ExtraEstilo

Págs. 30-36

Es el turno del Día de la Madre, una celebración importante que merece joyas que estén a la altura. Un sin fin de posibilidades llenan el joyero



Págs. 28-29

Viceroy lanza una colección ECO ▶

Págs. 44

Jaguar Connected llega en su versión más femenina, con color y brillo

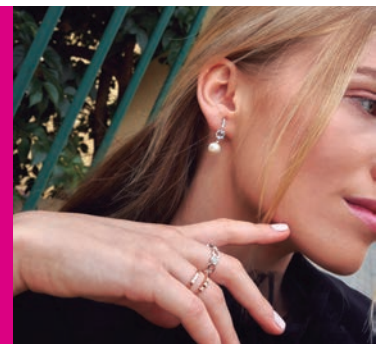


Págs. 48

Lujo y personalidad en Franco P.& Sons

Págs. 53

Las perlas, la obsesión de todas las generaciones ▶



CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 | Nº 194 | EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€
Abril 2023 // Año MMXXIII // CONTRASTE 258

Págs. 03-05

El lujo silencioso es el nuevo lujo

▶ En 2023 el hombre más rico del mundo, según Forbes y su lista Top 10, es Bernard Arnauld, el CEO del grupo LVMH, con un patrimonio de casi 214.000 millones de dólares.

▶ Una investigación de PwC basada en datos de Euromonitor International, estima que el sector de la joyería de lujo aumentará a 55.000 millones en 2023.

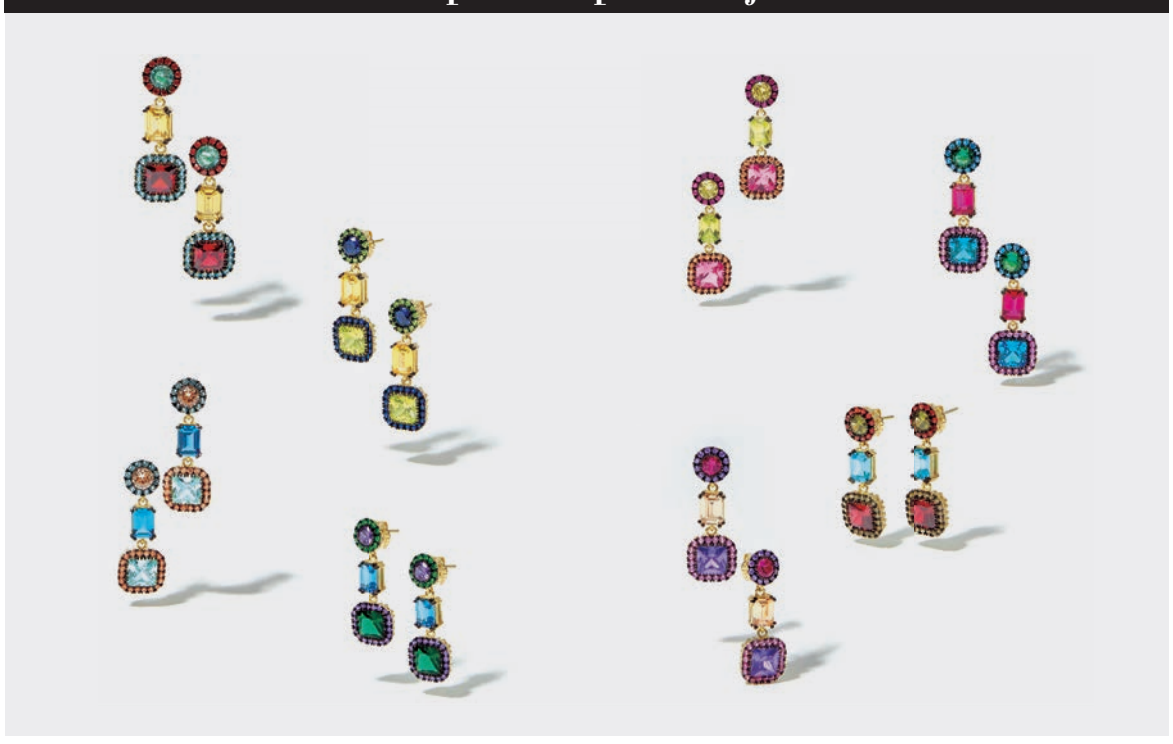
Si hablamos de lujo, hablamos de un término que se ha generalizado en la sociedad moderna y que se utiliza para describir cualquier cosa, desde coches deportivos y vacaciones hasta colchones y maquillaje. La introducción del lujo silencioso tiene mucho que ver con esto, con el fin de volver a crear esa sensación de exclusividad. Más allá de tecnicismos, esto no es únicamente "el último grito" o un capricho de las generaciones más jóvenes y la sociedad en general; el foco es la calidad, la exclusividad, la experiencia que despierta el lujo y que ya habíamos olvidado.

De esta manera, el lujo tradicional se alía ahora con este concepto, el del lujo silencioso, para crear una nueva tendencia de *lifestyle* que lleva al sector joyero y relojero a una circulación positiva.

El valor refugio y el mercado de segunda mano también influyen en como será el lujo a partir de este 2023. ◆



Luxenter continúa apostando por los viajes con sus clientes



Luxenter emprendió a finales de enero un crucero para sus clientes multimarca en el que desveló la nueva colección Primavera-Verano y también a su nueva imagen, Gabriela Andrada. Pág. 12

Pág. 19

El CRN se establece en el sector para dar soluciones

El sector sufre unas debilidades que se han unido a unos cambios para los que, quizás, no estaba preparado. El CRN se convierte en una herramienta que empieza a dar sus frutos.

Pág. 20

MadridJoya abre debate con el sector

MadridJoya es nuestra feria y debemos apostar entre todos por hacer que continúe creciendo.

Pág. 8

GoFrey presenta sus diferentes marcas



La firma portuguesa GoFrey inició su actividad en 2009 con el objetivo de comercializar sus joyas. Actualmente, son tres las marcas que GoFrey comercializa en el mercado español y que nos presenta en *Contraste*. ◆

GRUPO DUPLEX

Las noticias más leídas del mes

grupoduplex.com

El sector joyero y relojero da un paso al frente en la actual normativa

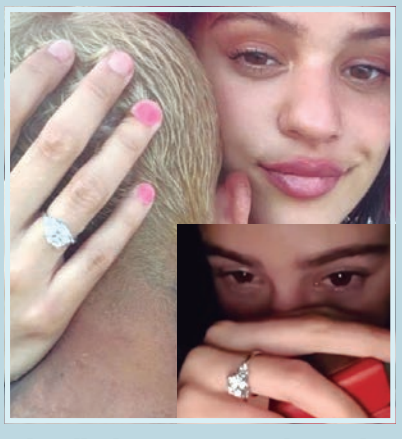




La fábrica de diamantes de Trujillo empieza a ser una realidad

El sector despide a José Aguilar de Dios





El anillo de compromiso de Rosalía que ya habíamos visto antes



El lujo silencioso es el nuevo lujo

¿Por qué todo el mundo habla de lo mismo y qué supone para el sector de la joyería y relojería?



Frederique Constant

© Beatriz Badás Álvarez

El lujo silencioso hace referencia a productos de alta calidad que no cuentan con un detalle característico que haga evidente la firma a la que pertenecen. Técnicamente, esta es la definición que los nuevos consumidores han adoptado para lo que será un importante concepto en muchas industrias, como la de la joyería y relojería. Si hablamos de lujo, hablamos de un término que se ha generalizado en la sociedad moderna y que se utiliza para describir cualquier cosa, desde coches deportivos y vacaciones hasta colchones y maquillaje. La introducción del lujo silencioso tiene mucho que ver con esto, con el fin de volver a crear esa sensación de exclusividad. Más allá de tecnicismos, esto no es únicamente "el último grito" o un capricho de las generaciones más jóvenes y la sociedad en general; el foco es la calidad, la exclusividad, la experiencia que despierta el lujo y que ya habíamos olvidado. Pero no hablamos precisamente, ni únicamente, de productos *premium*, si no de un cambio en general. Un cambio en la industria, en el comportamiento del consumidor y su filosofía de vida, un cambio directo en lo que conocíamos, hasta ahora, por lujo.

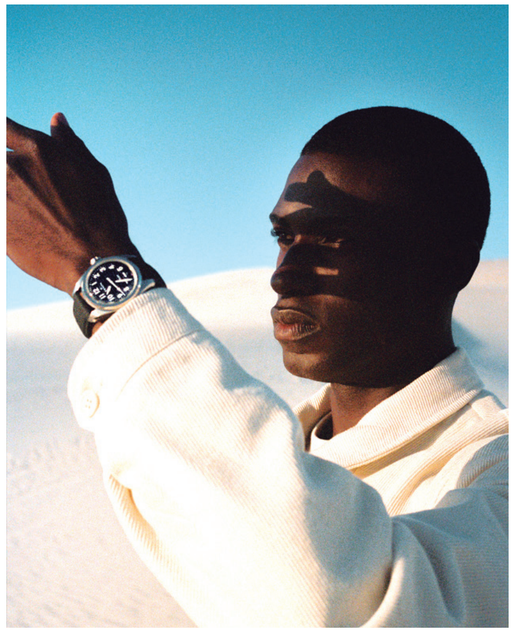
Si buscamos la lista Top 10 de las personas más ricas del mundo según Forbes, esperarás encontrarte un magnate de la tecnología, o personalidades tipo Elon Musk o Zuckerberg. Sin embargo, en 2023 el hombre más rico del mundo es Bernard Arnauld, el CEO del grupo LVMH, con un patrimonio de casi 214.000 millones de dólares. La misma persona que puede estar a punto de controlar gran parte del negocio de la joyería de lujo si finalmente adquiere el *holding* suizo de lujo Richemont. ¿El objetivo? Fortalecer la posición de Tiffany & Co. con un especial interés en Cartier, lo que le llevaría, cómo adelantábamos, a dominar el segmento de la joyería de alta gama. Más allá de patrimonios e imperios, la joyería brilla más que nunca, convirtiéndose en el perfecto deseo de muchos actores del lujo, siempre en búsqueda del crecimiento.

Una investigación de PwC basada en datos de Euromonitor International, estima que el sector de la joyería de lujo aumentará a 55.000 millones de dólares en 2023, teniendo en cuenta su valor de 44.000 millones de dólares en 2018. Mientras que su crecimiento fue del 2% entre 2013 y 2018, debería acelerarse a +4,6% en los próximos cinco años. Al mismo tiempo, el sector de la joyería se volvió más atractivo en el momento en el que los rangos de precio se ampliaron; entre la bisutería y la alta joyería, se encontraba la categoría "semi-fina", lo que despertó el interés de un *target* más joven. Esto ha llevado a un cambio en el comportamiento de compra, impulsado por esa necesidad de mezclar moda y lujo y que, por consecuencia, ha conseguido que la joyería y la alta joyería convivan. El posicionamiento de las marcas en los diferentes segmentos del sector dieron paso a una aceleración que, claramente, es real y ha derivado en lo que estamos llamando lujo silencioso.

La joyería de lujo aumentará a 55.000 millones de dólares en 2023

De esta manera, el lujo tradicional se alía ahora con este concepto, el del lujo silencioso, para crear una nueva tendencia de *lifestyle* que lleva al sector joyero y relojero a una circulación positiva. Además, el crecimiento es obvio. Por un lado, Rolex anunció el año pasado que abriría una nueva planta de producción en 2029 en la ciudad de Bulle; a esta nueva planta se suman ahora tres instalaciones provisionales en Friburgo (Alemania) que se pretende que empiecen a operar en 2025 y la empresa suiza iniciará en el segundo semestre de este año las obras de una planta de nueve mil metros cuadrados de superficie en Romont (Suiza), todo ello para hacer frente a la demanda creciente de relojes Rolex. Según Morgan Stanley, Rolex produce un millón de relojes al año y registró una facturación de casi ocho mil millones de dólares el pasado 2021. Por otro lado, Vacheron Constantin, la reconocida marca ginebresa y la manufactura relojera más antigua del mundo, aterrizó en España el pasado 1 de marzo con su primera boutique en la capital. Sin ir más lejos, Rabat cerró el ejercicio de 2022 con una facturación de 132 millones de euros, un 25% más que el año anterior. Además, la empresa de joyería apuesta por el cliente nacional, que copa más del 72% frente al 42% que aportaba antes de la pandemia. Y es que, las ventas a clientes españoles se incrementaron un 28% respecto a 2021 y son casi el doble que las de 2019.

Otro dato a favor es que Libby Page, Market Director en *Net-A-Porter*, aseguró para otro medio que su clientela estaba apostando por invertir en relojes de lujo. El Grupo Kering también anunció un nuevo proyecto de tiendas para la firma Gucci, en la que nada costaría menos de 40 mil euros y podría llegar incluso a los 3 millones de euros para la alta joyería; un proyecto que se basa en nuevas boutiques de extra lujo y un cambio de rumbo por parte



Zenith



Rolex

del grupo. Incluso si miramos hacia otras industrias, por ejemplo, hay una lista de espera de 18 meses para los nuevos Lamborghini, la marca automovilística que entregó un récord histórico de 9.233 vehículos nuevos en 2022, un aumento del 10% respecto a 2021 y la primera vez que la marca entregó más de 9.000 unidades en un año.

Teniendo en cuenta que el segmento de la joyería y la relojería de alta gama son una parte importante en la economía mundial, ¿cómo será el lujo en 2023?. Según WGSN, especialistas en predecir tendencias, la saturación es el motivo que ha llevado a los consumidores a cambiar de dirección; así como la sociedad pospandémica, la guerra y la consecuente recesión. Además, un estudio realizado por *The Business of Fashion* y *McKinsey* sobre los cambios que darán forma al lujo hasta 2025, ya predijo un aumento en la demanda por parte de los consumidores más jóvenes, así como en los mercados nacionales. De esta manera, volvemos a los códigos clásicos del lujo aunque en un nuevo escenario que busca adaptarse, en el que conviven alta joyería y una nueva joyería en la que prima la calidad, la exclusividad y una sensación de lujo.

Un valor refugio

En un momento de incertidumbre en el que la economía se encuentra a la baja, así como otras industrias que suponían una fuente de inversión, como las criptomonedas, la joyería y relojería se coloca en el primer puesto de los inversores. Los compradores y aficionados al lujo buscan *status*, y esa sensación y experiencia de la que anteriormente hablábamos, pero tampoco podemos olvidar que estamos ante una buena inversión de dinero. Si hablamos de tendencias en el mercado del lujo, una inversión tradicional y duradera es la demanda creciente, algo que perfectamente se encuentra en joyas y relojes. Además, el cliente cada vez es más experto por lo que sabe que está comprando. Más allá del oro como tal o los diamantes, que también se han transformado en un símbolo de riqueza, piezas de joyería o relojería raras o muy exclusivas, también son un valor refugio e inversiones inteligentes a largo plazo y que no fluctúan como puede hacerlo el oro.

Además de un producto de lujo, estamos ante una pieza que se revaloriza en el mismo momento en el que es adquirida, por lo que tiene sentido que el lujo se encuentre al alza, ofreciendo una sensación de tranquilidad; esto conlleva a experimentar, de nuevo, esa otra sensación de exclusividad que nos hace olvidarnos de la realidad. El lujo y las compras son momentos que nos evaden, y el lujo que vuelve es capaz de transmitir esto. En definitiva, las joyas y relojes de lujo son objetos excepcionales y deseados, con una cualidad muy especial: es difícil que se devalúe su valor y siempre protegen ante un futuro económico incierto.

Los artículos de lujo seguirán aumentando su valor

Las ventas de segunda mano

En relación a las piezas que son lujo y valor refugio a partes iguales, la escasez de nuevos modelos y el creciente interés del consumidor ha puesto en el punto de mira a las ventas de segunda mano en uno de los artículos más lujosos de la industria: los relojes, con un especial interés en marcas como Rolex, Patek Philippe o Audemars Piguet. No es de extrañar entonces, que Rolex decidiera lanzar su programa *Rolex Certified Pre-Owned*, para ofrecer la posibilidad de adquirir a través de sus distribuidores oficiales modelos de segunda mano.

El consumidor y, más bien, los inversores, confían en que estos artículos de lujo seguirán aumentando su valor y es que, entre 2018 y 2023, los relojes de las tres principales marcas de lujo del mundo subieron su precio un 20%, lo que ha llevado a un claro aumento en la demanda y el interés de nuevos compradores que entran de lleno en el mercado de los relojes de lujo.

Según datos de la consultora Boston Consulting Group (BCG), el mercado de relojes de lujo de segunda mano alcanzó los 22.000 millones de dólares en 2021, lo que supone un tercio del negocio anual de los relojes de lujo, que alcanza 75.000 millones de dólares. El segmento de relojes usados crece a gran velocidad y se espera que aumente un 9% hasta 2026, hasta 35.000 millones de dólares. Aunque la venta de relojes de lujo nuevos tampoco se frena: crecerá un 6% en cuatro años, hasta 66.000 millones de dólares. Un mercado que, además se trasforma para mostrar su lado más transparente, con ventas que se producen (el 60%) en Internet y con servicios de autentificación. "El mercado de segunda mano es esencial para los coleccionistas que buscan relojes raros y especiales, dado que casi el 95% de los relojes ya no se fabrican", afirma la consultora.

Este mercado de segunda mano hace que los consumidores más jóvenes entren con fuerza en el universo relojero, motivados por la artesanía y la mecánica de lujo, lo que despierta un interés no solo en el segmento de segunda mano, si no que también en la industria relojera en general. Además, un consumidor puede realizar el proceso en la otra dirección, comprando un reloj, revalorizando esta pieza y convirtiéndola en una estrella en el mercado de segunda mano; por ello, BCG recomienda a las empresas tradicionales acercar su relación con los nuevos compradores y hacerles llegar la necesidad de adquirir artículos de calidad que se convierten en un valor refugio. Al mismo tiempo, existe una demanda suficiente para que estas empresas se planifiquen y hacer frente al aumento de la demanda derivado, en parte, por escasez de artículos.

El nuevo lujo

El lujo nunca dejará de ser lujo y, el lujo como tal siempre ha sido un *status* mientras que, el nuevo concepto, que en realidad solo es una tendencia pasada que vuelve con más fuerza que nunca, se convierte en una aspiración. Hablamos de sensaciones que llevan al consumidor a experimentar con productos que no necesariamente llevan la etiqueta de *premium* pero que si destacan por la exclusividad, la artesanía, los valores o la historia. Es decir, el nuevo consumidor es conocedor, no busca únicamente un logo, sino una sensación que le permita lucir un producto duradero en el tiempo. No suena a nada nuevo pero realmente lo es. Y si hablamos de nuevo consumidor, es necesario tener en cuenta que existe un crecimiento en el comprador *millennial* o de la generación Z con ingresos elevados que busca clásicos atemporales.



