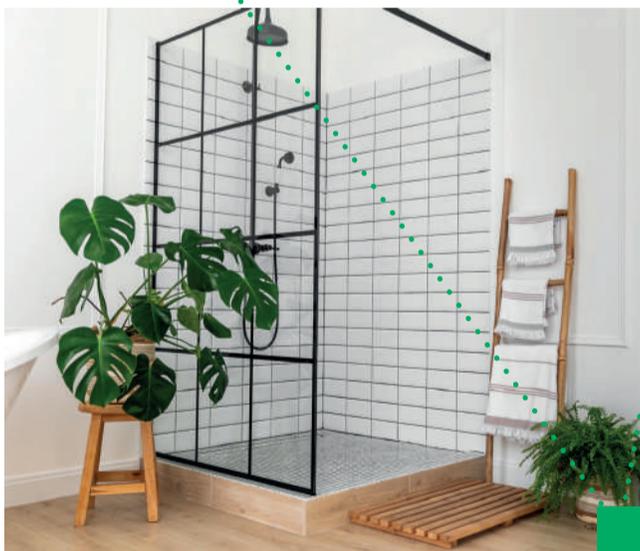


 deco



REFORMAS EN EL HOGAR

El 60% de los españoles señala la mejora estética de la vivienda (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...) como el principal motivo de reforma del hogar, seguido por el confort general (un 37,9%). Es la conclusión de un estudio realizado para Isover, que evidencia la necesidad de contar con un entorno con el que sentirse cómodo e identificado desde un punto de vista de la imagen y la habitabilidad



térmico y/o acústico, la mejora de los materiales de las paredes y tabiques interiores, la instalación de equipos de calefacción y aire acondicionado y cambio de distribución de los espacios interiores -movimiento de tabiques-.

Por otra parte, las reformas y elementos reformados no sólo abordan el interior del hogar, sino que también el exterior como la fachada como medio para reforzar el confort en el interior de la vivienda y sus estancias.

En cuanto a las fuentes de asesoramiento, a pesar de que el entorno familiar juega un rol importante, en la mayor parte de las ocasiones se recurre a profesionales del sector, de personas y empresas especializadas en esta actividad, es decir, de empresas de reformas, albañilería o la construcción ■

Estética y confort son los principales motivos por los que los españoles queremos reformar nuestra vivienda, especialmente desde el confinamiento. Por detrás, se encuentran otras razones como la búsqueda de soluciones a problemas técnicos o prácticos, como la accesibilidad en el interior, entre ellas el cambio de la bañera por un plato de ducha o hacer las puertas o pasillos más anchos. Y es que pese a que la accesibilidad es un aspecto tradicionalmente vinculado a la presencia en el hogar de algún miembro con limitaciones

de movilidad o de edad avanzada, en la actualidad se hace simplemente por comodidad. Otros aspectos son la necesidad de mejorar el aislamiento térmico, es decir, la sensación de calor o frío en el hogar, la distribución de los espacios y la versatilidad, los problemas de humedades o malos olores y el aislamiento acústico. Los elementos más reformados o con intención de reformar son el baño y la cocina, seguidos de las ventanas y el suelo. Por detrás de estos elementos se encuentran otros aspectos como el aislamiento





Hace algún tiempo que el dipear comenzó a formar parte de nuestras costumbres culinarias. El anglicismo significa comer salsas o patés mojando en ellos o untando. Es perfecto para un picoteo entre horas, cuando hay invitados o cuando queremos preparar algo sencillo y delicioso para comer o cenar de forma especial sin invertir mucho tiempo en la cocina.

Se puede dipear con unos nachos, unos palitos de pan, unas tostas de pan tostado, unas tortillas de trigo, unos biscottes, unas patatas fritas, unos snac-

ks salados tipo galletitas o unas verduritas, como los bastones de zanahoria, champiñones o brócoli, por poner un ejemplo, especialmente de moda para los amantes de la comida *healthy*. Y entre las salsas, todo un mundo de posibilidades gracias a las variedades de hummus, salsas, mousse, cremas y patés que se pueden preparar.

