

Claves de nutrición, movimiento y emociones
para vivir la menopausia en plenitud y bienestar

Carla Romagosa

Meno power



DIANA

CARLA ROMAGOSA

MENOPOWER

Claves de nutrición, movimiento
y emociones para vivir la menopausia
en plenitud y bienestar

Autoconocimiento

DIANA

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En Grupo Planeta agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan continuar desempeñando su labor. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47

© Carla Romagosa, 2024
<https://carlaromagosa.com/>

© Editorial Planeta, S. A., 2024
Diana es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.
Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)
www.dianaeditorial.com
www.planetadelibros.com

Primera edición: octubre de 2024
Depósito legal: B. 14.119-2024
ISBN: 978-84-1119-179-1
Composición: Toni Clapés
Impresión y encuadernación: CPI Black Print
Impreso en España - *Printed in Spain*



SUMARIO

Introducción.	13
Capítulo 1. El amor, para todo.	21
Capítulo 2. La etapa vital que empiezas.	33

PARTE 1

Climaterio: premenopausia, menopausia y posmenopausia

Capítulo 3. Definiciones, fases y síntomas del climaterio	53
---	----

PARTE 2

Movimiento

Capítulo 4. Músculo, metabolismo y movimiento	133
---	-----

PARTE 3

Nutrición

Capítulo 5. Nutrición	147
Capítulo 6. Menopausia y salud intestinal	203
Capítulo 7. Las emociones	219

PARTE 4
Sexualidad

Capítulo 8. Menopausia y sexualidad	231
---	-----

PARTE 5
Espiritualidad

Capítulo 9. Ese vago concepto que es la felicidad	257
Capítulo 10. La espiritualidad y la paz mental.	271
Conclusión. Power	279
Apéndice 1. Lecturas recomendadas para la paz interior	283
Apéndice 2. La rueda de la vida.	287
Agradecimientos.	297
Bibliografía	299
Notas.	313

CAPÍTULO 1

El amor, para todo

La sabiduría profunda de una cultura se manifiesta en los términos que esa cultura ha encontrado para denominar los fenómenos que se viven y forman parte de esa cultura. Precisamente, uno de esos términos es «falta de amor». La falta de amor hace infelices a las personas, destruye relaciones, socava la confianza y, además, enferma. A lo largo de muchas generaciones nuestros antepasados no han dejado de observarlo; en algún momento, han observado e identificado ese concepto universal de falta de amor. Es interesante, pero se vuelve realmente apasionante si buscamos un concepto que exprese lo que nos sana, pues debería designar lo contrario a la falta de amor. Sin embargo, los términos «amorosidad» o «carinosidad» no existen en nuestro idioma.

¿Por qué? Al igual que nuestros antepasados percibieron y sintieron lo que nos enferma, también debieron de haberse dado cuenta de lo que nos sana. ¿Acaso es posible que no exista nada capaz de sanarnos?, ¿puede ser que la salud sea algo que se genera siempre por sí misma?

La falta de amor es perjudicial para la salud,
de GERALD HÜTHER

El libro de Gerald Hüther *La falta de amor es perjudicial para la salud* no tiene desperdicio, lo tengo subrayado por todas partes y en cada concepto hallo correspondencias con los distintos ámbitos de la vida. Sigue explo-

rando, Hüther, hasta subrayar que no hay palabras para describir aquello que nos hace felices, libres y sanos; son conceptos cuyos antónimos (odio, esclavitud, enfermedad) el ser humano es capaz de describir con facilidad. En el ámbito biológico, el cuerpo humano se reorganiza y tiene sus propios mecanismos para alcanzar el equilibrio de nuevo, se llama homeostasis, no sin pasar por un proceso de inestabilidad, quizá de desorientación, abandonando el control y dejando que la vida fluya. En palabras de Hüther, «el gran río de la vida», y que este nos lleva y que todo lo vivo siempre se organiza de nuevo, aunque quizá sería más acertado decir que «se reinventa».

Y de eso se trata, de reinventarse y de organizarse de nuevo ahorrando energía, del mismo modo que las células consiguen funcionar optimizando al máximo la obtención de la energía a través de los alimentos, convirtiéndolos en glucosa para el cerebro y las demás funciones vitales, lo mismo ocurre en las empresas, en las familias, en los entornos sociales y, como dice Hüther, en cada ecosistema:

Si un sistema vivo no logra disponer de la energía necesaria para mantener su cohesión y sus funciones vitales, se desintegra. Entonces [...], la energía materializada en sus componentes vuelve a distribuirse de manera equilibrada en el universo. Un trato carente de amor con uno mismo, con otras personas y otros seres vivos consume muchísima energía. El estado en el que una célula, un organismo, una familia o una sociedad consume un mínimo de energía es aquel en el que todo cuanto allí ocurre encaja lo mejor posible.