Roberto Coin



Chopard



Damiani

Este movimiento llega por una sociedad dividida en la que una parte se ha acostumbrado a precios muy baratos con una calidad efímera; hablamos concretamente del *fast fashion* y el *fast jewelry*. La otra parte de la sociedad busca la exclusividad en marcas que prefieren ofrecer experiencias de compra y un producto con historia y valores, una calidad que perdura en el tiempo y a un precio que aunque no tan elevado como esperamos si hablamos de lujo, es lujo para el nuevo consumidor. Esto también ha hecho que las marcas que quieren quedarse en el mismo lado hayan cambiado su discurso pero que, con un precio elevado, hayan encontrado su nicho de mercado y un cliente más fiel que cualquier otro. Un lujo aspiracional y asequible podría ser la otra definición de este nuevo lujo, en el que ciertas marcas ya han encontrado su sitio.

Estamos, además, ante una transformación que hasta ahora ha sido relativamente tradicional. Nuevas marcas que son la interpretación moderna de la clásica alta joyería o la nueva joyería fina, la más relacionada con este lujo silencioso y que pone al sector en un primer plano. Hablamos de marcas que, con un precio más alto que la joyería media, se posicionan como las nuevas favoritas de generaciones más jóvenes que piensan más y mejor en que invertir su economía, basándose en el diseño, los materiales, la calidad de estos y la sensación que se experimenta al adquirir un producto que parece no estar al alcance de cualquiera. Se podría decir que el sector de la joyería está escribiendo un nuevo capítulo en el que diferentes nichos pueden convivir unidos. Cabe destacar, además, que *The Bussines of Fashion* (BoF) dibuja un mercado en el que la joyería fina de marca está en aumento, con una tasa de crecimiento anual compuesta esperada del 8-12% hasta 2025. Esto significa que este nicho crecerá aproximadamente tres veces más rápido que el mercado total.

Un universo sólido

El consumo personal ha aumentado exponencialmente, y por ello, el segmento que engloba los artículos de lujo, también ha aumentado en relación con otros segmentos vinculados al consumo. Al mismo tiempo, la industria del lujo no ha dejado de crecer en los últimos años y en materia joyas, un estudio realizado en 2018 por *Grand View Research*, publicado en mayo 2019, asegura que la demanda por la alta joyería es cada vez más alta, convirtiéndose incluso en el deseo de los consumidores más jóvenes, quienes buscan a través de este sector transmitir su personalidad. Datos que nos llevan al presente, un momento en el que el lujo tradicional está al alza y se expande en nuevas direcciones y ese nuevo lujo del que tanto se habla ahora. ◆



Jacob & Co



Actualidad Grupo Cadarso



Seiko 5 Sports 55 Aniversario Coin Parking Delivery edición limitada

En 2018, durante un viaje en tren, comenzó a dibujar en su *smartphone* y así nació Coin Parking Delivery: un artista capaz de crear arte simplemente utilizando los dedos y un móvil. El joven, que ha recibido grandes elogios en Japón y en el extranjero colaborando con grandes marcas a nivel internacional, pretende dar forma a preguntas e ideales de la nueva era a través de obras digitales.

La caja y el brazalete se basan en el icónico Seiko 5 Sports SKX, mientras que la esfera carece de números para reflejar que 'no hay límites en el tiempo'. En la esfera, se visualizan algunos de los símbolos de Coin Parking Delivery, como son el 'Mr. Shirai' a las 12 y el 'Mr. Katayama' a las 6. Asimismo, el gráfico 'eNrOll', inspirado en los ojos y la boca que transmiten las emociones humanas, también está presente.
Está disponible en la Seiko Boutique Madrid.
Ref. SRPK02K1 PVP 450€

Radiant Jewels apuesta por los rosetones esta primavera

Los rosetones son las joyas que nunca pasarán de moda. Invierte en ellos comprándote unos pendientes, un anillo y un collar. Da igual su forma, su color, su material... Su diseño de otro siglo y su valor y belleza ganan con el tiempo. Llévalos de día para sofisticar tus estilismos sencillos o de noche para dar un toque especial.

Actualizando lo *vintage*, **Radiant** ha creado esta colección combinando la plata con un gran rosetón. Estos le dan fuerza a las joyas a través de la combinación de colores, uno en verde claro y azul piscina y otro en naranja y fucsia.

La colección Rosetones será tu aliada perfecta para los días de primavera.





POLICE 40

Police cumple 40 años

La marca italiana **Police** celebra este año su 40 aniversario. Caracterizada por una fuerte identidad en continua evolución, un diseño sofisticado y un estilo icónico, **Police**, desde sus orígenes, interpreta de forma inmejorable el espíritu libre y audaz de aquellos a los que no les gustan las homologaciones.

Testigo de un universo masculino en constante cambio, hoy la marca diluye el estilo de los 90 en una versión más contemporánea, donde la masculinidad permanece casi como un "territorio inexplorado", para ser experimentado y reconstruido según el carácter y la identidad de cada uno. Audacia y descubrimiento son ahora las palabras clave del hombre **Police**: un individuo libre y valiente que siempre quiere ser él mismo y al que no le gustan las homologaciones.

Sus colecciones de relojes y de joyas siempre han sido fieles a este ADN tan marcado que ha tenido como imagen desde Bruce Willis a su actual imagen, Lewis Hamilton.

Inner Paradise Collection

Descubre la nueva colección de joyas de plata de ley bañadas en oro de 24K, con ágata azul. Inner Paradise es una celebración de la naturaleza y la tranquilidad de nuestro paraíso interior.

Esta nueva colección presenta una variedad de piezas, desde delicados pendientes hasta impresionantes collares, todas con un toque de elegancia y sofisticación. Cada joya ha sido creada con una atención meticulosa al detalle para asegurar que cada pieza sea verdaderamente única.

Secrecy continúa su compromiso de ofrecer joyas únicas y de alta calidad que reflejan la belleza y la elegancia de cada mujer. No pierdas la oportunidad de experimentar la calma y la belleza de tu propio paraíso.



Descubra las últimas novedades en nuestro portal B2B

Descúbralas entrando en b2b.grupocadarso.com, para más información contacte con nosotros a través de clientes@grupocadarso.com

RADIANT Desde 1948 · SEIKO · Grand Seiko · PULSAR · LORUS · SEIKO CLOCKS · GUESS · TOUS · WATX · MORELLATO · MASERATI · LA PETITE STORY · secrecy. · POLICE · Timberland · CHIARA FERRAGNI · GC · adidas · VICTORINOX SWISS ARMY



GoFrey presenta sus marcas

© Beatriz Badás Álvarez

La firma portuguesa GoFrey inició su actividad en 2009 con el objetivo de comercializar sus joyas de fabricación nacional e internacional. El mercado portugués y español fueron el punto de partida.

Actualmente, son tres las marcas que GoFrey comercializa en el mercado español: GoFrey Silver Jewellery, Uomo Aço y Gregio. La empresa presenta estas marcas y su filosofía en *Contraste*.

Colecciones personalizadas con GoFrey Silver

Joyas en plata 925 dan vida a colecciones personalizadas con diseños innovadores y tendencias actuales. Estas premisas son la apuesta de la empresa para la estrategia de presente y futuro de la marca, con el objetivo de alcanzar una mayor diversidad de clientes.

GoFrey Silver Jewellery destaca por colecciones exclusivas que se basan en la calidad y en un servicio *premium* de atención al cliente.

Uomo Aço, joyas para un hombre moderno

Pulseras, collares, anillos y gemelos, entre otras piezas, para un hombre moderno que aprecia los complementos de moda. Así se define el *target* masculino de Uomo Aço, con un especial interés en joyas para lucirlas con un toque más elegante o de forma casual pero siempre indispensables para definir su estilo y personalidad.

Joyas de acero que marcan la diferencia y que proporcionan satisfacción, belleza y exclusividad. Uomo Aço cuenta, además, con una amplia gama de piezas para lucirlas y adaptarlas a cada momento del día.

La inspiración griega con Gregio

La historia de Gregio se remonta a 1971, cuando Kostas Kotsailidis abrió un pequeño taller de joyería en el centro de Atenas, Grecia. El deseo de una artesanía única y un diseño fino le sirvió para, rápidamente, ganarse el reconocimiento y el respeto de sus compañeros. En menos de 10 años, las creaciones de Kostas Kotsailidis se vendían en joyerías de todo el país.

Actualmente, Gregio dispone de boutiques exclusivas en Atenas y 70 *concept stores*; en total, más de 250 puntos de venta en Grecia y Chipre. Además, a través de la red exclusiva de agentes y distribuidores está presente en 28 países de todo el mundo.

GoFrey tiene la distribución en exclusiva de Gregio en todo el mercado ibérico y la marca se caracteriza por joyas en plata con un aire moderno y únicas, diseñada y fabricadas exclusivamente en Grecia a precios asequibles. Por ello, Gregio se ha ganado la admiración internacional. ◆

Javier Pagán
+34 689 813 628
javierpagan@yerfog.com



GoFrey Silver Jewellery



Gregio



Uomo Aço



Festina continúa su aventura en el universo de Miss Francia

Festina forma parte un año más del glamuroso mundo de Miss Francia; por ello, la marca relojera renueva para 2023 su condición de Reloj Oficial de Miss Francia. Al mismo tiempo, y como es habitual, presenta la nueva campaña.

El 17 de diciembre de 2022 en Chateauroux, la guadalupeña Indira Ampiot fue coronada Miss Francia 2023, sucediendo a Diane Leyre. Con esta coronación, Indira se convierte en la musa internacional de los relojes Festina y representará con encanto y elegancia las líneas femeninas de la marca, en particular las colecciones esenciales Mademoiselle, Boyfriend y Automatic Skeleton.

Una historia entre el glamour y la relojería que sigue adelante. ◆



Festina presenta la nueva campaña publicitaria que destaca a Indira Ampiot, Miss Francia 2023, y los relojes Festina







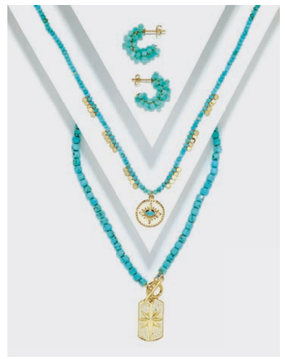




Luxenter continúa apostando por los viajes con sus clientes







© Beatriz Badás Álvarez

Luxenter emprendió a finales de enero de 2023 un crucero para sus clientes multimarca, con el objetivo de presentar la nueva colección a los profesionales de una forma diferente. Una estrategia que supone para la marca una muestra de apoyo y confianza por parte de sus clientes.

En esta edición, la ruta del crucero llevó a los clientes de Luxenter de Barcelona a Marsella, pasando por Génova, Roma, Palermo y Malta. Un recorrido que, como afirma la marca, "no podíamos haber disfrutado sin vosotros", por lo que "aprovechamos para agradecer la presencia de aquellos que nos acompañaron por una divertida ruta por el Mediterráneo".

Como cada viaje que organiza Luxenter para sus clientes, además de disfrutar, el fin también es conocer las nuevas colecciones y otras sorpresas que formarán parte de la temporada. Por ello, se desveló la nueva colección Primavera-Verano 2023, así como la presentación de las creaciones en los espacios de venta.

La nueva colección se define por su atemporalidad, elegancia, tradición, sofisticación, clasicismo y vanguardia. Una propuesta marcada por diseños sorprendentes y colores deslumbrantes en anillos, pulseras, collares y pendientes. Joyas de plata, de líneas puras y simples que se pueden combinar ente sí.

Para la línea Atelier, Luxenter ha elegido piedras ligeras y estimulantes, como el verano. Destacan los colores verde, rosa y naranja, a los que se incorporan tonos suaves, representando así una oda a la feminidad y a la sofisticación.

Gabriela Andrada, nueva embajadora de Luxenter

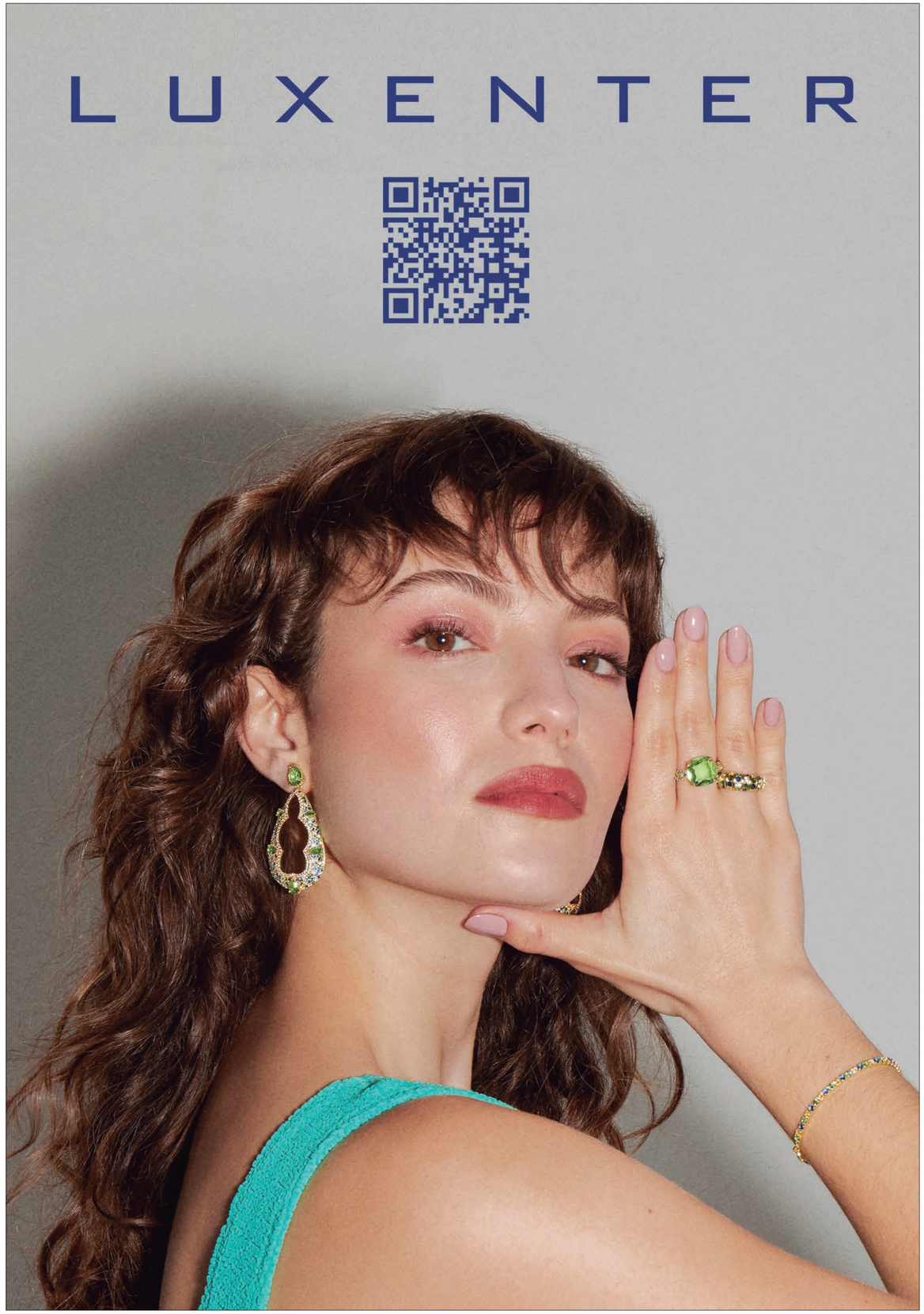
En esta ocasión, y para presentar la línea más exclusiva, Luxenter también ha desvelado a su embajadora, Gabriela Andrada. Una joven actriz que se dio a conocer gracias a la serie Herederos de la Tierra, de la plataforma Netflix. Una belleza versátil, natural y sofisticada perfectamente identificada con los valores de la marca. Como anécdota, Luxenter nos desvela que Gabriela es hija de Minerva Piquero, la inolvidable chica del tiempo, uno de los rostros más queridos de la pequeña pantalla en lo años 90.

Próximo destino

Tras siete días en Crucero por el Mediterráneo, Luxenter está preparando el próximo viaje para sus clientes. De momento, el destino es una sorpresa y está previsto que se lleve a cabo a finales de enero de 2024. ◆







Novedades Grupo Expertis



Diamonfire completa el joyero de la novia con clásicos infalibles

Los primeros destellos de sol anuncian la llegada de la primavera, la época más deseada para las bodas. Diamonfire se prepara para esta temporada nupcial con tendencias que nunca fallan.
Para elevar la belleza al máximo en un día tan especial, Diamonfire apuesta por no renunciar a los clásicos con nuevos códigos; al fin y al cabo las joyas nupciales las recordaremos siempre y podremos volver a lucirlas en otras ocasiones.
Perlas, diamantes y oro son la combinación infalibre para un momento como este. Pendientes en forma de gota, en cascada; colgantes clásicos aunque llamativos o de estilo minimal... las posibilidades son infinitas con Diamonfire.



Ti Sento, elegancia atemporal para celebrar el Día de la Madre

Ti Sento busca conquistar a las madres más modernas con propuestas que marcan la diferencia; joyas atemporales con un *twist* para celebrar un día tan especial.
La marca italiana apuesta por las perlas, por ser esa joya que nunca debe faltar en el joyero y que siempre pasa de generación en generación, otorgando clase y estilo a cada *look*.
Cuando se trata de perlas, nunca es suficiente; por ello, Ti Sento propone maxi collares, pendientes con otro icono de la joyería como el corazón, anillos para lucir en todo momento... un sin fin de posibilidades para elevar el *look* de una madre que cuida cada detalle.

La belleza italiana de Facco Gioielli, la nueva incorporación a Grupo Expertis

El *Made in Italy* de Facco Gioielli se incorpora a la cartera de Grupo Expertis. Una marca ética, con certificado RJC, y con joyas en oro de 18kts y 9kts.
Facco Gioielli se caracteriza por convertir en joya los símbolos más preciados de la vida, como la libertad, la familia, el amor o la amistad.
Además, esta marca es reconocida por la Mariquita Roja, el primer símbolo que Facco convirtió en joya y que desde 1969 es símbolo inconfundible de la marca. Por eso, todavía hoy es el símbolo más deseado.
Facco Gioielli crea joyas con historia y valores para lucir siempre.



Ice Watch propone su colección Glitter para una temporada cargada de brillo

La Generación Z ha traído la tendencia dosmilera de vuelta y, con ella, el *glitter*. Todo lo que brille llama su atención y se convierte en objeto deseo. Por ello, la colección Glitter de Ice Watch es perfecta para esta temporada.
Conocida por sus correas de silicona, lo que permite lucir con facilidad cualquier reloj de sus colecciones, Ice Watch destaca por los diseños atrevidos y rompedores en relojes aparentemente sencillos.
La colección Glitter llena de lentejuelas las esferas y se presenta en diferentes colores, para poder lucirla en cualquier momento. Desde tonos negros para una noche especial, hasta tonos totalmente de verano como el lila, o tonos fluor para los más atevidos.