Los más clásicos son el hummus y el guacamole, pero también las salsas picantes a base de jalapeños o pimienta Tabasco, mientras que ultimamente está muy de moda el mutabal, una crema ligera

típica de la cocina árabe con base de berenjena. ¿Y lo mejor del dipeo? La versatilidad, ya que muchas de las salsas pueden utilizarse para dipear y aprovecharse luego para darle un toque de sabor a cualquier plato, ya sean ensaladas, pimientos rellenos y todo lo que a uno se le ocurra.

Os proponemos este dip de yogur estilo griego con batatas y patatas elaborado a partir de la mejor leche de coco con una textura cremosa y deliciosa enriquecido con proteínas de almendras logrando un yogur 100% vegetal y ecológico.

¿Dipeamos?



• LAS RECETAS •

Dip de yogur griego

INGREDIENTES

4 patatas, 6 batatas, romero fresco, perejil fresco, 6 dientes de ajo, 1 cucharadita de ketchup, 1 cucharadita de whisky, ¼ cucharadita de paprika, ½ limón, 300 ml de yog griego, 5 ramas de perejil frescas.

ELABORACIÓN

1. Precalear el horno a 220 °C
2. Cortar las batatas a lo largo en unos 6 u 8 trozos dependiendo de su tamaño (con la piel) y lavarlas. Pelar y cortar las patatas de la misma forma que las batatas.
3. Colocar los trozos de batata y patata en la bandeja del horno junto con el romero y los dientes de ajo, y añadir un chorrito de aove.

4. Meter en el horno durante unos 15- 20 minutos y darles la vuelta para que se doren por ambos lados. Meter en el horno durante otros 15 minutos más.

5. Mientras tanto, preparar las distintas salsas para dipear: mezclar en un bol el yogur estilo griego de Abbot Kinney's, ketchup, whisky, paprika, el zumo de limón y sazonar con sal y pimienta.

6. Para la otra salsa mezclar el yogur estilo griego con el perejil, 1 cucharadita de zumo de limón, sal y pimienta.

7. Cuando las batatas estén listas incorporar en el dip 3 dientes de ajo y mezclar ■



Guacamole con ajo

INGREDIENTES

4 Aguacates maduros, cebolla, tomate, 2 dientes de ajo negro, limón, aceite, sal.

ELABORACIÓN

Para pelar el aguacate, haz un corte en la mitad y gira las dos partes hacia lados contrarios.

Da un golpe seco con un cuchillo en el hueso y saldrá solo.

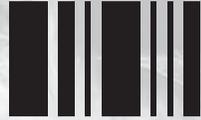
Con una cuchara, separa la carne del aguacate y colócala en un bol. Tritúralo con ayuda de un tenedor. Para dipear con guacamole, es mejor utilizar un tenedor que la batidora.

Corta el tomate y la cebolla en trocitos muy pequeños y añádelos a tu salsa para dipear. Machaca el ajo negro. Mezcla con el resto de ingredientes. Añade un chorrito de limón, aceite y sal a tu gusto ■





trends



Hace años que los plumíferos se colaron en los armarios de invierno para convertirse en una de las prendas indispensables de esta estación. Perfectos para los días más fríos del año, los plumas se han ido renovando, no solo a nivel tecnológico, consiguiendo ser cada año más ligero y con mejores resultados para combatir las bajas temperaturas, sino también a nivel estético, con formas más llamativas y en una paleta de colores más amplia

CÁLIDOS, CONFORTABLES Y ALEGRES

Este año, la tendencia trae los plumíferos en tamaños XXL, en formato abrigo, con efecto acolchado, incluso a juego con faldas y chaquetas, y en infinidad de colores, desde los clásicos beige, camel y verde oliva, a los flúor o con efecto degradado.

Entre nuestros preferidos se encuentran los de la firma italiana Canadian Classics, que apuesta por los *egg shape* o forma de huevo, utilizando el color con combinaciones y degradados cromáticos, y acabados mate, para dar a las prendas un aspecto moderno y divertido. Además, algunos de los abrigos son reflectantes y otros tienen un efecto que cambia su color al contacto con la luz.