Gerald Hüther define este estado en el que todo encaja de la mejor manera posible como aquel en el cual existe coherencia entre los pensamientos, las expectativas, los sentimientos y las acciones, siendo la coherencia el mayor estado para el ahorro de energía. Que vendría a ser un mantra del cual te hablaré en breve.

EL ENTORNO LABORAL

Una vez me invitaron a dar una charla a un grupo de mujeres directivas; todas eran trabajadoras en grandes empresas y dirigían los departamentos

de recursos humanos y me sorprendió el debate: algunas, pocas, pertenecían a empresas muy comprometidas con la menopausia, es decir, con políticas internas que respondían a situaciones previsibles o no en relación con las mujeres en edad de menopausia en la empresa y ofrecían soluciones adaptadas según cada puesto de trabajo. Casi todas las empresas que ofrecían estas soluciones tenían su casa matriz en el Reino Unido. El resto de las asistentes, pues ni fu ni fa, más bien ancladas en el miedo. Te explico por qué pienso que estaban ancladas en el miedo y espero que, si fuiste una de las que te posicionaste así, logre con mis palabras darle la vuelta a la tortilla. Verás, a las ejecutivas que asistieron a mi conferencia y que pertenecían a empresas donde la menopausia ni se mencionaba con sus trabajadoras, siendo ellas parte de las mujeres en esa franja de edad, les pareció contraproducente apoyar a las trabajadoras que lo necesitaran por motivos relacionados con la menopausia por creer que el hacerlo supondría un retroceso en los logros que tanto nos ha costado obtener como mujeres en el entorno laboral. En cierto modo, las entiendo, he vivido en esos entornos y las mujeres que más lejos han llegado lo han hecho en su mayoría esforzándose mucho más que sus compañeros hombres y compitiendo con muchas otras mujeres por un puesto directivo entre pocos asignables a mujeres. Por mucho que se hable de paridad, la vida es así, en la empresa y en la calle. Y si crees que como hombre esta manera de pensar te está restando oportunidades, es que has nacido cómodo y no te has enterado de lo bien que estás y de lo fácil que lo tienes con respecto a tus compañeras mujeres y, además, eres un quejica o estás desaprovechando tus oportunidades.

Gerald Hüther define el miedo como uno de los sentimientos más poderosos y capaz de perturbar las redes neuronales y la capacidad de autocuración del cuerpo. Y el miedo con el que cada persona reacciona ante situaciones diversas, que le alterarán su equilibrio, la coherencia a la cual tiende el organismo, depende en parte de sus experiencias previas, pues son estas las que harán que su cerebro perciba uno u otro nivel de incoherencia, produciéndose reacciones corporales y emocionales. Así pues, el miedo a cambiar un *statu quo* en las empresas, siendo las propias mujeres quienes tienen la potestad de iniciar cambios en sus entornos laborales, tendría su origen en las experiencias vividas por cada una hasta

llegar a ocupar ese puesto, y explicarían, desde la neurociencia, la razón por la que no se mojaron más y se organizaron aquel día para cambiar las cosas. Considéralo una explicación demasiado compleja, diles que no les dio la gana, como tú prefieras. Yo elijo la neurociencia, me aporta mayor consuelo para comprender algo más de los seres humanos y vivir más tranquila. Si sembré una semilla para generar algún cambio de percepciones, me sentiré muy honrada.

MENOPAUSIA MAINSTREAM

Hace ya algún tiempo, no demasiado, que el tema de la menopausia ha experimentado un *boom*. ¿Te has dado cuenta de que de repente todo el mundo habla sobre la menopausia? Yo sí. Es como la maternidad, cada cual comparte su experiencia y aparecen productos y asesores por todas partes. Es *mainstream*, como en su día lo fue la menstruación o la lactancia materna o la última canción de Aitana, o de Taylor Swift, por decir algo muy, muy *mainstream*.

A mí, sinceramente, me encanta que el debate esté sobre la mesa y que ya no nos escondamos. Y me pregunto si realmente las mujeres estamos preparadas para pasar de cero a cien mil a la hora de oír hablar sobre el tema. Yo sí, porque me dedico a ello desde hace más de diez años, pero no tengo claro que tantas mujeres lo estén. El otro día, sin ir más lejos, una vecina me dijo «yo me bajo del tema de la menopausia» y pensé... «pues vale, te entiendo».