OLIVER ABBOTT · DIAMONFIRE · ANIA HAIE · brosway · TI SENTO MILANO · GRUPO EXPERTIS BUSINESS SOLUTIONS · ice watch · mer Jewels · PAUL HEWITT ANCHORED TO THE OCEAN · FACCO GIOIELLI · PIANEGONDA
DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO
grupo-expertis.com
0034 966 046 104



Tous marca su récord histórico de facturación en 2022

© Beatriz Badás Álvarez

El nuevo concepto de Tous da sus frutos. La compañía de joyería ha cerrado el ejercicio superando sus previsiones y con récord histórico de facturación, alcanzando los 450 millones de euros, un 17% más que el año anterior; y rompe el techo de los 100 millones de euros de beneficio operativo (ebitda), lo que supone un incremento del 26% respecto 2021.

Esta suma rebasa ampliamente los objetivos marcados por la compañía y supone un importante aumento también respecto a la etapa pre-pandemia, superando en un 14% la cifra de 2019. El dato está por encima de lo previsto inicialmente por la empresa, que se situaba en 400 millones de euros.

Carlos Soler-Duffo, consejero delegado de la firma, afirma que: "2022 ha sido un año récord para Tous en todas las áreas. En un contexto socioeconómico complejo y cambiante, hemos sido valientes y hemos presentado nuestra evolución de marca, que ha tenido una gran acogida, para seguir anticipándonos al mercado, y hemos realizado inversiones muy relevantes que nos sitúan en una muy buena posición para seguir construyendo el futuro".

Todo ello en un año marcado por un duro contexto macroeconómico y geopolítico. Por ejemplo, el contexto en Rusia se ha traducido en un impacto negativo en 2022, cercano a los 7 millones de euros. ◆



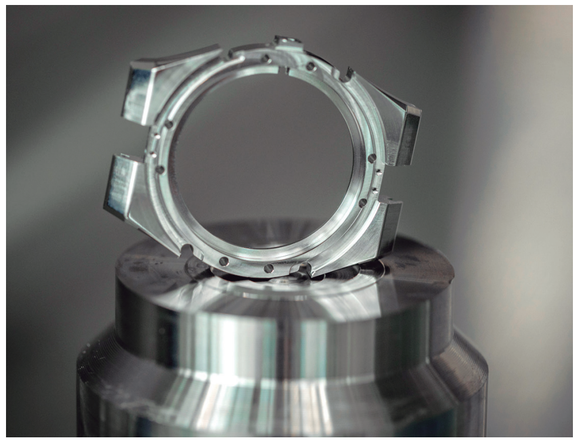
Chopard utilizará un acero 80% reciclado para sus relojes

© Beatriz Badás Álvarez

Chopard se convierte en la primera Casa de lujo en utilizar acero reciclado para sus relojes. A finales de 2023, Chopard utilizará Lucent SteelTM para la producción de todos sus relojes de acero, incluidos los brazaletes y las cajas. El Lucent SteelTM se fabrica con una tasa de reciclado de al menos el 80%. La intención de la Casa es alcanzar al menos un 90% de acero reciclado en su Lucent SteelTM para 2025. Así lo anunciaron, durante la celebración del salón Watches and Wonders, los Co Presidentes de Chopard, Caroline y Karl-Friedrich Scheufele, y la embajadora de Chopard, Julia Roberts, que desvelaron el último paso en "*The Journey*", el viaje de Chopard por el lujo sostenible.

Esta iniciativa permitirá a Chopard reducir significativamente sus emisiones de CO_2 relacionadas con el acero, según cifras clave del ISSF (Foro Internacional del Acero). Pasar del contenido estándar del 50% de acero reciclado al 80% reducirá las emisiones relacionadas con la producción en un 30%. Con un 90% de acero reciclado, esta cifra aumenta hasta el 40%.

Además, Chopard es el primer miembro en formar parte de *SteelZero* de *Climate Group* del sector de la relojería y la joyería, con el fin de trabajar con la industria para acelerar la transición de la siderurgia hacia unas emisiones netas de carbono cero. Aunque la cantidad de acero que utiliza la industria relojera es relativamente pequeña en comparación con otras industrias, no deja de ser un material importante por volumen utilizado. Por ello, la Casa está decidida a reducir el impacto relacionado con el uso del acero, al igual que hace con el oro. El Lucent SteelTM es el resultado de la creación también de un circuito de fabricación local y circular. ◆



Watches and Wonders prevé un éxito

© Beatriz Badás Álvarez

Watches and Wonders, que se celebra del 27 de marzo al 2 de abril en el centro Palexpo de Ginebra, contará con la participación de 48 Maisons, 10 más que en la edición anterior. A cierre de este número de *Contraste*, se prevé que esta edición cierre sus puertas con éxito y un crecimiento también en visitantes, promovido en parte por la plena ebullición en el mundo de la relojería, en especial de las grandes marcas. A día de hoy, se está experimentando un éxito que sobrepasa las previsiones más optimistas y, aunque habría que esperar al cierre del salón para confirmar los datos, el universo del lujo se encuentra al alza.

Además, Watches and Wonders se divide en dos zonas por primera vez: el Salón en Palexpo y el recorrido «*In the City*», en pleno corazón de Ginebra. Un programa rico y original, diurno y nocturno, que convierte a Ginebra en el destino relojero por excelencia. Con esto, los días 1 y 2 de abril el salón abre sus puertas también al público acercando a aficionados y amantes a este universo; junto a la experiencia del salón ferial, las boutiques tienen reservadas algunas agradables sorpresas en su interior: piezas históricas, talleres de demostración, contacto con relojeros y otras novedades. ◆



De Beers incrementa los precios de los diamantes



© Beatriz Badás Álvarez

La industria de los diamantes continúa experimentando cambios y la reciente prueba de ello es la decisión por parte de De Beers. El gigante de los diamantes ha decidido incrementar los precios de los diamantes en bruto por segunda vez consecutiva. Lo hace aludiendo a factores de oferta y demanda aunque, según ha informado el medio Rapaport, se niega a dar más declaraciones.

Esta subida, cercana al 10% y que afecta a diamantes de alrededor de los 0.03 quilates (Ct.) en cualquiera de sus calidades, conllevará una subida generalizada en los precios de los diamantes pulidos, así como en la joyería que incorpore esta piedra preciosa.

El mineral en bruto de menos de 0,75 quilates se convirtió en un activo muy codiciado en la segunda mitad del año 2022, a medida que incrementaba la demanda de tamaños melee por parte de las marcas de lujo y de los fabricantes que lo empleaban en su joyería. Además, las sanciones occidentales a los diamantes rusos crearon una mezcla de escasez real en esas tallas, de las que Alrosa es el mayor proveedor.

Sin embargo, a pesar de esta situación que provocaba una fuerte demanda, De Beers sólo incrementó los precios de manera muy sutil.

Ahora, y de manera totalmente inesperada, vuelven a subir el precio, esta vez en un 10%. Estas nuevas subidas han cogido por sorpresa a muchos distribuidores, que esperaban que De Beers aguantara hasta percibir una clara recuperación china antes de realizar nuevos ajustes de precios. ◆



El sector joyero y relojero da un paso al frente en la actual normativa

El pasado 1 de marzo, el Ministerio de Industria recibió a la delegación de la Confederación de Joyería de España, con el objetivo de impulsar la reforma del reglamento de la ley de objetos fabricados con metales preciosos. Esto supone un paso al frente para el sector y un avance para que asociaciones, confederaciones, empresas y todos los profesionales del sector en general vayan de la mano hacia un mismo objetivo.

La Confederación de Joyería demanda el establecimiento de medidas que vayan dirigidas al fortalecimiento del sector, la mejora en la innovación y la competitividad de las empresas, el mantenimiento del empleo, la consolidación de los puestos de trabajo y a la creación de empleo cualificado acorde a las necesidades del sector.

Por un lado, esta reunión ha puesto sobre la mesa de necesidad de adecuar la actual regulación de la fabricación de objetos con metales preciosos, así como adecuar también esta regulación legal y reglamentaria a las necesidades del mercado actual. Añaden que se debe tener en cuenta que el consumidor es el sujeto central, que se debe poder acceder de forma fácil y transparente a la información sobre composición, origen y trazabilidad y trabajar en la falta de precisión terminológica de la actual regulación para evitar confusiones. La normativa no es clara ni precisa, lo que puede llevar a errores que se deberían evitar y, para ello, es necesario modificar la regulación.

La mala praxis de los mensajes engañosos también puede perjudicar al sector; y para ello, sería necesario mejorar la regulación en todo lo relativo a la forma de documentación e identificación de estos objetos, en especial cuando estos deban de ser contrastados para una posterior reventa a un tercero.

En resumen, la regulación debe responder a :

- Dotar al mercado de transparencia, garantizando no solo las características del objeto (Ley) sino también su origen y su trazabilidad.
- Dar seguridad jurídica a los consumidores y a los operadores del sector, para que cada uno sepa lo que puede y no puede hacer.
- Autorizar nuevas técnicas para colocar las marcas del Contraste.
- Clarificar la terminología o denominación que debe utilizarse en la comercialización
- Crear un Registro Público de marcas de Contraste, accesible telemáticamente para cualquier ciudadano.
- Incrementar las obligaciones y transparencia de las empresas que se dedican a compraventas de objetos usados fabricados con metales preciosos.
- Clarificar las obligaciones y responsabilidades de los Laboratorios de Contraste.
- Control de las importaciones procedentes tanto dentro como fuera de la U.E.
- Llevar a cabo medidas de control que garanticen el cumplimiento de la normativa de metales preciosos y que, entre otros, eviten el intrusismo y la venta engañosa de joyas “de oro” que no lo son.
- Garantizar la necesaria información al consumidor para que sepa lo que compra. ◆



ANPRE celebrará unas jornadas técnicas en abril

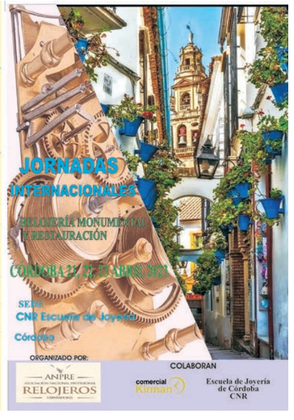
ANPRE, la Asociación Nacional Profesionales de Relojeros y Reparadores, celebrará unas jornadas técnicas con una invitada referente en el sector. Lo hará en colaboración con Comercial Kirman y el Centro de Referencia Nacional de Joyería (CRN).

Las Jornadas Internacionales de Relojería Monumental y Reparación que ANPRE ha preparado se celebrarán del 21 al 23 de abril en la sede del Centro de Referencia Nacional de Joyería (CRN), ubicado en la Escuela de Córdoba. Estas jornadas estarán formadas por un intenso seminario técnico y práctico, que contará con una de las principales expertas mundiales en relojería monumental, la relojera-restauradora Micaela Fahrni, del Musée d’ Horlogerie du Locle, en Neuenbug, Suiza, y que se repartirá entre los dos días.

También se contempla una visita a la Escuela de Joyería, así como a diferentes empresas dentro del Parque Joyero de Córdoba.

Para finalizar, se celebrará una cena de clausura de las jornadas. ◆







El CRN se establece en el sector para cumplir objetivos



© **Beatriz Badás Álvarez**

El sector de la joyería y relojería sufre unas debilidades que se han unido a unos cambios para los que, quizás, este no estaba preparado. Por un lado la dificultad en la formación del profesional y, por otro, el individualismo que sufre el sector. Por ello, el CRN se convierte en una herramienta esencial que parece estar dando sus frutos y soluciones.

La historia del Centro de Referencia Nacional (CRN) se remonta al año 2010 cuando, tras superar varias evaluaciones, la Escuela de Joyería de Córdoba, dependiente del Servicio Andaluz de Empleo, fue calificada por el Consejo General de la Formación Profesional como Centro de Referencia, siendo en 2019 cuando se declara oficialmente el CRN como tal. Desde entonces, se ha convertido en un instrumento estratégico para articular los cambios necesarios en el sector joyero con el fin de favorecer su crecimiento económico y generacional.

La necesaria transformación en la formación

El sector de la joyería lleva un tiempo sufriendo diferentes carencias que se han hecho notar sobre todo en los últimos años, ya que esta industria se enfrenta a una situación nueva. El CRN ha analizado cuales serían las tendencias y previsiones de futuro, así como aquellos factores que incidirán en la recuperación de las empresas y líneas de trabajo. Casi mil empresas del sector de todo el territorio nacional de 17 Comunidades Autónomas han participado en el estudio de las necesidades de perfiles del sector de la joyería y orfebrería. Para ello, se ha volcado en estas carencias como, por ejemplo, la formación. Resulta difícil encontrar profesionales que cubran todas las necesidades de la cadena de producción, distribución y comercialización a pesar de que la demanda de empleo es una realidad. La necesidad de renovar la formación atendiendo a las nuevas tecnologías y nuevas formas de diseño son evidentes, sin embargo el sector de la joyería no es capaz de ofrecer una formación a la altura de esta necesidad .

Para ello se ha revisado, modificado, creado y transformado la digitalización de los certificados de profesionalidad y se crea una herramienta léxico – gráfica en colaboración con diferentes universidades nacionales. Un instrumento de utilidad para el sector empresarial en el ámbito de la comercialización y de la exportación, que homogeneice la terminología y la traduzca a las cuatro lenguas más usadas en la exportación de nuestros productos. Así como la impartición de acciones formativas, dirigidas tanto a profesionales del sector como a formadores en diferentes formatos (Moocs, Webinars y cursos). Una oferta hasta la fecha inexistente, que da respuesta a una demanda reiterada del sector, que durante años ha reclamado una formación dirigida al reciclaje de profesionales.

Para asegurar la transferencia de toda esta información y la mejora de la calidad de la formación a nivel nacional, desde el CRN se ha creado una Red Estratégica Internacional de colaboración entre Centros de Formación, que a su vez, ha aglutinado también a otras organizaciones vinculadas al sector.

El sector joyero y relojero está viviendo una clara transformación para la que no estaba tan preparada, experimentando una falta de profesionales que puedan asumir todas las nuevas necesidades, destacando entre ellas también la forma en la que se comercializa el producto, la digitalización o las carencias en laboratorios, certificaciones y análisis que sufren las mismas debilidades. La realidad hace evidente la necesidad de cambiar la estructura para ofrecer soluciones que canalicen todos estos factores y precisamente en ello trabaja el CRN desde entonces, para cumplir con los objetivos y convirtiéndose en una herramienta necesaria para el sector y su futuro. Por ello, en el ámbito profesional, el CRN se anticipa y proporciona respuestas efectivas a las necesidades que demanda el mercado laboral.

Todo ello con un Plan de Marketing al sector empresarial, con una “Estrategia activa de comunicación y difusión” dirigida al sector con la identificación de los CNAE de aproximadamente 2.500 empresas de fabricación de joyería y Orfebrería y 9.000 empresas de comercialización.

El impulso del sector y de la innovación.

Sin olvidar el individualismo, otra debilidad del sector que comienza a experimentar una transformación gracias en parte al CRN. Es necesario, para el futuro del sector, que todos los músculos de este confluyan en una misma dirección, trabajando en las mismas necesidades y expectativas. El Centro de Referencia Nacional apuesta y trabaja por mejorar la combatividad y el impulso del sector en conjunto, con el objetivo puesto en que todo el sector apueste a una misma y única carta. Por ello, se está creando un mapa interactivo sectorial, un directorio digital e interactivo de empresas y organizaciones sectoriales a nivel nacional, donde cada organización esté localizada geográficamente. Una herramienta pública que sin duda contribuirá a la captación de clientes y al posicionamiento internacional del sector que unido puede mostrar el poder del posicionamiento como fabricantes mundiales.

Además, a través del desarrollo tecnológico se pone a disposición del sector lo que se ha denominado como el “Corner de la innovación”, creado gracias a los principales proveedores sectoriales que se han integrado en la Red de Informantes Clave

En definitiva, las carencias formativas, la falta de profesionales, las debilidades en la producción y la falta de tecnologías para los nuevos métodos de diseño parece que se resuelven poco a poco gracias al CRN que trabaja a nivel nacional, aunque su sede esté en Córdoba, en el Parque Joyero; su objetivo es el beneficio del sector joyero y relojero en general y todos los pilares del sector deberían sostenerse en esta herramienta. ◆

Artículo financiado por

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL · MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL · SEPE · Junta de Andalucía · Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo · Servicio Andaluz de Empleo

MadridJoya, presente y futuro

La organización de MadridJoya pone sobre la mesa la posibilidad de abrir debate con el sector joyero y relojero



© Beatriz Badás Álvarez

La edición de septiembre 2022 de MadridJoya marcó un antes y un después, confirmando el éxito que todos esperábamos, con un importante crecimiento tanto de expositores como de visitantes y un notable aumento de presencia internacional. Tras estos datos, se espera una próxima edición de septiembre que, sin duda, cosechará otro gran éxito con la necesidad, incluso, de ampliar el espacio destinado a la exposición y dar respuesta a las necesidades de las empresas interesadas en formar parte de esta nueva edición.

Tras lo percibido en la edición de septiembre y, según nos comenta Julia González, Directora de la feria, la cita de febrero apuntaba a ser una buena feria; sin embargo, se cerraron las puertas con un sabor agridulce y con la clara necesidad de tomar una decisión sobre el futuro de la feria en su edición de principios de año. "Somos conscientes de que la edición de febrero no cumple con las expectativas en cuanto a participación de empresas, afluencia de visitantes ni generación de negocio", apunta Julia González.

Algunos agentes del sector han planteado la posibilidad de retrasar la celebración a finales de marzo. Pero, ¿cambiar la fecha de celebración contribuiría a obtener mejores resultados? ¿O sería preferible pensar en un nuevo formato y concepto para la edición de febrero, atendiendo a las necesidades del sector platero, que parece ser el único que necesita una edición de invierno?. Todos queremos una feria que funcione en la que los negocios sean fructíferos y con plena satisfacción de visitantes y expositores.