La chaqueta de plumas para la marca es

el campo perfecto para experimentar con cortes y microcortes que dan relieve a la prenda y realzan los colores consiguiendo un juego de contrastes, así como el efecto de los tejidos con acabado nácar que les proporciona un aspecto insólito sólo perceptible a corta distancia.

UN PLUS: Colección Recycled

Una de las máximas de Canadian Classics es invertir en investigación en tejidos y materiales con el objetivo de lograr un impacto ambiental cero. Este proceso se inició hace tiempo y cada temporada incrementa su colección Recycled con modelos fabricados con botellas de plástico recicladas, incluidos los detalles como cremalleras e interiores.



Tecnología puntera.

El contraste cromático generado entre la cinta y la cremallera maxi de los plumas de la marca Geox añaden un toque de elegancia a las formas oversize, en tejido efecto charol repelente al agua. Acolchado con tecnología Ecologic Warm, es un plumífero cálido, envolvente y perfectamente transpirable, para una comodidad inmejorable incluso en los días más fríos.

Otra de las prendas estrella de la colección es una chaqueta larga de plumas que se ajusta a la cintura con un cinturón, y se abre para revelar el detalle icónico del forro interior estampado. Fiel al ADN de la marca, es transpirable y repelente al agua, además de muy cálido, suave y superligero gracias al acolchado en auténtico plumón Xdown regenerado ■



OcioSOS

✉ aiglesias@elcorreogallego.es
 📷 @ociosos_ecg

El sexo es importante para 9 de cada 10 españoles, y un 81,3 % está muy satisfecho con la calidad de sus relaciones. El 69 es la postura sexual favorita para 2 de cada 10, y el bondage, una de las prácticas sexuales más realizadas. Los hombres mantienen su primera relación sexual entre los 17 y los 18 años, prefieren tomar la iniciativa y no se escapan del cliché de la cama como lugar favorito para tener relaciones sexuales. Son algunos de los datos que ofrece el Barómetro de Control Los jóvenes y el sexo, en los que también quedan claras cuáles son las 5 fantasías sexuales de los hombres



TEXTO Toni Martín

El 56,5% de los hombres tardan de media entre 10 y 30 minutos en llegar al orgasmo, sin embargo, el sexo no es una ciencia exacta, a veces el deseo hace que todo fluya en cuestión de minutos y en otras la pasión da tiempo a recrearse. Es una de las conclusiones que arroja el Barómetro de Control Los jóvenes y el sexo, en el que se abordan numerosas cuestiones, con sorprendentes (o no) resultados.

Por ejemplo, un 85,4% de los españoles considera imprescindibles los preliminares. Y si hablamos de llegar al clímax, el 43,4% confirma llegar al orgasmo más de una vez durante la misma relación sexual (¡y hay un 22% que asegura que entre 2 y 3 veces!).

Además, según el estudio, 8 de cada 10 españoles reconoce que le gustaría probar cosas nuevas en la cama y 9 de cada 10 afirma tener fantasías sexuales. En las favoritas de los hombres, encabezan la lista los tríos, orgías e incluso mantener relaciones poliámoras, seguido por el teledidonic, usar

un vibrador con control remoto para ver disfrutar a su pareja.

También el sexo anal, y el *role playing*, es decir, disfrazarse, adoptar un rol diferente o jugar a ser desconocidos, está en la lista de las fantasías sexuales

más recurrentes, al igual que la técnica del *bondage*, muy presente en las fantasías masculinas.

En cuanto a los lugares favoritos para practicar el sexo destacan la cama (77,8%) o el sofá (11,1%), pero los más



atrevidos optan por lugares más “exóticos” y mantienen relaciones sexuales en la ducha (5,6%), la mesa del comedor (1,9%) o la cocina (1,2%).

Con 9 de cada 10 (91,7%) jóvenes reconociendo que el sexo es muy importante en sus vidas, no está de más saber que el 36,8% de ellos afirma dedicar entre 10 y 30 minutos hasta alcanzar el orgasmo, y que 4 de cada 10 (42,8%) afirma que sus relaciones sexuales alcanzan la hora de duración. Y es que sin duda, el *slow-sex* está de moda ■