Lo que me preocupa de que las mujeres decidan «bajarse de la menopausia» es que la volvamos a enterrar, antes por vergüenza y ahora por hastío. Y en ambos casos nos vuelve a dejar muy desfavorecidas, desprotegidas, sin tratamientos, sin prevención, aguantando como puedas, porque «ya se te pasará», ya sabes, el rollo de siempre que ampara un discurso patriarcal bien redondito para que sigamos creyendo que a partir de los 50 años nuestra vida, la buena vida, se acaba.

Por otra parte, el bombardeo de información me da miedo, porque pienso que puede llegar a cansar, que hay gente que no quiere saber, que la mayoría de las mujeres que estamos ahora en edad de menopausia no he-

mos sido educadas para entender que la vida pasa y que lo que no se pasará solo es que te encuentres mal. Pero, sobre todo, la mayoría de las mujeres no creen o no viven ni en la prevención ni en el cambio de hábitos hasta que enferman. Es como si en la sociedad actual tuvieras que pasar por una enfermedad grave para justificar por qué no bebes alcohol, has dejado de fumar, vives y duermes al ritmo de la luz solar y prefieres ma- drugar a trasnochar. Y, aun así, te tienes que justificar. ¿Te ha pasado? A mí, sí. Y he perdido amistades por el camino, el camino de mi salud. Ya hablaremos sobre las amistades y las relaciones un poco más adelante... También sucede que hay personas que se han acostumbrado tanto a estar mal que ya no se atreven a hacer lo que sea que tengan que hacer para estar bien, porque, como no conocen ese estado, les da miedo, quizá por tener que hablar de ello y exponer su vulnerabilidad; sea como sea resulta paradójico y perturbador. Piénsalo, seguro que conoces a alguien así. Esta mañana me he entretenido más de la cuenta en Instagram. No lo hago casi nunca, más que nada porque sé cómo me afecta a la concentración y a mi salud hormonal y yo misma me he autoimpuesto un límite de tiempo para permanecer en la aplicación. Así que, de repente, se me corta y dejo colgada cualquier cosa que esté viendo. De modo que solo entro para publicar y responder mensajes, excepto hoy, que al ver a Sting hablando ya te imaginarás que me he quedado embobada. Tan atractivo siempre... Contaba que la música actual es lineal, el mismo ritmo siempre, tanto para la entrada como para el estribillo, que si la canción habla sobre «mi novia me ha dejado» sigue así una y otra vez y ya está.

En cambio, decía Sting en ese vídeo, en su época existían puentes rítmicos entre la entrada de la canción y el estribillo, y que eso no era solamente estructura musical, sino que a él, como artista, le permitía imaginar un mundo enorme de posibilidades terapéuticas que lo impulsaban hacia la creación. Por ejemplo, si la entrada era «mi novia me ha dejado», el puente que propone Sting sería «me doy cuenta de que hay más personas en el mundo», por ello «voy a salir a la calle y a hablar con gente», para repetir el estribillo «mi novia me ha dejado» seguido de otro puente «suer- te que me dejó, el mundo es maravilloso».

Que me disculpen las lectoras que sepan de música si esto no es exactamente así en cuanto a estructura de una canción, aunque a efectos de lo

que te voy a contar ahora ya nos sirve porque a mí todo esto me ha hecho pensar en cosas que me escribís. Ejemplo: «Tengo osteoporosis, estoy desesperada, tengo miedo».

Si dejamos el tema en plan lineal, pues nada, la osteoporosis sigue su curso. En cambio, si le metemos un puente, como en la canción según Sting, estaríamos en «mejora tu alimentación, que no te falten vitaminas, ni proteínas, ni minerales, ni tampoco entrenamiento de fuerza», para seguir con el cambio en positivo, el que nadie se cree que es posible, como cuando te han dejado y sufres desamor:

La osteoporosis se puede prevenir y revertir, el día que lo supe, fue una revelación.