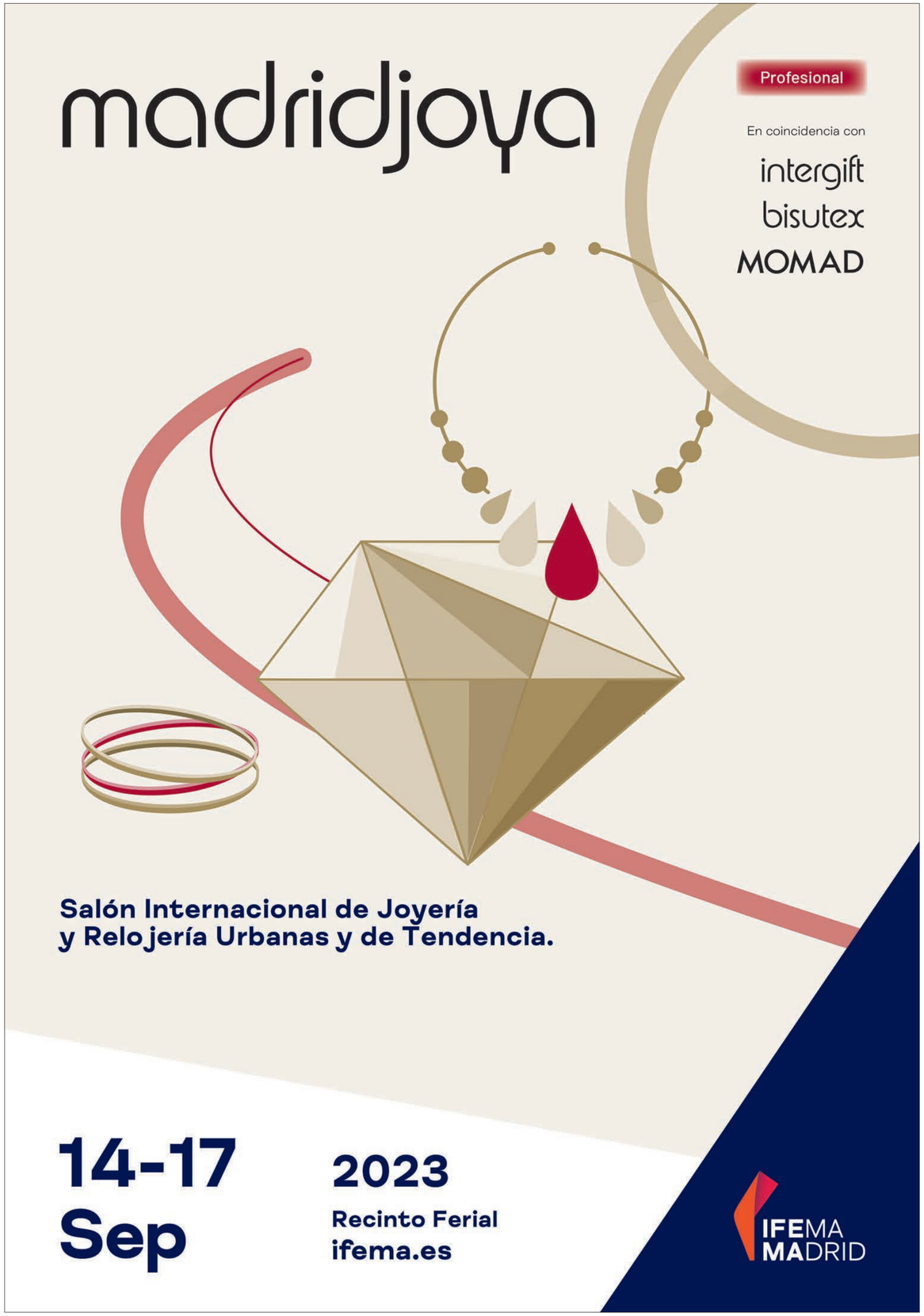
La organización de MadridJoya pone sobre la mesa la posibilidad de abrir debate con el sector joyero y relojero, de manera conjunta, con el fin de hacer de esta salón una cita imprescindible, tanto a nivel nacional como internacional. ¿Cómo podemos, entonces, replantear el futuro de MadridJoya con el objetivo de que la edición de septiembre salga reforzada?.

Por otro lado, internacionalizar la feria es necesario; cada vez más empresas están interesadas en vender sus productos en España e incluso ampliar sus redes hacia Latinoamérica, para lo cual España es la puerta natural de entrada a Europa por su ubicación estratégica. España es un país atractivo y que atrae mucho turismo; Madrid, en concreto, tiene una gran oferta hotelera, gastronómica y de ocio que la hace más atractiva aún, según apunta Julia González. Además, en materia de joyería y relojería, no tenemos nada que envidiar al resto, atendiendo a los últimos datos de crecimiento registrados.



MadridJoya es nuestra feria y debemos apostar entre todos por hacer que continúe creciendo y se convierta en una cita imprescindible para el sector. Abrimos la puerta al debate para conseguir, entre todos los profesionales del sector, una feria líder y fuerte, con el deseo de crear un futuro único y de éxito. ◆

Participa en la encuesta



Oroarezzo 2023 se enfoca en la producción de joyería



© Beatriz Badás Álvarez

Oroarezzo 2023 presenta un nuevo formato, ampliando su oferta con empresas especializadas en la fabricación de joyas *Made in Italy*. Una nueva idea de procesamiento de orfebrería y joyería toma forma en Arezzo ya que, para su 42º edición, la cita ferial evoluciona y se prepara para una jornada llena de novedades.

En mayo de 2022, Oroarezzo celebró su regreso físico centrándose en el relajamiento de la industria de la fabricación de joyas; y lo hizo con la participación de más de 300 empresas y la visita de 200 compradores invitados de 50 países. Ahora, esta cita ferial se prepara para un crecimiento y una edición mejorada, que se llevará a cabo del 13 al 16 de mayo de 2023. En los pabellones Arezzo Fiere e Congressi, el evento, organizado por el IEG y dedicado a la excelencia y el dominio de la mejor producción orfebre *Made in Italy*, mejorará su oferta para presentar un enfoque aún más centrado en la fabricación de joyas.

Oroarezzo quiere poner en foco la excelencia de la fabricación de orfebrería y joyería, junto con productos semiacabados, componentes y tecnología; por ello "*Shaping jewellery ideas*" es el nuevo lema que posiciona a Oroarezzo como el evento donde las ideas se traducen en preciosas creaciones. Además, esta edición responderá de mejor manera a las necesidades del mercado al ofrecer la oportunidad de definir la propia oferta de calidad para el desarrollo de productos únicos y privados. Por otro lado, la zona *cash & carry* estará dirigida a los minoristas para compras de *prêt-à-porter* ante la reposición estacional de los escaparates.

Una fórmula fortalecida es como se podría describir a la próxima edición de Oroarezzo, fruto de la gran sinergia con los actores territoriales de la Cámara de Comercio de Arezzo-Siena, Arezzo Fiere e Congressi, el Municipio de Arezzo, la Provincia de Arezzo y la Región de Toscana.

Oroarezzo 2023, más internacional

La organización también ha mejorado el programa de entrada a compradores que, gracias a la colaboración con ICE - Agencia para la promoción en el extranjero y la internacionalización de las empresas italianas y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, tiene como objetivo el encuentro comercial mirando a mercados consolidados de exportaciones - Europa del Este, EE. UU. y Oriente Medio, y llegando hasta el Sudeste Asiático y América del Sur.

De esta manera, la cita ferial se enriquece con nuevos contenidos. Oroarezzo, de hecho, se propone como una plataforma para el mundo de la producción, la creatividad y la innovación en orfebrería, gracias a un programa de jornadas técnico-científicas con asociaciones sectoriales, empresas líderes, organismos de certificación e instituciones para contribuir al crecimiento del sector, a través de un análisis en profundidad de temas candentes para el mundo del oro y la joyería.

Première 2023

El tradicional concurso de Oroarezzo, que premia las mejores creaciones de orfebrería concebidas y creadas por las empresas expositoras sobre un tema elegido, regresa en esta edición. Tras una histórica edición que se celebró a través de Instagram debido a la pandemia, Première deja de ser digital para volver a ser como siempre lo hemos conocido.

Esta vez, se centrará en las nuevas generaciones de orfebres y, además, se enriquecerá con una nueva categoría: "Talentos", reservada para estudiantes y jóvenes diseñadores menores de 30 años.

El diseño más bello será premiado por el jurado de operadores y expertos del sector, presidido, una vez más, por Beppe Angiolini. ◆

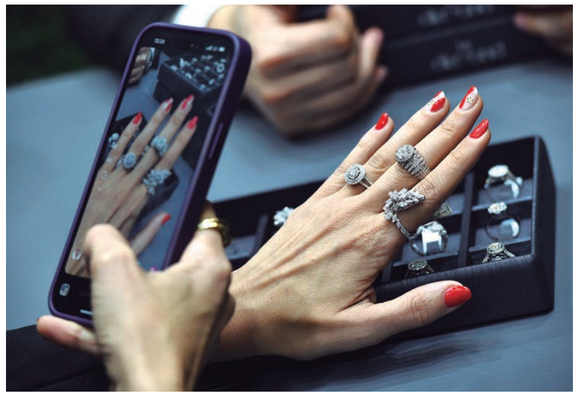




OROAREZZO
INTERNATIONAL JEWELRY EXHIBITION
13 . 16 MAY 2023 42nd EDITION
Shaping jewelry ideas
Organised by
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future
In collaboration with
Within the Fiera Smart 365 Project
madeinitaly.gov.it
OROAREZZO.IT
Arezzo Fiere e Congressi | Italy

Evolución y crecimiento en Istanbul Jewelry Show





© Beatriz Badás Álvarez

El año comenzó con un calendario ferial fuerte y preparado para una nueva etapa. Feria tras feria, el éxito se ha ido cosechando, mostrando como estas citas se han vuelto imprescindibles para el sector joyero y relojero. La última parada ha sido Istanbul Jewelry Show, que cerró sus puertas el pasado 19 de marzo. Además de cerrar la edición confirmando que estamos ante la mejor jamás celebrada, los invitados por parte de *Grupo Duplex*, en colaboración con la Asociación de Exportadores de Turquía, han palpado y visto con sus propios ojos la buena salud del sector.

La 53ª edición de Istanbul Jewelry Show reunió a 1.500 empresas y marcas de 10 países que presentaron sus novedades a los cerca de 32.000 profesionales del sector en la feria. En comparación con la feria celebrada en marzo de 2022, el número de visitantes internacionales aumentó un 17% en la edición de marzo de 2023 y el 29% de los visitantes procedían del extranjero. "La organización del evento es extraordinaria si tenemos en cuenta el hecho de recibir en sólo 4 días a más de 15.000 visitantes", nos cuenta Glenda López, una de las invitadas como parte del acuerdo entre *Grupo Duplex* y la Asociación de Exportadores de Turquía; un acuerdo que tiene como objetivo invitar a clientes selectos que conozcan de primera mano la feria de Estambul y a los fabricantes con sello turco.

"Ha sido muy interesante la experiencia, he visto una feria realmente con fines comerciales, es decir, he visto verdaderos profesionales comprando y realizando transacciones, lo que me ha sorprendido gratamente ya que, para empezar, el precio de los artículos es bastante elevado y, desde mi parecer, la industria y el comercio de joyería de lujo sigue en sana circulación", añade Glenda López.

Considerada una de las 5 principales ferias de joyería del mundo, se prevé un aumento tanto de visitantes como de expositores para la próxima edición, que tendrá lugar del 5 al 8 de octubre. Y es que, como nos cuenta Judith de Joyería Orfi, también invitada como parte del acuerdo "esta es de las mejores ferias que hay. En cada visita sigo aprendiendo y cada vez la estoy disfrutando más. Este año he percibido más género europeo y más de diseño; también ha aumentado el género producido en oro de 18kts, cuando en otras ediciones siempre había más de 14kts. Para mí ha sido una experiencia fantástica". A su vez, Miquel Sardà añade que, "la feria nos ha gustado mucho, y, aunque no había mucho proveedor de fornituras, piedras o perlas, la sección de maquinaria era completa. La parte de joyería es sencillamente espectacular, con muchísima oferta en oro, de todos los quilates y desde sencillas piezas a verdaderas obras de arte. El sector allí está en auge, es evidente; y la organización de la feria es fantástica. Hemos vuelto muy animados, la verdad. La experiencia ha sido muy positiva, por la organización y por lo que nos hemos encontrado en feria".

Récord en exportaciones

Con una producción anual de oro de 35 toneladas, Turquía ha batido un récord con 419,9 millones de dólares en exportaciones de joyería en enero. Ubicada entre los 10 principales países en producción mundial de oro, las exportaciones desde Turquía crecen sin cesar a pesar de los reveses en la cadena de suministro global que afectan profundamente al mundo entero, como la guerra entre Rusia y Ucrania o la crisis energética. El sector de la joyería ocupa una posición muy importante con respecto a los productos de exportación, así es que mientras el sector joyero realizó exportaciones por 5.855 millones de dólares en 2022, las exportaciones de oro y plata aumentaron un 7% y las exportaciones de joyería en piedra crecieron alrededor de un 33%.

Şermin Cengiz, socia fundadora de Istanbul Jewelry Show, afirma que "la joyería es un producto líder que agrega valor. La joyería representa el 80% de los 6 mil millones de dólares exportados en nuestra feria. Las reservas de oro descubiertas en Turquía proporcionan un impacto positivo en las exportaciones y demandas nacionales. En relación, y tal y como nos cuenta Glenda López tras su visita a Istanbul Jewelry Show, "la actividad local del sector joyero se encuentra en buena salud, apuntando fuerte sobre la tecnología del 3D, mano de obra especializada, diseño, optimismo y sin miedo a abrir puentes con otros países para seguir evolucionando; estas son, en mi opinión, las claves para hacer de este sector un motor económico importante para el país".

La vista puesta en octubre 2023

Şermin Cengiz confirma tras el cierre de esta edición que "seguimos nuestro camino con el crecimiento de la feria que se lleva a cabo desde 1986. La edición más grande jamás realizada ha terminado. También podemos llamar a este evento una feria de exportaciones. El tejido empresarial realizado en este evento ha contribuido positivamente al sector y a las exportaciones".

El futuro del sector joyero y relojero continúa trabajando para seguir en lo más alto, fortaleciendo todos esos músculos que lo forman y teniendo en cuenta cada factor que le da vida. Si hablamos de futuro y feria, Glenda López apunta que "algo que se podría tener en cuenta en un futuro es quizás la posibilidad de ver marcas consolidadas a nivel mundial para dotar a la feria de valor de marca y posicionamiento y así poder atraer más visitantes. Además, destaco positivamente los espacios reservados para nuevos creadores y escuelas de diseño, con la idea de abrirles al mundo de laboral". Octubre 2023 es el próximo reto de IJS. ◆







José Aguilar de Dios, un referente en el sector

El pasado 4 de marzo el sector joyero despedía a José Aguilar de Dios tras fallecer a los 91 años. Emblemático empresario y un icono de la joyería de Córdoba, José Aguilar de Dios cuenta con una larga trayectoria en el mundo joyero y es un referente en la venta de joyería al por mayor.

José Aguilar de Dios nació el 4 de febrero de 1932 en una familia de tradición joyera desde 1870. De joven aprendió el oficio de engastador y grabador; junto a su hermano Rafael, sacador de fuego, trabajaba en el taller de su padre, Pepe. Ambos formaron un tándem inseparable, personal y empresarial, durante toda su vida. En 1965, aún sin tener proyecto de negocio fuera del ámbito nacional, la empresa familiar ya produce las primeras exportaciones. Por ello, José Aguilar de Dios se convierte en pionero de las exportaciones de joyería a Estados Unidos y América Latina. La firma se especializó inicialmente en la venta de joya al detalle y a principios de los años sesenta, con la tercera generación a cargo de la Casa Taller, Aguilar de Dios comenzó a trabajar en grandes producciones, expandiendo el negocio hasta convertirse en uno de los referentes de venta de joyería al por mayor en el mercado internacional.

Dos de sus hijos, Pepe y Alejandro; y su sobrina Raquel, hija de Rafael, dirigen el grupo empresarial; acompañados hoy por sus nietos, Angeles y Alejandro; y Gregorio, nieto de Rafael: la sexta generación joyera de la familia Aguilar de Dios. En la actualidad, el grupo de empresas familiar comercializa sus productos en España y son exportados a más de 60 países en los cinco continentes.

José Aguilar de Dios (Pepín) fue un hombre de gran éxito y decía "el éxito no se mide por lo que tienes, sino por el número de personas que te aprecian de corazón, y por el cariño que recibes y das durante tu vida".

En palabras de Pedro Pérez, gerente de Grupo Duplex: "El sector llora su ausencia física y agradece todo ese legado que nos transmitió a familia, amigos y sector en general. Era un gran profesional, leal, amigo de los de verdad; con su carácter imprimía personalidad a lo que tocaba , decía y hacía y, siempre con su palabra de caballero, mirada firme y sonrisa agradable. No se ha ido, no nos ha dejado, aquí va a seguir permanente entre nosotros. Descanse en Paz". ◆



José Aguilar de Dios (Pepín) con sus 5 hijos



COMPRAMOS SUS STOCKS DE JOYAS, RELOJES, ARTÍCULOS DE PLATA, PIEDRAS PRECIOSAS…

• Desplazamiento sin compromiso a cualquier punto de la península o islas

• Pago inmediato

• Atención personalizada

• Somos joyeros desde 1885 y sabemos como hay que valorar

CARRERA JOYEROS
675 628 591
mcarrera@carrerajoyeros.com

CONTRASTE

CONTRASTE es una publicación de GRUPO DUPLEX

Depósito legal: B-31556-98
CIERRE DE PUBLICIDAD: DÍA 20 DE CADA MES

Respetamos la libertad de expresión de nuestros colaboradores y personas entrevistadas.

CONTRASTE no se hace responsable de las opiniones vertidas en sus páginas excepto en el editorial.

Avda. Catalunya, 20-22, Local 10
08291 Ripollet (Barcelona)
Tel.: +34 933 183 738
grupoduplex@grupoduplex.com
www.grupoduplex.com

Editor:
Pedro Pérez
pperez@grupoduplex.com

Dirección y Publicidad:
Pablo Pérez
pablo@grupoduplex.com

Redacción:
Beatriz Badás
beatriz.badas@grupoduplex.com

La esencia para construir el futuro y lograr lo deseado



© **Pedro Pérez**

Está muy claro que cosechamos lo que sembramos. Por ello es cada vez más acuciante promover y preparar buenos profesionales del sector, y así escuelas y empresas unidas logren esas cosechas deseadas. Todo ello redundará en éxito, abundancia y salud del sector para el futuro.

Es muy importante ser conscientes de lo que está pasando y saber que está unión escuela/empresa traerá lo que el sector necesita y desea. La sincronización es esencial, no es coincidencia ni suerte, es necesidad; es la unión de las fuerzas lo que pone en movimiento esa necesidad. De esta manera se nos brindarán tanto personas como circunstancias necesarias para alcanzar objetivos.

Todos somos parte importante, y aunque en el pasado parecía que fuera imposible crear esta realidad, nada más lejos de ello. Ahora sabemos cómo hacerlo y porqué funciona. Tenemos energías, afirmaciones, creencias muy arraigadas y deseos de que nuestra propia realidad se consume. Si todos estamos conectados, ¿cómo no obtener los logros deseados?

Enamórate mucho de ti, para que sepas y entiendas lo que vales

Sabemos que la evolución de la ingeniería facilitó la palanca que convirtió en fuerza el conocimiento humano, y así permitir el progreso y la civilización. La ingeniería informática nos está proporcionando avances vertiginosos. Hoy la evolución se basa en la evolución de los datos, y este universo de los datos es infinito.

