

“Exclusividade é sinônimo de luxo no mercado de joias”, diz designer Helena Alam

No consumo, segmento de luxo vem exigindo mais criatividade das marcas; Os consumidores querem o melhor e o inusitado

29/08/2016 10:36:20

Atuar no mercado de luxo não é uma tarefa fácil. Exige, principalmente, altíssima qualidade e exclusividade. A designer de joias Helena Alam, empresária da marca Kawthar, explica que o “único” se tornou quase que uma regra nesse segmento, com algumas exceções de grandes marcas.

No caso de Helena Alam, ela apostou no incomum. Foi buscar matéria-prima de qualidade, misturou com pedras brasileiras e ainda acrescentou a mão de obra dos melhores especialistas do mundo. Todas as peças são feitas a mão em países do Oriente Médio.

“Aquele produto, que ninguém pode ter igual, encanta o público desse segmento cada vez mais. No meu caso, o exclusivo é ainda mais limitado, pois vem de fora do país, com uma fabricação rica em detalhes”, diz a empresária. Lançada em 2009, a Kawthar busca trazer para o Brasil um pouco da arte e do requinte do Oriente Médio, reunindo trabalhos de grandes joalheiros dessa região do mundo.

“No consumo, o segmento de luxo vem exigindo muita criatividade das marcas. Não existe mais um padrão a ser seguido. Os consumidores querem o melhor e o inusitado. No meu caso, eu aposto em pedras especiais e elementos únicos, além de um designer mais detalhado”. Helena conta ainda que os cristais são fabricados em países europeus como Áustria, Alemanha e República Tcheca.

Utiliza em grande parte a Aurora Boreale e também pedras brasileiras como opala e turquesas. As pedras são cortadas e polidas com um elevado número de facetas, o que aumenta a luminosidade, brilho e qualidade dos cristais.

Já na parte dos metais, estão a prata 925, cobre ou bronze, revestido de ouro rose, ouro 24k, ouro amarelo fosco, rhodium branco, ouro negro, dentre outras pigmentações em ouro. Uma estampagem especial é utilizada para se obter desenhos de alta precisão.