¿Qué te parece la noticia? ¿Lo sabías? ¡Es maravilloso! Lo desarrollaré en el capítulo pertinente, pues el tema lo merece. A eso es exactamente a lo que me refiero cuando hablo de vivir desde la prevención y también desde la corrección. Qué mundo tan absurdo en el que vivimos, en el cual es más aceptado cambiar radicalmente de profesión —reinventarse, se llama— que transformar por completo tus hábitos de vida, conectándote con las necesidades más básicas y a la vez más profundas de cada una de tus células en pro de tu bienestar. Podría ponerme un poco más ancestral, pero no es mi idea ahora y aquí, aunque se me ocurre que más adelante, cuando tratemos la nutrición, sea una muy buena ocasión para hablarte sobre un libro que cambió mi manera de pensar y de vivir desde que lo leí allá por el año 2010, cuando empecé a estudiar nutrición. Se trata de *El mono obeso*, de Enrique Campillo, en el que habla sobre las enfermedades de la opulencia, aquellas que han ido en aumento en los países desarrollados o en vías de desarrollo cuando crece la accesibilidad a los alimentos, mejoran las comodidades y se incrementan el sedentarismo y la soledad, alterando el equilibrio metabólico de los seres humanos, que genéticamente no han llegado a adaptarse a los cambios que se produjeron con la llegada de la agricultura y la ganadería a partir del Neolítico con la introducción de cereales, básicamente, como base de la alimentación. Y a partir de ahí dejo a tu imaginación los panes, pasteles, galletas, pastas, bollos y demás masas, desde los que pudieron estar en las mesas de reyes y plebeyos hasta los que ves ahora en *reels* de Instagram etiquetados como #dulcesaludables.

Esto me recuerda que te tengo que hablar más sobre el tema de los dulces cuando abordemos la nutrición para el climaterio y también del abordaje integral, con profesionales multidisciplinarios que abarcan desde la ginecología, la sexología, el sueño, el *coaching*, las emociones, el ejercicio, la alimentación, el estrés, la respiración, el sueño, las relaciones interpersonales y muchas cosas más que iré desarrollando a lo largo de este libro.

Estamos llegando a un punto en el que cualquiera es experto en menopausia, como si al ser una etapa de la vida por la cual vamos a pasar todas las que lleguemos a ella cualquiera estuviera capacitado para formular, informar, recomendar o incluso recetar. Y esto es peligroso, además de tratarse de intrusismo. Es cierto que en la era de generar contenido, a la cual hemos sido abocados desde hace algunos años, los testimonios vitales han tenido un impacto interesante en la relación médico-paciente. En inglés se denomina *health advocate* y alude a las personas que han sufrido o sufren una enfermedad y han investigado tanto sobre el tema que se han convertido en expertas, portavoces e interlocutoras con médicos y otros agentes de la salud.

Algunas cursamos estudios sanitarios, como sería mi caso con la menopausia precoz, la celiaquía y mi carrera como nutricionista y todo lo que ha venido con mi dedicación y empeño. Las personas que exponen una enfermedad, un proceso de sanación y su experiencia con cada una de las fases de lo que sea que estén viviendo han participado muy positivamente en un cambio de paradigma en ciertos ámbitos de la medicina y también en cómo la industria farmacéutica se acerca a los consumidores finales. Conozco a una chica que sufre de migrañas incesantes y, sin contar con ninguna formación sanitaria, trabaja asesorando a un laboratorio farmacéutico en el desarrollo de un fármaco que permita a las personas que sufren este dolor incapacitante vivir una vida sin dolor. Tiene algo de participación en investigación científica que a ella le satisface, además de darle esperanza, claro está.

En relación con la menopausia, están pasando muchas cosas, salen al mercado productos como churros, se publicitan como destinados a aliviar los síntomas de la menopausia, etiquetados como fitoterapia porque tienen algún ingrediente a base de plantas: productos para el menoinsomnio,