Todo esto está transformando a gran velocidad los patrones y relaciones sociales. La información en materia de datos es la esencia para construir el futuro. La aparición de todas estas nuevas técnicas provoca una aceleración de las llamadas "uves": Volumen, variedad, velocidad, variabilidad...

Hoy tenemos todas las aplicaciones al servicio de los datos y estos son el centro de atención.

Más que nunca se necesita conocimiento para poder gestionar los recursos y la información indispensable.

Solo existe una fórmula: Formación, preparación, actualización y sobre todo concienciación. En cualquier posición del sector, se necesita formación y puesta al día.

Si hablamos de inteligencia artificial y de marketing, hoy tienen un alto valor para los clientes. Pero recordemos que el comercio electrónico, primero es comercio y después electrónico.

El trato recibido es factor clave para cerrar decisiones, resolución de dudas, valorar la necesidad, etc. Y que este se desarrolle con amabilidad, interés por ayudar. Que alguien te entienda por teléfono es clave.

En el comercio electrónico algunas veces hay teléfono de contacto, sí, pero que nadie atiende, o dan respuestas de "mal pagador", como el "Estamos renovando la web", y así llevan varios años incluso. Cuando no atiendes, ni resuelves dudas, no pienses que el posible cliente va a terminar la compra y hablar bien de ti.

Tenemos que aprender a preocuparnos de forma inteligente. "Ocúpate antes de preocuparte". Esta frase es de los abuelos, pero real como la vida misma. Sentir preocupación puede dar una sensación de control, pero la fórmula ideal para preocuparnos es dejar de pensar y actuar. Si empezamos a hacer algo, es cuando ponemos fuera los pensamientos que nos limitan.

Formémonos con pasión porque en ella están las respuestas. El propósito, sentido de pertenencia, compromiso, alegría son claves en la formación.

Enamórate mucho de ti, para que sepas lo que vales, para que entiendas lo que eres, una joya, un tesoro, un eslabón de la cadena del sector imprescindible, y así te llegue la recompensa de lo que mereces. Apúntate a decir siempre lo que sientes y sentir lo que vales, sin fisuras.

Recordemos siempre esto: no importa cuantos recursos tecnológicos tengas. Si no sabes usarlos, nunca serán suficientes. ◆



GRUPO DUPLEX

www.grupoduplex.com

Siempre cerca de ti

Sea cuál sea el canal, **estamos para informarte**

+ información
social@grupoduplex.com

OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 194

Pág 02 Del trabajo manual al diseño en 3D

Pág 03 El pulido de joyas, fases e instrumentos

Pág 04 Comportamiento del oro en marzo

Resinas calcinables de 3Dresyns para joyería (1)

© Manuel Ángel Piñeiro Solsona, técnico y especialista en 3D

La fundición a la cera perdida está siendo progresivamente reemplazada, con ciertos altibajos y frustraciones, por resinas 3D calcinables transformadas con económicas impresoras 3D de estereolitografía. Estuve probando personalmente la nueva resina del fabricante 3Dresyns. Los resultados conseguidos son impresionantes.

La fundición a la cera perdida tradicionalmente ha usado un patrón de cera para crear un modelo de cera de sacrificio. Este se sumerge en una lechada de yeso para crear una capa o revestimiento endurecido del modelo. Posteriormente, la cera se derrite en un horno y luego se vierte metal fundido dentro del revestimiento de yeso. Una vez endurecido el metal, el yeso se rompe y la pieza metálica se corta y limpia.

Las resinas 3D calcinables impresas en 3D se están empezando a usar como alternativas a las ceras calcinables para crear modelos de sacrificio. Desde hace años muchas resinas 3D calcinables han sido comercializadas con un éxito relativo. La mayoría han creado un malestar generalizado en el sector, ya que su calcinado, en la mayoría de los casos, ha resultado ser muy inferior al de la cera usada tradicionalmente. La cera al fundir posibilita su extracción por gravedad antes del cocido del yeso, posibilitando un calcinado sin imperfecciones en el yeso. Desgraciadamente, las resinas 3D calcinables no funden al calentarlas ni antes ni después de calcinarlas, por lo que su expansión y/o contracción durante el calcinado suelen provocar imperfecciones en el yeso.

Un gran paso para el sector

3Dresyns ha desarrollado sus resinas calcinables en colaboración directa con joyeros profesionales con el objetivo de superar la frustración generada por la mayoría de resinas comerciales, que en la práctica han tenido resultados mediocres, como ya hemos adelantado.

Las resinas de 3Dresyns no causan imperfecciones ya que su expansión y contracción durante el calcinado y cocido del yeso es minimizada gracias a la selección de componentes con muy bajo grado de expansión y contracción en un amplio rango de temperaturas, incluso a la temperatura de calcinación.

Sirva como ejemplo la superficie que muestra este anillo de oro. Tiene una forma perfecta, sin imperfecciones. Dicha pieza se realizó con el proceso de fundición a la cera perdida. En este caso, se reemplazó la cera tradicional por la resina 3D calcinable 3Dresyn Perfect Cast HPP Yellow, que se utilizó para su impresión con una impresora LCD monocromática de bajo costo, a un precio de 300 €.

En un próximo capítulo ahondaremos más en sus ventajas.



Technoflux®

Comprueba la pureza del interior y del exterior antes de valorar las joyas

DENSÍMETROS MATSUHAKU



TWS-1200K
Ref.: TOQGP1210



TWS-3000K
Ref.: TOQGP1220

Los densímetros MATSUHAKU ofrecen el resultado de pureza con **tres dígitos**, para mayor precisión



TWS-600K
Ref.: TOQGP0610

TWS-300K
Ref.: TOQGP0310

Interfaz con pantalla táctil

Ajuste automático de la temperatura del agua

KEE GOLD TESTER ***Ref.: TOQGT2000***

Un analizador de pureza de oro y platino revolucionario, asequible y fácil de usar.



KEE GOLD TESTER nos permite, mediante una forma no destructiva, rápida y fácil, verificar el quilataje de oro y el platino.

Compruebe aleaciones de oro de 10K, 14K, 18K, 22K, 24K sin tener que presionar un botón, usar geles sucios o químicos peligrosos.

DISTRIBUIDOR Y CLIENTE: Consulte con Benmayor S.A. las condiciones de compra, entrega y puesta en marcha.

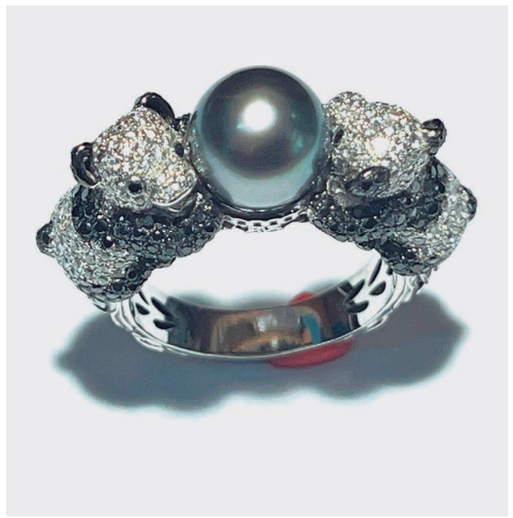
Del trabajo manual al diseño en 3D, el sentimiento de creación es el mismo

Ventajas de las nuevas tecnologías sin perder los valores y lecciones de la mesa de trabajo



Render trabajado con 3D Coat, *software* orgánico

En 20 años todo ha cambiado y podemos hacer mejor joyería



El mismo anillo ya fabricado en metal

© Manuel Ángel Piñeiro Solsona, técnico y especialista en 3D

Cuando empecé el oficio de joyero se hacía todo a mano, era impensable vislumbrar lo que el futuro nos estaba aguardando. Nunca imaginé cuando era joven que llegaría a diseñar joyería mediante un ordenador y crear la pieza en una impresora. Cuando surgió el 3D, esto se veía muy lejano.

En los inicios empezamos con unas impresoras de control numérico, introduciendo una placa de cera y, mediante el desbaste, íbamos creando nuestro diseño, con sus limitaciones en geometrías. Todo fue avanzando hasta llegar el 4º y 5º eje. A partir de aquí, ya empezamos a crear geometrías interesantes, pero todavía con sus limitaciones en técnica como vaciados de anillos, etc. La tecnología iba abriendo camino y en poco tiempo empezamos a ver el 3D en diferentes materiales, cera y polímeros.

En la actualidad yo mismo trabajo con diferentes *softwares*. Con Jewelry Cad Dream creo toda mi joyería y utilizo 3D Coat para joyería orgánica, y para renderizar, Maverick Render. Con estas dos herramientas consigo sacar mi máxima expresión creando joyería.

Como joyero, me gustaría compartir mis sensaciones. Para mí crear una pieza a mano era todo un reto desde el punto de vista artesanal. Esta sensación también la tengo hoy con el *software* en 3D. El profesional de hoy tiene que pasar por el 3D sin olvidar los conocimientos del banco de trabajo manual. Durante estos últimos años me he encontrado con artesanos que me discutían las sensaciones de hacerlo a mano. Yo también he tenido estas sensaciones y se a lo que se refieren, pero el sentimiento de creación es exactamente el mismo.

Lo que da el *software*

Cuando creo una pieza de joyería en 3D obtengo innumerables ventajas. El *software* me ayuda a saber los costes de realización, tanto el peso, como grosores, vaciados, grabados, calados, etc. Además, me facilita mostrar al cliente un renderizado con diferentes matices en los materiales, como podría ser el oro, adelantándome a los costes de fabricación y teniendo la ventaja de poder plasmar la joya de una manera fidedigna al cliente.

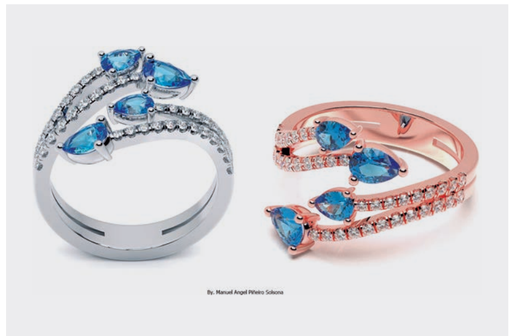
No solo se obtienen beneficios visuales, si no que ya estamos entrando en un campo técnico. Por ejemplo: hoy un fabricante que lleva un muestrario consigo, a la vez puede llevar una *tablet* donde, en un momento dado, muestra sus renderizados al cliente y de aquí saca futuras conclusiones para su futura fabricación adelantándose a las pérdidas de producción. En las redes sociales muchas empresas muestran sus diseños antes de haberse fabricado en sus colecciones, de ahí obtienen un *feedback* y esa información les permite optimizar sus esfuerzos empresariales.

Otras grandes ventajas las encontramos en detalles de producción, como siguiendo con más ejemplos; al realizar una pieza a mano, tenemos que soldarla por partes para ir creando el cuerpo de la misma con una soldadura. Estas partes soldadas son puntos sensibles de la geometría, ya que con el tiempo se debilitan pudiéndose llegar a partir, y no solo esto, que también nos bajaría la ley de la pieza, ya que la soldadura es aún más baja en lo referente a la densidad de pureza.

Del antes a la actualidad

Volviendo a la historia, antiguamente el oro era para gente muy pudiente, donde el artesano debía dedicarle una gran cantidad de tiempo a su fabricación. Durante la revolución industrial en España y el desplazamiento rural a las ciudades, se empezó a fraguar la creación de la clase media, y ello comportó la accesibilidad de esta gente a la compra de metales más preciados. En este punto, el joyero artesano tuvo que afrontar la demanda de un tipo de joyería mas accesible y diversa de la que hasta ese momento había fabricado para la realeza, nobleza, burguesía y altas esferas de la sociedad. Se introduce en el sector el concepto de joyería "comercial" donde se deben acortar los tiempos de fabricación para resolver la demanda incipiente. Esto conlleva una disminución de la relación de horas empleadas en la confección de una joya.

Gracias al 3D en la actualidad hemos conseguido una mejor joyería, no solo en los apartados geométricos sino en la propia consistencia de la joya. Este es el presente donde nos apoyamos para crear y desarrollar el joyero del futuro. Sin perder nunca los valores y lecciones que nos ha dado la mesa de trabajo a todos los joyeros. El diseño en 3D ha venido a sumar y transformar un sector en constante movimiento que requiere de una constante adaptación y modernización de sus productos y servicios.



Piezas realizadas con Jewelry Cad Dream

¿Qué es el pulido de las joyas?



© Ferran Latre, *techinical lead* División Joyería de Benmayor

Habitualmente es la fase final de nuestro trabajo. Por lo tanto, de esta última etapa dependerá el éxito o el fracaso de todo un largo proceso. La técnica del pulido ha mejorado a lo largo de la historia, y no es de extrañar ya que se podría decir que es tan antigua como la humanidad.

En la prehistoria el hombre ya pulía el sílex para fabricar útiles y herramientas. En el Neolítico aparecieron los primeros "artesanos" que creaban piezas hechas con metales nobles. Estos materiales se siguieron utilizando durante la Edad Antigua sin una evolución sustancial. Es en el vasto Imperio egipcio cuando, a fin de mejorar la calidad de las joyas, y a través de la experimentación con nuevos materiales y técnicas, podemos observar piezas bellamente pulidas, algunas bien conservadas han perdurado hasta nuestros días. Fueron los romanos los que le dieron el nombre *politus* en latín, y de ahí su verbo *polire* que significa "acción de dar lustre, suavizar, decorar o embellecer".

Desde este artículo, después de ver la importancia de este proceso a través de todas las civilizaciones, intentaremos explicar qué es y de qué se trata técnicamente el pulido en la actualidad.

Fases y métodos

Básicamente hay tres fases que son esenciales para que el pulido sea completo:

1. **Desbastado:** Consiste en eliminar las irregularidades de la superficie de la pieza. Para ello utilizaremos compuestos abrasivos de grano alto.
2. **Lustre:** Es la etapa intermedia entre el desbastado y el brillo final, por lo tanto, se utilizarán abrasivos de grano medio mediante los cuales unificaremos la superficie y la dotaremos de aspecto satinado. En función de la granometría del abrasivo aplicado la podemos definir como prepulido.
3. **Brillo o pulido final:** Se utilizarán abrasivos finos o muy finos para obtener una superficie que refleje la luz que incide en ella.

Sin entrar en los materiales, compuestos y aditivos químicos que son utilizados, podemos separar los diferentes métodos básicos de pulido entre:

Pulido manual: En la actualidad se utiliza para pulir zonas muy intrincadas, difíciles de pulir. Para ello utilizaremos diferentes elementos en los cuales cargaremos los abrasivos correspondientes a las diferentes fases. También se pueden utilizar para la fase final sin abrasivo los bruñidores de acero, tungsteno o de ágata.

Pulido mecánico: Que lo podemos dividir en dos categorías según se utilice un motor de pulir o una máquina de pulido.

- **Motor de pulir:** Es el más utilizado ya sea como sistema de pulido o como fase final de pulido. Esta máquina nos permite realizar las tres fases del pulido mediante discos de diferentes características a los cuales aplicaremos abrasivos de diversos grados. Uno de los factores más importantes a tener en cuenta es la velocidad de giro. La velocidad indicada para la etapa de desbastado es de 1800-2000 rpm, mientras que la de pulido será entre 2700-2850 rpm.
- **Máquinas de pulido:** Esta categoría se compone de diferentes sistemas de máquinas. Pero debemos hacer una importante consideración previa a pesar de los avances en los procesos, materiales y productos. Si deseamos obtener un brillo espejo, el motor de pulir deberá estar en manos de un operario especializado en pulido para obtener este acabado espectacular.

El bombo hexagonal

El bombo hexagonal es una de las máquinas más antiguas de pulido, usa un sistema arcaico y lento para pulir. Hay de dos tipos según el sistema: seco y húmedo. Los de sistema seco son de gran tamaño y utilizan taquetas de madera que al impregnarlas de pasta pulen las piezas. Este sistema está prácticamente en desuso hoy en día. Es más habitual el sistema húmedo, que utiliza los bombos de diversas capacidades con carga de acero en forma de bolas satélites o pallillos mezclados con agua y un producto abrillantador especifico. Este proceso produce un bruñido mecánico al frotar la superficie de la pieza.

Los vibros

Otro tipo de máquina de pulido importante son los vibros. También existen dos tipos diferenciados según el sistema que utilizan. Por un lado están los circulares que, mediante un sistema mecánico, las piezas y los compuestos de esmerilado y bruñido generan un movimiento helicoidal y circular que es más efectivo y rápido que el bombo. Por otro lado están los vibradores rectangulares que, al igual que el circular genera un movimiento helicoidal simple pero no circular. Éstos generalmente se utilizan para bruñido de piezas grandes de plata. En ambos se pueden utilizar tanto abrasivos para esmerilar como elementos de acero para el bruñido.

El turbo pulido

El sistema más utilizado actualmente es el turbo pulido. Mediante el microprocesador de estas máquinas de pulir podemos programar los parámetros de los diferentes ciclos de trabajo, así como la dosificación de abrasivos. Mecánicamente trabaja mediante giro rápido y movimiento helicoidal, esto permite tanto el esmerilado y el lustre o pulido en húmedo y en seco, generando ciclos cortos de trabajo y unos excelentes resultados.

Pulidoras magnéticas

Aun así, destacando por encima de los anteriores por sus resultados, están las pulidoras magnéticas. Su funcionamiento también es mediante el principio de bruñido mecánico, pero es infinitamente más efectivo que los bombos y los vibros, tanto en el resultado como en tiempos de trabajo, gracias a las micropúas. Las pulidoras con movimiento circular ejercen un movimiento circular a las piezas y a las micro púas. Las de movimiento de giro helicoidal producen un movimiento con cambio constante de posición, esto permite el bruñido de todas las partes de la pieza por pequeñas e intrincadas que sean, y su control electrónico permite la programación del ciclo. El resultado es un solo ciclo de trabajo muy rápido entre 7 y 10 minutos como máximo.

Pulido electrolítico

Por último, pero no menos importantes, están las máquinas de pulido electrolítico. Éstas utilizan un método de pulido que se realiza mediante la técnica galvánica, consistente en utilizar la pieza de ánodo y el ánodo de cátodo: el paso de corriente eléctrica a través del baño produce una disolución de las puntas o crestas de metal, lo cual reduce las rayas y alisa la superficie metálica de la pieza. Este método permite obtener buenos resultados en función de la aleación del metal a tratar. En la actualidad se considera un proceso más industrial que artesanal.



Mundo Técnico Oro y Hora recomienda

Entrar en la web de Benmayor para informarse más sobre la extensa gama de productos existentes en la actualidad para el pulido en joyería.

Los tropiezos bancarios dan nuevo vigor al oro

SEMPSA JP
Heimerle + Meule Group

© Alberto Vergara,
director financiero de Sempsa JP

Y cuando todo tendía al tedio y a la escasa atracción por la inversión en metales preciosos... ¡boom! Cualquier cosa vale para despertar de un bofetón al inversor que deja de mirar un instante al oro y a la plata como alternativa en su cartera. Si no es una guerra, es una pandemia, si no es un atentado, es la caída de un banco, si no es una inflación galopante, es un movimiento brusco de los tipos de interés. Esto es, siempre hay un motivo para tener miedo y la economía, como ciencia social que es, se muestra hipersensible a las amenazas que rondan a los ahorros de las personas. ¿Y qué suele pasar desde hace miles de años cuando la gente tiene miedo en lo relacionado con su dinero? Pues que busca oro o plata, y duerme más tranquilo con él o ella que si tiene renta fija, variable, ladrillo, dólares, euros, criptos, etc. Tan simple, tan manido, tan *vintage* pero tan efectivo y, tras miles de años atrás, dando la razón a quien opta por ello.

El 10 de marzo andábamos refugiados y aburridos en el soporte de los 1.800$/oz de oro, cuando la Corporación Federal de Seguros de Depósitos de USA (lo que viene a ser el Fondo de Garantía de Depósitos español) rescataba al Silicon Valley Bank. En una semana el oro se revaloriza un 6%. Pocos días más tarde, el icónico Credit Suisse es también salvado del abismo mediante su adquisición por UBS. Lo que lleva al oro, en unas cuantas sesiones, a superar la barrera psicológica de los 2.000$/oz. Por si fuera poco, otro transatlántico, en este caso alemán, el Deutsche Bank, acompaña la sinfonía de malas noticias del sector bancario y añade más leña al fuego.

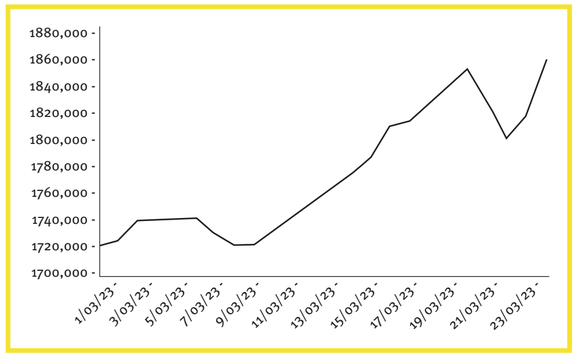
Mientras, los principales bancos centrales del mundo coordinan sus fuerzas para insuflar tranquilidad (y miles de millones de dólares, después de meses subiendo los tipos para drenarlos) al personal dando a entender que "aquí no pasa nada".

Es cierto que ninguna de estas caídas o tropiezos bancarios, guardan demasiada relación con lo acaecido en 2008, pero también lo es el que, dado el contexto en el que nos encontramos y que desde 2020 no ganamos para sustos, no conviene perder de vista los metales preciosos; no ya para evitar desplomes irrecuperables que se pueden dar con cualquier otro activo tradicional, sino también para esperar una revalorización de la inversión en oro a corto (un 10% del 10 al 20 de marzo de 2023), medio (un 18% desde marzo 2020 hasta ahora mientras renqueaba la renta variable en ese periodo) y largo plazo (un 173% de revalorización desde que cayó Lehman Bros allá en septiembre de 2008).

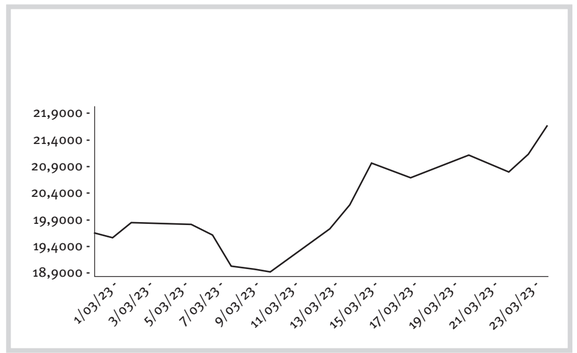
- Efemérides -
Cotización del oro y la plata

Años	Oro	Plata
	EUROS/G	EUROS/KG
HACE 15 AÑOS 31/3/2008	19,631	402,427
HACE 10 AÑOS 31/3/2013	41,498	790,496
HACE 5 AÑOS 31/3/2018	35,625	467,182
HACE 1 AÑO 31/3/2022	57,282	791,133
HACE 1 MES 28/2/2022	56,492	750,462

Precio del oro en $/onza marzo 2023



Precio de la plata en $/onza marzo 2023



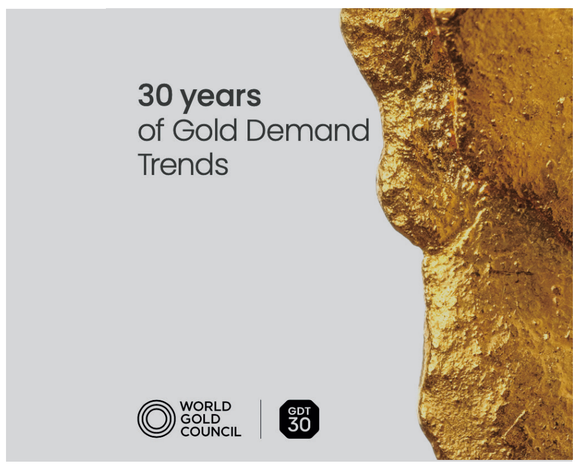
El WGC repasa 30 años en la demanda del oro

El World Gold Council (WGC) o Consejo Mundial del Oro ha elaborado un extenso informe donde repasa las tres últimas décadas de las tendencias mundiales en la demanda del noble metal. Publicado en su web, es de libre acceso para todos los profesionales y público en general interesado en su comportamiento.

Este estudio viene a celebrar el 30 aniversario de la creación y puesta en marcha, a finales de 1992, de Gold Demand Trends, una verdadera atalaya sobre oferta y demanda en cuanto al oro se refiere. Desde entonces, ha mantenido constante su compromiso de ofrecer información trimestral al mercado sobre los agentes que operan con el oro. Han sido 30 años de profunda transformación pero, como bien indica Alberto Vergara, director financiero de Sempsa JP, invertir en el noble metal "no es lo más innovador del mundo pero no se baja del pódium de lo más seguro. Sean joyas, monedas, lingotes o *token* digitales respaldados en oro o plata física (esto sí que es innovador), poseer una parte de nuestros ahorros en oro o plata es una apuesta ganadora desde la época de Cleopatra".

Mundo Técnico Oro y Hora recomienda

Descargar el informe que revisa los últimos 30 años del comportamiento en la demanda del oro elaborado por el WGC.





VICEROY ECO



MANIFESTO

La situación actual del planeta requiere una respuesta de urgencia. No vale solo con voluntad y buenos argumentos, es preciso ofrecer soluciones, acciones claras y determinadas que atajen de una vez por todas la explotación de recursos que está llevando al desmantelamiento natural del lugar en que vivimos.

La crisis medioambiental, protagonista del cambio climático, avanza voraz y provoca situaciones de alarma que serán ya difíciles de reconducir. Es, por tanto, una responsabilidad común, el reducir al máximo estas prácticas y asimilar de una vez por todas modelos éticos sustentables. Invertir en innovación, optimizar recursos, digitalizar procesos, concienciar y divulgar la emergencia climática... Si aún estamos a tiempo de hacer algo, debemos hacerlo ya.

¿Nos preocupa el porvenir de las nuevas generaciones? Seamos responsables y hagamos algo por ellos. Trabajar desde la sostenibilidad ya no es solo una opción, es el único camino, el principio y el final, presente para tener futuro.

Desde Viceroy no vivimos ajenos a esta realidad y queremos contribuir con nuestro compromiso, es por ello que lanzamos Viceroy ECO, una colección centrada en el reciclaje y el uso de materiales sostenibles.



COLECCIÓN ECOCERÁMICA

Ecocerámica recurre a la sensibilidad, la responsabilidad y la razón. Un catálogo de productos que destacan por el cuidado y la perfección. Todo realizado a base de ingredientes sostenibles, que respetan el medio ambiente de manera responsable. Luce un reloj que hablará bien de ti.

COLECCIÓN ECOSOLAR

Ecosolar es revolución, compromiso y conciencia. Es una colección de relojes fabricados con materiales reciclados y que funcionan a través de los rayos del sol. Se trata de modelos resistentes, aunque de tacto suave. Siente en tu muñeca la fuerza del astro rey.

ECOCERÁMICA



41116-66
PVPR 119 €



41116-96
PVPR 119 €



41116-06
PVPR 119 €



41116-56
PVPR 119 €

ECOSOLAR



41114-67
PVPR 119 €



41114-77
PVPR 119 €



41114-57
PVPR 119 €



41114-37
PVPR 119 €



41133-37
PVPR 119 €



41133-57
PVPR 119 €



41133-67
PVPR 119 €

Icónicas y especiales: joyas y relojes para el Día de la Madre


© Victoria Cruz

© Beatriz Badás Álvarez

Es el turno del Día de la Madre, una celebración importante que merece joyas que estén a la altura. Como día clave marcado en el calendario, el universo de la joyería y la relojería se vuelca de nuevo en una cita tan señalada, con el fin de sorprender.

Las tendencias se alían una vez más con piezas atemporales que son ya un icono en este sector y que, temporada tras temporada, se reeditan para continuar siendo un favorito y un esencial.

Al mismo tiempo, lo mejor de mantener y cuidar estas tradiciones, es que el sector joyero y relojero continúe en un primer plano y que la emoción por comprar una joya para una persona tan especial como es una madre, nunca se pierda. Tradición que va de generación en generación, como las joyas que aquí proponemos.

No hay nada más especial que celebrar un momento único, con la persona más importante, y con una joya o un reloj que, sin duda, perdurarán en el tiempo para rememorar siempre este momento, el del Día de la Madre.

Colores, símbolos, iconos, eslabones y perlas, combinación de materiales y texturas... un sin fin de posibilidades abrazan este día para sorprender a todos los gustos y estilos. ¡Feliz Día de la Madre! .◆

Eugenio Lumbreras



Eugenio Lumbreras propone un conjunto de su colección Rainbow, formado por un anillo y unos pendientes. El diseño de una flor cobra protagonismo, en oro blanco 1ª Ley, diamantes y rubíes.

Durán Exquse



Las piedras preciosas y las perlas reinventan clásicos y dan vida a las nuevas colecciones de Durán Exquse. Un acierto para celebrar el Día de la Madre, regalando joyas atemporales y especiales.

LUZZ Diamonds



La amatista aporta un extra de dulzura a este conjunto que propone LUZZ Diamonds, combinado con oro amarillo y diamantes. Joyas especiales que llenan de luz un día tan importante.

Seiko



Una esfera llamativa, ocho diamantes colocados en la esfera y un cristal en forma de caja redondeada de estilo *vintage*. La línea Seiko Presage Coktail Time es un regalo elegante y perfecto para hacer feliz a las madres.

FMF1950



Para madres y abuelas divertidas, que disfrutan con las sorpresas y los detalles; FMF1950 propone estos colgantes en oro de 18 quilates; el regalo ideal, modernos y fáciles de combinar.

Ele Ka



El topacio verde es protagonista en las diferentes joyas que propone Ele Ka. Anillos y collares de oro con topacio Rain Forest tratados y tallados por brillante Swarovski Gemstones®.

Daniel Wellington



Un regalo dulce y fresco, con una estética alegre y atemporal a partes iguales. Daniel Wellington propone su nueva colección Pastel, en la que los colores pastel y la original esfera de nácar son protagonistas.

MIO Diamonds



Un clásico en el mundo de la joyería y un esencial que siempre queremos tener. MIO Diamonds versiona las iniciales, en oro y con un pequeño diamante que la hace más especial. Una joya única.

Borsari Gioielli



Borsari propone la colección Pearl, una oda a la belleza atemporal de las perlas. Joyas diseñadas a mano, utilizando las perlas más finas y encarnando la elegancia sofisticada y excelencia artesanal que caracteriza a la marca.

Duward



Para un día tan especial, un reloj no menos especial. La colección Duward Galicia, con un diseño elegante a la vez que deportivo, atesora en su interior un movimiento suizo protegido por una caja de acero y un cristal zafiro.

Secrecy

La nueva colección Inner Paradise de Secrecy es perfecta para mamás que buscan realzar su belleza interior. Perlas naturales de río son protagonistas, desde la versión más clásica a la más atrevida.



Gold&Roses





Lady B es la cápsula de Gold&Roses que reinterpreta el lazo de una forma lujosa y contemporánea, evocando el amor, la nostalgia y el recuerdo. Un equilibrio entre la sencillez y la sofisticación en un lazo eterno.

GoFrey

Las perlas son siempre un acierto y un esencial que eleva la belleza de cualquier mujer. GoFrey las une a una de las tendencias de la temporada, las flores, para dar con un conjunto perfecto para regalar y sorprender.





Diamonfire





Dos iconos de la joyería para sorprender. Las rivieres se han consolidado esta temporada como la joya por excelencia, y las perlas siempre ocupan un lugar importante. Dos joyas elegantes y sofisticadas para regalar.

Boss



La combinación de materiales es una tendencia al alza que conquista el joyero de las que buscan algo diferente; este reloj de Boss, de acero inoxidable, esfera blanca plateado y brazalete bicolor es la opción perfecta.

Icónicas y especiales: joyas y relojes para el Día de la Madre



© Vidal&Vidal

Caterina B



Los corazones y la palabra Mom da vida a este collar en oro de 18kts que propone Caterina B; así como una pulsera multihilos también en oro de 18kts. Dos joyas diferentes pero que son un *must*.

Luna de Baroda-Merina

Merina propone la pulsera Impulso, en oro rosa de 18kts con 78 diamantes negros y 4 rubíes engastados a mano. Luna de Baroda opta por un anillo con dos amatistas rosas en forma de lágrima.



Olivia Burton



Un reloj en el que los detalles lo son todo. Olivia Burton apuesta por un reloj dulce y elegante para un día tan especial como el Día de la Madre. De acero inoxidable pavonado en oro rosa y una esfera floral gris claro aplicada.

Nowley





Nowley presenta una nueva colección, sofisticada y casual, para el Día de la Madre. Collares de plata 925 bañados en oro 18kt con un corazón; y la colección Prisma para completar un conjunto elegante.

Nanis

La colección Sunset de Nanis representa el nuevo oro rosa, tendencia en auge, y como unas joyas pueden lucirse tanto de día como de noche. Su diseño y su forma hacen de este conjunto un regalo diferente.



Jaguar



La nueva colección Jaguar Lady Connected combina la tecnología más innovadora con un elegante diseño, para regalar en el Día de la Madre. Un reloj inteligente con un aspecto clásico, en el que los detalles marcan la diferencia.

Ti Sento





Un clásico que nunca puede faltar en el joyero y un conjunto que esta temporada se ha convertido en objeto de deseo. Para las madres clásicas pero con personalidad, Ti Sento reedita las perlas.

Rue des Mille

Rue des Mille propone el anillo escudo con círculo central en pavé de circonitas, evocando con la gota de agua ese enfoque femenino ante los desafíos diarios. Y la gargantilla Mom con piedra rosa.





NOMINATION
ITALY

COMPOSABLE, CREATE YOUR BRACELET LINK BY LINK

CONTACTO ESPAÑA:
ana.suarez@nomination.com Tel. +34 673879040
manuel.melero@nomination.com Tel. +34 608770434

Icónicas y especiales: joyas y relojes para el Día de la Madre

Calvin Klein



El oro amarillo y el negro de la esfera aportan a este reloj carácter y personalidad. Calvin Klein propone un diseño que aúna sofisticación y atemporalidad, con una pieza para lucir siempre.

Mabina



El color vuelve a ser protagonista, así como los símbolos. Más allá de frases y corazones, Mabina ofrece las estrellas como símbolo para conquistar en el Día de la Madre. Un conjunto diferente y llamativo.

T-Adoro



T-Adoro celebra el Día de la Madre con joyas Riviere multicolor, adornadas con circonitas para aportar un toque actual, fresco y elegante, y con un *charm* con la palabra Mamá para señalar este día.

Malizzia



Pendientes maxi para decir te quiero a lo grande. Fabricados en acero quirúrgico y baño de oro de 18kts, estos pendientes destacan por sus aventurinas. Una joya ligera, atemporal y divertida.

Les Georgettes



Joyas con cuero reversible y colores primaverales, como el lavanda irisado de la pulsera o el rojo mistral de los pendientes. Así son las joyas que propone Les Georgettes para este día.

Kidult



Los símbolos y las frases dan vida a las pulseras de Kidult, para transmitir la emoción de este día y los sentimientos hacia una madre a través de joyas. La línea Family de Kidult es la opción perfecta.

Victoria Cruz



Moderno y con personalidad, una de esas joyas que se convierten en segunda piel. Victoria Cruz celebra el Día de la Madre con un clásico reeditado en su versión más actual, con *charms* y detalles especiales.

Potens



Potens es sinónimo de calidad y *savoir faire*, un legado que se refleja en la colección New York, refinada y cosmopolita. Con este reloj, Potens celebra el Día de la Madre, para recordar siempre este momento.

Salvatore Plata



La colección MUM de Salvatore Plata es la elección ideal para regalar en el Día de la Madre. Como este collar en circonitas de color con baño de oro o rodio; el regalo perfecto para este 7 de mayo.

Marea





Marea presenta esta pulsera en plata 1ª Ley bañada en oro de 18k, en la que la palabra mamá es protagonista y que se puede acompañar, para completar el *look*, con un reloj dorado y clásico, para acertar.

Argyor



"Mi Medalla" by Argyor es el regalo imprescindible para muchas madres: una medalla de la Virgen María en una gran variedad de diseños para llevar cerca del corazón. Un regalo con un gran valor sentimental.

Ciclón



La colección Para ti de pulseras incluye dos modelos perfectos como regalo para todas las mamás y abuelas. Un diseño especial con una cadena de bolas con leyendas en *charms* y cristales de Murano en diferentes colores.

Tous



La colección Karat de Tous está inspirada en las tallas de las gemas preciosas, un vínculo con el *heritage* relojero y la esencia joyera de la marca, para celebrar los logros y la fuerza de todas las madres.

Nomination



Las pulseras Composable de Nomination son una opción perfecta; diseñadas en acero y plata 925, los *links* exclusivos para España para el Día de la Madre cobran todo el protagonismo.

Anartxy





Sunflowers es una colección llena de luz y color, perfecta para dar la bienvenida a la primavera. Estas piezas combinan el acero con los cristales de tonos cálidos y pasteles, junto a detalles en zirconita.

Bea Soldado

Bea Soldado apuesta por dos propuestas diferentes. Por un lado, el clásico colgante de corazón que nunca falla y, por otro, un anillo baguette que marca la diferencia. Joyas diseñadas a mano en oro que le encantarán.



Lacoste



Bisel rosa mate con indicadores en color champán, correa de silicona, esfera también rosa con detalles de *petit piqué* y correa con texturas... un reloj sencillo a simple vista aunque repleto de detalles.