para la menofalta de deseo, para el menodolor articular, para la menoansiedad, para el menotodo... Y si bien es cierto que hay grandes formuladores y laboratorios farmacéuticos muy serios, con un gran bagaje en investigación y en revisiones de estudios, también los hay que invaden el mercado con multitud de productos que no se sabe muy bien de dónde vienen ni quién se encuentra detrás, ni tampoco si tienen algún propósito de vida al margen de la obtención de resultados económicos enfocados al grueso de la pirámide poblacional mundial. Es similar a lo que ocurre con el lazo rosa del Día Mundial contra el Cáncer de Mama, el 19 de octubre, que de repente todas las marcas que venden algo para el público femenino se visten de rosa durante el mes de octubre, o a veces solo lo hacen durante el día, pero así ya tiene un impacto en *marketing*, su lavado de cara. «Más investigación para más vida» y «Basta de *Pinkwashing*», reivindican las mujeres con cáncer de mama metastásico, el que ya ha pasado a otros órganos... Por si no conoces el significado del término *Pinkwashing*, te cuento que se trata de una forma de denuncia de aquellas empresas que dicen apoyar una causa cuando en realidad se trata solo de un lavado de imagen e hipocresía. El lazo rosa se empezó a utilizar en el año 1991 en Estados Unidos, cuando una mujer llamada Charlotte Haley quiso denunciar la poca inversión pública que se destinaba a investigación del cáncer de mama. El lazo que inicialmente creó no era rosa, sino de color melocotón y lo empezó a vender a escala local. Su iniciativa se hizo tan popular que alguien detectó, cómo no, la oportunidad de hacerla crecer, de hacerla grande. Como no podían usar el mismo lazo que creó Charlotte Haley, crearon uno nuevo de color rosa. El resto es historia. Cabe subrayar que *Pinkwashing* no es un término que vaya en contra del capitalismo ni de las acciones sociales realizadas por empresas, sino que pretende denunciar el oportunismo y la hipocresía en torno a un tema tan delicado. Si vas al rosa, que sea de verdad, aportando, ayudando, siempre y no un solo día.

Así pues, como te decía, resulta preocupante el cariz que está tomando el hecho de que el tema de la menopausia esté «de moda», hasta el punto de que se ha empezado a hablar de *menowashing*, término que han acuñado expertas como Millie Kendall, CEO del British Beauty Council o Sarah Berry, doctora del King's College de Londres. Se trata de los riesgos de la moda de la menopausia, que no sé si te has dado cuenta como yo, pero

ahora todo el mundo habla de la menopausia, cosa que es importante, y, por la parte que me toca como divulgadora, es lo que quería, que hubiera un debate en la calle, para normalizar las cosas y romper estigmas. Y con ello, lograr que más mujeres tengan salud, tratamientos, conciencia de los cambios que pueden realizar por ellas mismas... El *menowashing* alerta sobre los productos que se proclaman para la menopausia, pero que en realidad no lo son; es por eso por lo que insisto en que es necesario confiar en marcas con estudios clínicos que hagan también divulgación, marcas que colaboren con profesionales de la menopausia, gente capacitada, porque es importante que las mujeres entiendan que su salud no es una moda.

Es curioso, pero de repente varias personas me han hablado sobre su inquietud en torno al bombardeo de oferta de productos y servicios para la menopausia:

- Carla: ¿Qué te ha parecido mi *reel* de hoy sobre el *menowashing*?
- Romina: Pues mira, es justamente lo que llevo pensando últimamente. Me parece supernecesaria la reflexión, porque últimamente en las redes sociales me estoy sintiendo carne de cañón de un montón de gente que todo el rato me está intentando vender cosas y que, bueno, no sé...
- Carla: ¿Y no te fías?
- Romina: No, no me fío nada de gente que hasta ahora hablaba de una cosa o se dedicaba a algo en concreto, aunque estuviera relacionado con la salud, y ahora de repente es experto o experta en menopausia. Es un oportunismo descarado.
- Carla: ¿Te refieres a productos vendidos por *influencers*?
- Romina: ¡Y a cursos también! Me aparece publicidad constantemente, de cursitos de cuatro talleres y siete especialistas en línea para profesionales, que en seis semanas te convierten en un experto *coach* en menopausia, así, de la nada. Da miedo y, como estoy en mi momento perimenopáusico rabioso, pues eso, me da mucha rabia, Carla.
- Carla: Te entiendo...
- Romina: Es que no es un buen momento para hacernos esto, es una

muy mala época para que te vengan con estas de quererte colocar cosas sobre menopausia, porque, oye, tendrás menos hormonas, pero te das cuenta a lo lejos.

- Carla: Es oportunismo, el *menowashing* ha llegado... Qué pena. Solo espero que este bombardeo no acabe por incitar a las mujeres a hacer oídos sordos y a descuidarse, que no suponga un retroceso en todo lo que hemos logrado hasta ahora, informando, divulgando, haciendo comprender que el bienestar es decisivo y que la prevención, indiscutible. Que hay tratamientos que mejoran la calidad de vida y otros que incluso la alargan...
- Romina: O que se vuelva en el nuevo foco de la psicología positiva...
- Carla: Eso, eso, aquello de que «todo es actitud».
- Romina: Voy a ver si se me pasan los sofocos con actitud...
- Carla: Seguro que sí, mira, tú levanta peso con actitud, come verduras y proteínas con actitud, diles que no sales de cañas, con actitud, a dormir temprano y ocho horas como mínimo, que el sueño es tu prioridad, con actitud...
- Romina: Ja, ja, ja, ¿y un pelín de marginación social o qué?
- Carla: ¡O de amor propio, la cara que tú prefieras ver!