Mamam et Sophie





Un símbolo eterno en el universo de la joyería y que representa a la perfección un día tan especial. Maman et Sophie llena sus joyas de corazones para sorprender a una persona tan especial.

Icónicas y especiales: joyas y relojes para el Día de la Madre

Vidal&Vidal



Una madre, una joya. Vidal&Vidal propone acompañarnos en ese viaje que es la vida empezando por la primera maestra que tuvimos, una madre, con joyas que conectarán más allá de las palabras.

Lotus Silver





La colección Lotus Silver exclusiva para mamá es una forma de agradecerle que siempre está cuando la necesitamos. Por ello, la palabra mamá y el símbolo del infinito son protagonistas.

Guess



El corazón es símbolo del amor infinito, y Guess propone este icono en unos pendientes originales; así como un reloj elegante y sofisticado en el que los eslabones elevan al máximo este diseño.



Radiant



Relojes, joyas, o si lo prefieres 2 en 1. ¿Para qué elegir si lo puedes tener todo?. Recuérdale que es única, que es especial, con la opción de regalo perfecta que propone Radiant, formada por un reloj dorado y una fina pulsera.

Tommy Hilfiger

Todo al azul. El reloj multifunción de Tommy Hilfiger, con caja azul, esfera azulada y brazalete de eslabones también azul, todo ello combinado con toques de oro rosa es un regalo diferente.



Liska



Las perlas naturales y los cristales de las joyas Liska resaltan la belleza, sobre todo la de nuestras queridas madres. Por ello, la marca propone joyas que aportan luz y que, además, son esenciales para lucir siempre.

Viceroy



El color en sus diferentes facetas llega a Viceroy; esmaltados, piedras naturales o cristales. Todo ello en joyas aptas para lucir siempre y elegidas cuidadosamente para sorprender a todas las madres.

Victorinox



Lleno de los valores, la alta calidad y el diseño de Victorinox, I.N.O.X Lady es el diseño femenino más icónico de la marca suiza. Un reloj que se adapta a cada estilo de mujer, y que es práctico y elegante.

2 Jewels

Esencial, atemporal, sofisticada y apta para cualquier momento del día. 2Jewels propone la joya que es un acierto asegurado. Sin duda, los eslabones en todas sus versiones han llegado para quedarse.





La emoción del Día de la Madre con KIDULT

Con motivo del Día de la Madre, Kidult dedica algunas creaciones de la línea Family a las madres, para un dulce y delicado regalo con joyas de acero 316L que ponen a "mamá" en el centro de cada pensamiento. Un regalo que siempre es un acierto y una joya para lucir siempre.

Kidult ha preparado una selección de la línea Family, formada por diferentes propuestas con símbolos y frases emocionantes, tanto en español como en inglés. Entre las creaciones emblemáticas encontramos sin duda la icónica pulsera con cierre y *charm* de corazón, donde se encuentra grabado un dulce "mamá". La misma simple pero muy poderosa palabra se encuentra también en el centro de dos pulseras que, además, llevan un mensaje de amor puro: "no te quiero perfecta ¡te quiero feliz!". Esta opción se propone tanto en versión *bangle*, como en una nueva variante con perlas cultivadas.

Y todavía hay más, ya que las joyas de Kidult con frases para dedicar a la madre son muchas. Por ejemplo, "Mamá, te quiero por todas las cosas especiales que





has hecho por mí" que podemos encontrar en la pulsera con el sistema *comfort fit* con *charm* en forma de corazón negro y borde rosado tachonado, o en el nuevo *bangle* con colgante con borde de acero dorado. El *bangle* "Best Mom" también es una perfecta opción que la marca propone con un colgante de corazón en esmalte rosa.

Kidult también propone la nueva colección de pulseras; la primera con un *charm* de corazón con cristales y en el centro el mensaje grabado "abrazos, dulzura y amor, así es mi mamá"; y otra opción con un *charm* con detalle en forma de corazón en acero rosado y la frase "para el mundo, eres mi MAMÁ. Para mí, tú eres el mundo". Y si el abrazo de una madre hace que todo sea mejor, la elección sin duda solo puede recaer en la pulsera o en el collar "Mamá hace que todo sea mejor".

Por último, Kidult ha pensado también en la especial relación madre e hija con propuestas que cuentan la dulzura de este vínculo a través de pulseras a conjunto, para llevar juntas, disponibles en la versión con colgante corazón, con colgante redondo o *bangle* clásica sin colgante. ◆

Kidult ha preparado una selección de la línea Family, formada por diferentes propuestas con símbolos y frases emocionantes

Kidult ha pensado también en la especial relación madre e hija con propuestas que cuentan la dulzura de este vínculo a través de pulseras a conjunto









IBERIA RETAIL HUB - DAVID AYALA
TEL (+34) 625.15.78.54
EMAIL DAYALA@IRHUB.ES
AGENTE EXCLUSIVO

Kidult®
DISCOVER YOUR LIFE

MAREA presenta nuevas joyas para todos los estilos



Esta primavera, Marea nos presenta más de 60 diseños de estilos únicos, divididos en 4 colecciones entre las que encontramos dos acabados: rodio y baño en oro de 18k

Entre sus nuevas colecciones encontramos desde diseños primaverales con circonitas lavanda, elementos que sorprenden por su originalidad o joyas que siguen las últimas tendencias como las cadenas de eslabones o perlas

Empieza la primavera, y como ya nos tiene acostumbrados Marea en cada inicio de temporada, nos presenta nuevas colecciones de joyas en plata de 1ª Ley. Más de 60 diseños únicos divididos en 4 colecciones entre las que encontramos dos acabados: rodio y baño en oro de 18k.

Su colección Nébula promete elevar los *looks* a otro nivel. Inspirada en la belleza del universo se compone por piezas que siguen la tendencia de las perlas combinadas con estrellas, creando un diseño muy original a la vez que sofisticado. Perfecta para agregar un toque de *glamour* en cualquier ocasión.

Malva es su colección más dulce y primaveral. Sus joyas están formadas por mariposas con circonitas en talla navette con el color de esta temporada: el lavanda. La pieza que más nos ha llamado la atención son los pendientes que van al lóbulo, un diseño muy rompedor.

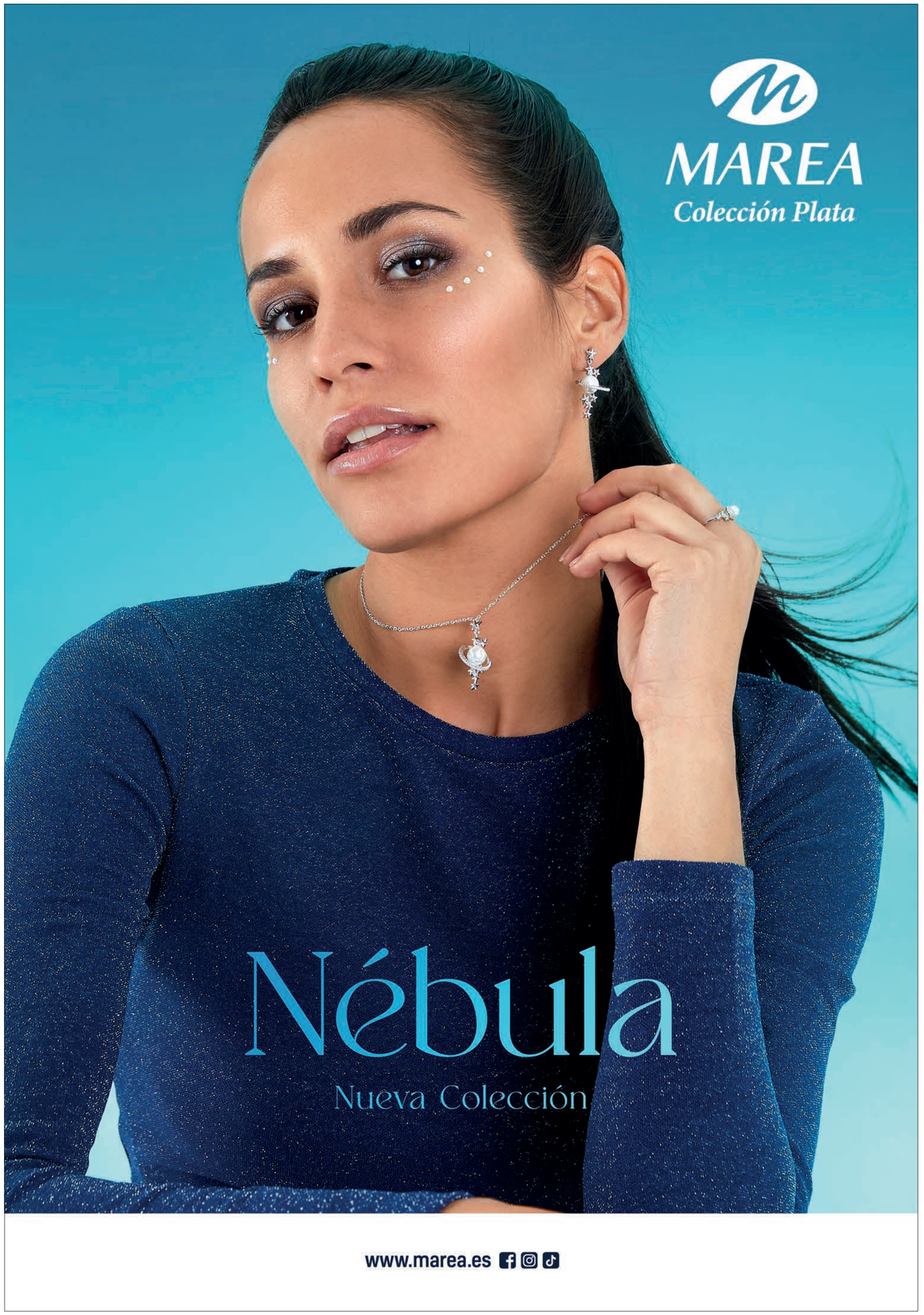
El elemento principal de su colección Milano no ha dejado indiferente a nadie: un globo en forma de perrito. Un conjunto de piezas con un aire *chic* y divertido en el que encontramos collar, pulsera, pendientes y anillos en los dos acabados.

Como ya llevan demostrando meses, Marea no se queda atrás con las últimas tendencias. Prueba de ello es su nueva colección Endless. Una explosión de estilo atrevida a la par que tierna como resultado de la combinación de cadenas de eslabones y ositos con circonitas en microengaste. Cada pieza es una declaración de moda para aquellas mujeres que buscan un toque distintivo en su estilo personal.

Además de estas 4 colecciones, Marea ha incluido nuevas piezas a su colección de genérico, entre las que encontramos joyas atemporales que combinan perlas y circonitas blancas, pendientes 2 *looks* o collares con cadenas de bolas y elementos de la suerte.

Marea no deja de sorprendernos, combinando siempre calidad, diseño y estilo a un precio muy competitivo. Para más información sobre sus colecciones, podéis consultar sus páginas web. ◆

www.mareplata.com
www.marea.es



Llega la primavera a la familia DANIEL WELLINGTON





© Beatriz Badás Álvarez

Daniel Wellington, la marca sueca de relojería, conocida por sus propuestas clásicas y minimalistas, nos sorprende en esta ocasión con modelos primaverales de edición limitada y celebra así la próxima temporada. La marca presenta la nueva colección Pastel, que, como su propio indica, en ella los colores pastel son los auténticos protagonistas. Un guiño al lado más dulce de la próxima temporada y una dosis de aire fresco para llenar de alegría los *looks* más primaverales.

En la colección Pastel, los modelos tradicionales de la marca y con mayor éxito de ventas, el modelo Petit (28mm) y el modelo Quadro (20x26mm), se reinterpretan en colores frescos y muy femeninos, para dar la bienvenida a la temporada Primavera-Verano 2023 de una forma especial.

6 nuevos relojes con detalles en acero chapado en oro rosa que presentan esta primavera colores delicados. De estos diseños destacan también otros detalles como la elegante esfera de nácar, que se caracteriza por su iridiscencia y originalidad. Y es que el nácar nunca falla, mostrando siempre su lado más sofisticado, femenino y elegante.

La gama se viste con correas de genuina piel italiana en tonos pastel: rosa, lila y azul. Tres tonos que siempre conquistan el armario de la época estival más esperada del año, por lo que estamos ante un reloj que querremos lucir cada verano y que nos acompañará en cada momento.

Piezas de relojería para llevar a diario que respiran elegancia y frescura en tonos que nunca dejaran de ser tendencia. ◆

La nueva colección Pastel reinterpreta los modelos tradicionales de la marca, con esfera de nácar y correas de genuina piel italiana en rosa, azul y lila



Ref. DW00100633
P.V.P. 179€



Ref. DW00100634
P.V.P. 179€



Ref. DW00100635
P.V.P. 179€



Ref. DW00100636
P.V.P. 199€



Ref. DW00100637
P.V.P. 199€



Ref. DW00100638
P.V.P. 199€

ORO BASE
Fornituras de Joyería, S.A.

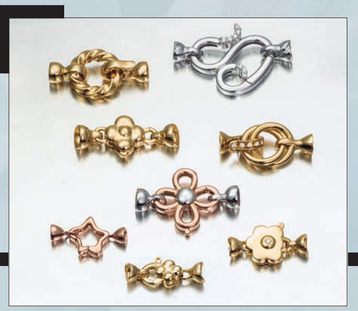
El mayor surtido de fornituras y complementos en oro, plata, gold filled y otros materiales.
Todo lo que necesita en un sólo click.



PENDIENTES **REVERSIBLES**



FORNITURAS DE **PRECISIÓN**



BROCHES DE **COLLAR**



FORNITURAS DE **ORO**



FORNITURAS DE **PLATA**



GOLD FILLED 14/20



CADENAS DE **ORO, PLATA** Y **GOLD FILLED**

Usted lo imagina, nosotros lo realizamos.
Orobase, siempre cerca de usted

WWW.**OROBASE**.ES

Delegación Andalucía
Ángel Luque
T. 607 505 606

Distribuidor Oviedo
Comercial Doncel
T. 985 216 281
comercialdoncel2015@gmail.com

Central Madrid
T. 915 310 207
www.orobase.es

Distribuidor Murcia
Palomera, C.B
T. 968 293 860
palomera@comercialpalomera.com

Delegación Bilbao
T. 944 795 267
orobasebilbao@hotmail.com

Distribuidor Cataluña
Justo Comercial de Relojería, S.A.T.
T. 933 175 787
www.justo-relojeria.com

JAGUAR CONNECTED llega en su versión más femenina



© **Beatriz Badás Álvarez**

Tras el éxito de Jaguar Connected, la primera colección de relojes híbridos para hombre de Jaguar, la marca lanza ahora una nueva gama de relojes conectados para mujeres: Jaguar Lady Connected. La gama combina el diseño refinado de un reloj analógico con funciones avanzadas, diseñadas para facilitar la vida cotidiana.

Entre sus funciones destaca la facilidad para priorizar lo realmente importante ya que, con el fin de no ser molestado por alertas de todo tipo, el reloj vibra únicamente en aquellos que elijamos. Además, es posible filtrar mensajes, llamadas y notificaciones de redes sociales y priorizarlas. Una ligera presión en uno de los botones de la corona es suficiente para recibir información diversa del dial: la fecha, una segunda zona horaria o consultar la música que escuchamos desde nuestro teléfono móvil, hacer fotografías, memorizar el estacionamiento, localizar el paradero de su teléfono inteligente y compartir su ubicación con un amigo para sentirse más segura en su camino a casa. Y mucho más.

Entre todo esto, una de las funcionalidades más destacadas es, sin duda, la posibilidad de programar una acción IFTTT, es decir, procesar automáticamente acciones que, de otro modo, tendrían que realizarse manualmente. Por ejemplo, accionar electrodomésticos, encender las luces o la calefacción, abrir la puerta, etc... Gracias a la interfaz intuitiva, puede cambiar la configuración del reloj en la aplicación para que se adapte perfectamente a su estilo de vida, lo que le permitirá concentrarse solo en lo que realmente importa.

Diseño moderno y femenino

Con una fuerte personalidad, las propuestas de las series J980/1/2/3/4/5/6 y J981/1/2/3/4/5/6 dirigidas a una mujer atrevida y valiente, no pasan desapercibidas y se alían con la tendencia *sparkling* del momento. Así es que, provisto de una carcasa de acero inoxidable de 35,5 mm, que combina, en los diferentes modelos, la correa de acero en tonos plata y plata/oro rosa, así como divertidas combinaciones entre la esfera en nácar, plata, azul, verde, negro, burdeos y el bisel disponible con cristales blancos o multicolores, combinados con los índices que alternan números romanos con cristales blancos.

A su vez, los relojes J982/1/3/4/5 y J983 /1/3/4/5 son 8 propuestas muy originales, insólitas y estilosas, que lucen una carcasa de acero inoxidable de 35,5 mm en los tonos naturales del acero, con correa bicolor amarillo oro (J982/1/3/4/5) o una carcasa y una correa totalmente doradas (J983/1/3/4/5). Estos diseños destacan también por las grandes esferas con diferentes matices como nácar natural, plata, azul, negro y verde, rodeadas de biseles, algunas con cristales de colores inspirados en el arco iris, otras con cristales totalmente blancos que reflejan los destellos de las circonitas en lugar de los índices. Todos los modelos tienen integrado un cristal de zafiro a prueba de ralladuras, muy resistente.

Con estos nuevos relojes de Jaguar Lady Connected, asistimos a una explosión de colores vibrantes con tonalidades vivas que aportarán un soplo de aire fresco a nuestro armario, y por otro, la moda primavera-verano nos devuelve al minimalismo de los 90 que cobra vida en vestidos con bandas y camisas *boyfriend*, rigurosamente blancas, para llevar con cuello alzado. Ha llegado la hora de atreverse a reivindicar los estilismos de la próxima temporada con relojes de líneas marcadamente masculinas, pero coloridos en los detalles. ◆

Una explosión de colores vibrantes con tonalidades vivas que aportarán un soplo de aire fresco a nuestro armario. Relojes de líneas masculinas aunque detalles coloridos









Color y estilo en lo nuevo de ICE WATCH

© Beatriz Badás Álvarez



Ice Watch, la marca relojera que se caracteriza por diseñar relojes cómodos y fáciles de lucir aunque con diseños llamativos e innovadores, presenta una gran infinidad de propuestas para esta nueva temporada, acordes con las tendencias del momento aunque sin olvidar esos códigos atemporales, para poder lucir siempre. Para todos los estilos y gustos, cualquiera podrá encontrar su reloj. Destacamos algunas de las nuevas colecciones de Ice Watch. ◆

Ice Horizon

Las esferas degradadas son protagonistas en esta colección. Los diferentes tonos, todos ellos tendencia de la temporada, captan todas las miradas para resaltar los *looks* más veraniegos. Como el Ice Horizon Verdigris, inspirado en un crepúsculo náutico, con un color sutil y moderno que se alía con el dorado de los números. Apto para los más fashionistas. O el Ice Horizon Orchid, con un aspecto *chic* y sofisticado que lo convierte en el accesorio perfecto para acompañarnos durante el día o la noche. Su esfera en degradado morado aporta un toque de calidez y estilo a todos los *looks*. Sin olvidarnos del Ice Horizon Nude, inspirado en las puestas de sol y que es elegante y desenfadado a partes iguales.