El climaterio es la etapa vital de las mujeres que dura más años. Se inicia alrededor de los 40 años y se alarga hasta la bien llamada «edad dorada». Incluye la premenopausia, la menopausia y la posmenopausia y, salvo casos quirúrgicos u oncológicos, consiste en una evolución constante. Las mujeres que no han llegado aún al climaterio no lo saben. Y les da miedo. Lo desconocido suele producir miedo, al igual que los cambios. Visto desde un enfoque evolutivo, integrativo y preventivo, es otra cosa mucho más optimista.

Gemma Cernuda es una mujer pionera de la comunicación en femenino, activista y conferenciante, especialmente en los entornos laborales, pues se dedica a asesorar a las marcas para que tengan un *branding* en femenino. Lo suyo es visión, conocimiento de las pautas de consumo de la mujer y también estadística, pues sostiene que las mujeres constituimos el 50 % de la población y llevamos a cabo el 80 % de las decisiones de com-

pra. Eso significa que con respecto a las compras decidimos mucho más que las consideradas domésticas, al ser este un ámbito que recae mayoritariamente sobre nosotras, como son el supermercado o demás compras relacionadas con el hogar. Hace un par de años le pedí que escribiera un artículo para mi blog, que habla por sí mismo y que puedes leer en mi web <carlaromagosa.com>.

En relación con la visión de Gemma Cernuda sobre que las marcas deberían tenernos más en cuenta, me gusta siempre poner de ejemplo a una modelo que triunfa en Instagram con su pelo plateado, sus arrugas y su estilo de vida saludable. Se llama Yazemeenah Rossi, tiene 67 años o más y durante años no fue contratada por marcas que ella misma podría utilizar dado su poder adquisitivo, como sería el caso de una marca italiana que reproduce en sus anuncios escenarios de una vida cotidiana que imaginamos que podría ser Sicilia, por ejemplo. Sin embargo, esta marca trabaja con modelos estupendas, caderonas, medio desmelenadas y jóvenes, muy, muy jóvenes. Y yo me pregunto, ¿por qué no eligieron a una Yazemeenah si es ella y las mujeres de su generación quienes más probablemente puedan permitirse esos vestidos? No digo que todas, por supuesto que no, pero sí que es más probable que la cuenta corriente de una mujer de 50 años sea más holgada y estable que la de una de 20. Salvo que te despidan, como a mí.

Y más cosas. ¿Por qué no hay vestidos para mujeres espléndidas de más de 40 años así de bonitos, sexis y que parecen no ser nada, pero que son de una confección tan divina que encaja a la perfección? Y ya dicho sea de paso, que existan, que se piensen y que se diseñen esos vestidos para que nos sirvan a las mujeres que ya no somos esbeltas, que hemos acumulado grasa abdominal y en las caderas, como parte del proceso hormonal, y también, cabe decirlo, por el sedentarismo y los malos hábitos. Yazemeenah es divina y deseo que le vaya muy, muy bien, que la contraten mucho y durante mucho tiempo, como a todas nosotras, como a mujeres válidas y poderosas que somos.

¿Quién puede ser más capaz que nosotras, las mujeres en constante cambio corporal, para adaptarse a los entornos AGILE* tan comunes en

* Entorno AGILE: la metodología Agile se usa en el desarrollo de *software* y otros

las empresas y en el clima de incertidumbre global actual? Queridas mujeres poderosas, amas de casa, madres, trabajadoras, cocineras, chóferes, profesoras particulares, diseñadoras, psicólogas, parejas de alguien o parejas de una misma, que lo sabéis hacer todo rápidamente, con flexibilidad, planificación y rendimiento... Tomad nota, este es vuestro momento.

proyectos de alto rendimiento; se centra en la implementación rápida de un equipo eficiente y flexible para planear el flujo de trabajo. Agile brinda la capacidad de elegir la mejor opción en cada situación sin comprometer el proyecto.

El significado de Agile («ágil») es la capacidad de moverse rápida y fácilmente. Por lo tanto, un enfoque Agile permite a los equipos del proyecto adaptarse más rápido y con más facilidad en comparación con otras metodologías de proyecto.