Ice Tie and Dye

Una colección para todos los estilos gracias a diseños con una versión dulce, como si de un caramelo se tratara, a otra más atrevida con estampado militar y colores con fuerza. Destacan el Fresh Mint, inspirado en la época de los 70 y con tonos de azules a amarillos y verdes. Un reloj que aportará un toque colorido de aire *hippie* a todos los conjuntos. El reloj Coral llama la atención por una combinación que es estrella esta temporada: el naranja y el rosa. Y el Green Shades, perfecto para los más pequeños, ya que pueden aprender a leer la hora con facilidad en un diseño moderno y colorido. Su pulsera en tonos verdes fabricada en silicona aporta comodidad y estilo.



Ice Cosmos

Una paleta de *nudes* da vida a esta colección, atemporal y sofisticada gracias a sus colores y detalles. De esta manera, la tendencia *Nude* llega a Ice Watch con esta colección, destacando el Almond Skin Shades, con un estilo depurado y muy femenino gracias a la correa *nude* y a los cristales de colores que adornan la esfera; también el reloj Celestí Day, un reloj suave y robusto, perfecto para cualquier ocasión y para elevar el *look* con un gesto dulce; y, por último, el Whyte Crystal Numbers, un reloj para brillar sin esfuerzo, elegante y sobrio, monocromo con detalles dorados y lentejuelas.



Ice Glitter

Para las noches de verano o para llenar de flúor cualquier momento del día. La colección Ice Glitter llega cargada de fuerza y personalidad. Destacan el Neon Lime, con lentejuelas lavanda brillantes y centelleantes para adornar la esfera de un reloj colorido y atemporal. El Ice Black-Rose, un reloj extraplano con silicona negra y con la esfera y las manillas cubiertas de purpurina en color rosa dorado, perfecto para las mujeres que buscan brillar y, por último, el Black, un reloj *total black* con esfera de lentejuelas y detalles en dorado.





Lujo y personalidad en FRANCO P.&SONS

© Beatriz Badás Álvarez

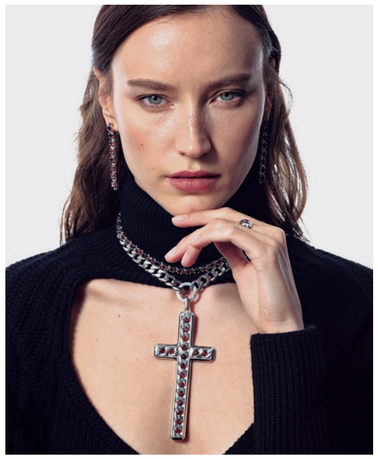
La colección FrancoPiane de Franco P.&Sons fue concebida por Franco para mujeres que aprecian el arte y tienen un estilo de vida refinado y natural; mujeres que buscan algo exclusivo y único que exprese su personalidad y belleza natural. Franco Pianegonda se dedica a crear joyas que son verdaderas obras maestras, diseñadas para realzar la feminidad y la belleza de cada mujer. Y así lo transmite en esta colección, dividida en diferentes líneas aunque todas ellas con la esencia propia de su diseñador y el tan característico *Made in Italy*.

La colección FrancoPiane combina el arte con la belleza de la naturaleza, utilizando únicamente materiales nobles como el oro, los diamantes, las piedras preciosas y la plata, para crear joyas atemporales. Franco Pianegonda garantiza, además, que todos los materiales utilizados en la producción de sus joyas han sido cuidadosamente seleccionados de fuentes confiables, que no tienen vínculos con el tráfico de diamantes, oro u otras piedras preciosas; al mismo tiempo, los procesos de fabricación son conscientes con el medio ambiente, con el objetivo de minimizar el impacto en el ecosistema.

Un lujo auténtico y refinado, que expresa la personalidad única de cada mujer, el compromiso y la pasión de Franco por crear obras de arte atemporales, y que da vida a esta colección formada por diferentes estilos que descubrimos en *Contraste*. Joyas para lucir siempre con mucho carácter.◆

Perpetual Love

Perpetual Love celebra el amor eterno con cadenas y piedras preciosas engarzadas como momentos felices. Anillos, collares, pulseras y una cruz espiritual representan la belleza del amor que siempre brilla.



Love Now

Joyas creadas con piedras naturales en un marco de plata esterlina. El diseño en forma de flor representa la fuerza vital del amor que une a dos personas. Lucir esta joya es celebrar el amor y su belleza, aportando luz y calidez a cada momento de tu día.



Glitter

Una celebración de la belleza interior de la mujer, brindándole confianza y positividad. Joyas de plata únicas, con eslabones orgánicos y texturizados, engastados con diamantes, rubíes, zafiros y esmeraldas, realzan la belleza de una mujer, aportando elegancia y sofisticación a cada momento de su vida.



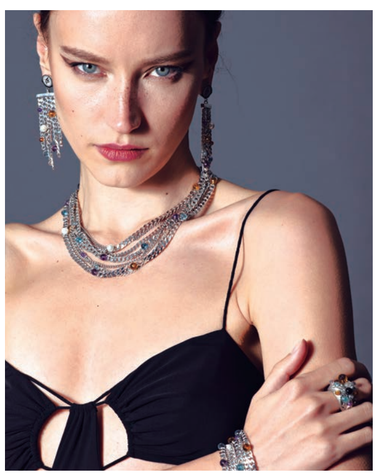
Loving Strings

Combinando diferentes estilos y pensamientos, las joyas de esta colección son elegantes y únicas. La mezcla armoniosa de diferentes elementos crea un nivel de belleza inusual y atemporal. Loving Strings representa el amor como hilos invisibles que hacen vibrar las emociones. El diseño de Franco hace visibles estas cuerdas, invitándote a bailar al ritmo de tu vida.



Her Power

Her Power es una oda a la belleza y la fuerza de la mujer. Franco crea piezas únicas que celebran la naturaleza femenina, utilizando la plata como lienzo sobre el que depositar las gotas de rocío de perlas, topacios, amatistas y cuarzos. Las formas redondas y facetadas de los cristales reflejan la luz de manera sublime, iluminando la piel de la mujer con una elegancia atemporal.



Shining Heart

Una colección que celebra el amor a través de su símbolo más icónico, el corazón, adornado con brillantes diamantes. Cada pieza de joyería, anillo, arete, pulsera o collar, está cuidadosamente detallada para transmitir la belleza del amor fuerte, puro y genuino. Lucir joyas Shining Heart es irradiar fuerza, pasión y cariño en todo momento.



STAR PIRLANTA



SOLICITA MÁS INFORMACIÓN O LA VISITA DE UN COMERCIAL

+34 611 532 801 info@starpirlanta.es www.starpirlanta.es

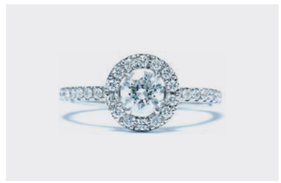
Anillos inspirados en el estilo de la realeza con THE BRIGHT CLUB

© Beatriz Badás Álvarez

The Bright Club estrena la nueva temporada con flechazos convertidos en irresistibles diseños; anillos de compromiso en oro y diamantes sostenibles que harán resaltar tu personalidad. Anillos que son un deseo y que, para otorgar un giro más lady, se pueden acompañar con pendientes y colgantes a juego. Todos ellos se inspiran en la moda y el estilo de la realeza, una tendencia al alza que ya ha provocado la viralización de diferentes diseños y que son un absoluto deseo entre las generaciones más jóvenes.

Las propuestas de The Bright Club para primavera ya están aquí. La joven marca se caracteriza por trabajar con diamantes sostenibles y anillos de compromiso de diseños sofisticados y exquisitos hechos en España. The Bright Club cuenta con diferentes diseños: 'Duchess Round', en oro de 18kts con un diamante sostenible en talla redonda, certificado por el International Gemological Institute (IGI). Un anillo llamativo y muy especial. 'Infanta Emerald', en oro amarillo y blanco de 18kts con un diamante sostenible en talla esmeralda, también certificado por el International Gemological Institute (IGI). Los anillos del modelo 'Princess' destacan por tener un diseño similar al anillo icónico anillo de compromiso de Lady Di, donde un halo de diamantes ilumina la piedra central; y el modelo 'Queen' cuenta con un espectacular halo de diamantes a juego con el brazo del anillo que envuelve toda la esfera en un *twist deluxe*.

Clásicos que The Bright Club reedita, como marca que busca innovar en el sector joyero, apostando por diamantes fabricados en laboratorio y modelos adaptados a todos los gustos. ◆


La atemporalidad en el icono de NANIS

© Beatriz Badás Álvarez

Lo orgánico, la sofisticación y la equilibrada "redondez" de la naturaleza inspira la nueva colección de Nanis, una reinterpretación de la más icónica de todas las formas de la firma italiana: las bolas de oro de 18 quilates, grabadas a mano con la técnica milenaria del *buril millerighe*.

Esta forma, tan simple y pura, puede parecer a simple vista fácil de hacer pero lo cierto es que esconde un nivel de artesanía increíblemente alto. De hecho, estas bolas se fabrican una a una y consisten en dos "cáscaras" que se sueldan para luego colocarse en un horno especial con el fin de que se endurezcan. A continuación, se conectan entre sí con pequeños anillos de oro, con una precisión y una paciencia increíbles. Es entonces, después de este proceso, cuando las bolas están listas para ser grabadas por los artesanos de la marca italiana, dejándolas suaves como la seda.

Esta forma tan distintiva ha sido, y sigue siendo, el eje principal de algunas de las colecciones mas distintivas de Nanis, como se aprecia en IVY, Soffio, los pendientes Ciliegine y muchas otras joyas; todas ellas compartiendo la misma elegancia sinuosa y suave. ◆






SEIKO PROSPEX presenta el primer reloj de buceo con movimiento GMT mecánico

© Beatriz Badás Álvarez

Fue en 1965 cuando Seiko presentó su primer reloj de buceo y, desde entonces, la firma ha desarrollado nuevas tecnologías y diseños que han hecho de Seiko Prospex una de las colecciones favoritas entre los buceadores aficionados y profesionales de todo el mundo. Ahora, Seiko Prospex presenta, por primera vez en la historia, un nuevo movimiento de la familia 6R, que cuenta con función GMT y una reserva de marcha ampliada a 72 horas. El calibre 6R54 está presente en tres nuevas creaciones que reinterpretan el reloj clásico de Seiko de 1968, combinando el diseño original con las últimas innovaciones en relojería.

Los tres modelos son resistentes al agua hasta 200 metros y cuentan con Lumibrite en las agujas y los 12 marcadores para garantizar la máxima legibilidad incluso en situaciones de poca luz, mientras que el bisel unidireccional es de cerámica con el fin de proteger los relojes de arañazos y mejorar su durabilidad. Cada reloj se presenta con un brazalete de acero inoxidable compuesto por tres delgados eslabones que se acomodan de forma segura a la muñeca.

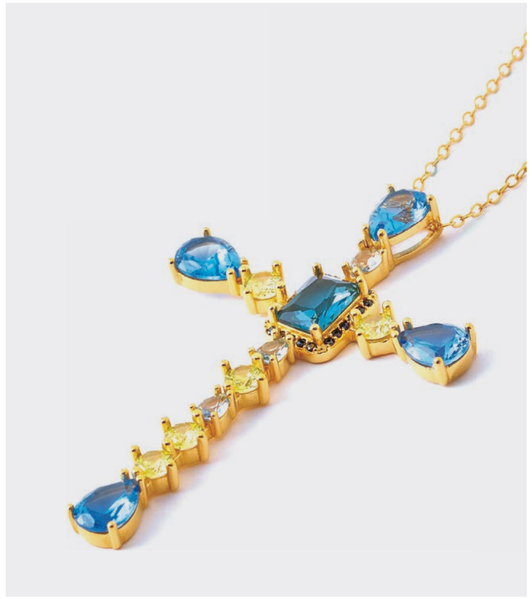
Además de las dos nuevas creaciones de estilo clásico con la esfera en verde y negro, Seiko Prospex suma a la colección un modelo de Edición Limitada que conmemora el 110 aniversario del primer reloj de pulsera de la marca.

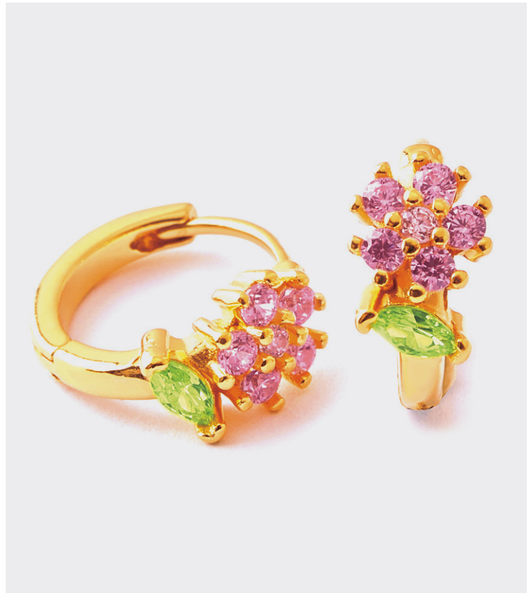
Los tres relojes estarán disponibles, a partir de junio de 2023, en las boutiques de Seiko y en tiendas seleccionadas de todo el mundo. ◆





MALIZZIA






Distribuido por:
AG925Milésimas
C/ Toro, 2 - Salamanca
Tel. 625 517 423
malizzia@malizzia.com
925milesimas.com
SE BUSCAN AGENTES COMERCIALES PARA DISTINTAS ZONAS

El maximalismo de PITTIESISI

La esencia italiana, las piedras naturales y el maximalismo se alían en la colección Pietre della Terra de PittieSisi. La marca italiana vuelve a fusionar el arte y el diseño, la artesanía refinada y la creatividad libre para transmitir una elegancia que se aleja de cualquier regla preestablecida.

Formas suaves y luminosas, así como piedras únicas son los elementos claves de esta colección formada por maxi anillos. El cuarzo ahumado, cuarzo rutilado amarillo y el cuarzo rutilado rosa, montadas en plata 925 pulida, son las piedras naturales elegidas para una colección con carácter y en formato maxi. Una colección muy característica también por sus formas, irregulares y perfectas para captar toda la atención. Joyas especiales con la esencia tan propia de PittieSisi. ◆



ARTESTONE da vida al acero con mucho color

Artestone presenta nuevas colecciones para la temporada Primavera-Verano 2023 que ya se desvelaron en la última edición de Bisutex. En ellas, el color es el auténtico protagonista, ofreciendo una vida diferente al acero.

Por un lado, la colección Ikigai, inspirada en un propósito japonés. Esta colección destaca por los materiales, como el caucho, el acero y la plata. Ajustables a cualquier medida, están disponibles en infinidad de colores.

Por otro lado, la colección Alma, de caucho recubierta por una base de acero. La pieza central de estas pulseras puede ser de perla cultivada o de plata de ley y también está disponible en diferentes colores, concretamente en más de 20 tonos.

Ambas colecciones destacan por ser económicas y totalmente novedosas, así como por los materiales, todos ellos fabricado en España y Europa, marcando así la diferencia. ◆





PERRELET amplia su colección LAB Peripheral

Perrelet es conocido por desarrollar relojes caracterizados por un diseño original y reconocible al instante, todo ellos equipados con calibres automáticos. ¿Por qué solo movimientos automáticos? En homenaje a su fundador. El maestro relojero Abraham-Louis Perrelet desarrolló el primer calibre automático en 1777, un mecanismo totalmente revolucionario para esa época.

En 2021, Perrelet lleva el movimiento automático a un nivel superior. Esto sucede con la colección LAB Peripheral, que presenta los modelos LAB Peripheral Dual Time y LAB Peripheral 3-Hands. Esta línea presenta un rotor que baila discretamente alrededor de la periferia de la esfera según el ritmo de la muñeca del propietario. Cumple su cometido, no perturba la legibilidad de las funciones del reloj y luce un fino tallado con rayas oblicuas. Es casi invisible, pero no se oculta a una mirada aguda.

Las creaciones 2023 dan la bienvenida a un tono verde esmeralda en las esferas del LAB Peripheral Dual Time y el LAB Peripheral 3-Hands. Este último también está disponible en un tono azul intenso. Dos colores de moda, contemporáneos y muy apreciados.

La colección LAB Peripheral se presenta en una caja en forma *"cushion"* de acero inoxidable de 42 mm x 42 mm, resistente al agua hasta 5 ATM. Sus líneas suaves y lisas, junto con las asas cepilladas y pulidas, la decoración de rectángulos en relieve del lateral de la caja y el bisel octogonal pulido con perfil satinado, dotan a este modelo de un carácter fuerte y distintivo. Con su estilo *casual-chic*, es adecuado tanto para ocasiones elegantes como deportivas, dependiendo del atuendo con el que se combine. ◆



Las PERLAS, la obsesión de todas las generaciones

© Beatriz Badás Álvarez

Series de Netflix como *Élite* o *The Crown* y su quinta temporada inspirada en Lady Di; el deseo de piezas atemporales, el auge de lo *vintage* y como ciertas joyas pasan de generación en generación, nuevos códigos de estilo que rompen con reglas preestablecidas, el *genderless* y que las perlas siempre han tenido ese "algo". Todo esto, y quizás mucho más, han hecho de las joyas con perlas algo más que una tendencia, convirtiéndolas en un esencial y en el deseo de todas las generaciones. ¿Quién no tiene una joya con perlas en su joyero?.

Desde joyas emblemáticas inspiradas en épocas pasadas, como los pendientes de botón o los largos collares de perlas que hemos sido testigos de su regreso en esta temporada, hasta una nueva reinterpretación de estas piezas. Las perlas ya no entienden de reglas y su universo es mucho más amplio. Según un estudio de Zion Market Research, la industria de la joyería de perlas es el segmento del mercado más grande del sector que gira en torno al diseño, la producción o el abastecimiento y se espera que el valor del tamaño de este mercado aumente su nivel de alrededor de 10.500 millones de dólares (2022) a alrededor de 25 mil millones de dólares para 2030. Y es que, el ritmo significativo de la creciente popularidad de las perlas y el aumento de la demanda de este tipo de joyas, hacen que el mercado mundial de joyas de perlas se encuentre en constante crecimiento.

Entre todas las tendencias de la temporada, la estética neoburguesa es una de las más vistas en el *Street Style*, con una dosis de clasicismo envuelta en la modernidad y personalidad de hoy. Los collares también se han renovado, inspirándose en tendencias pasadas; ahora, los collares largos y los collares con varias vueltas están por todas partes. Las joyas *fifty fifty*, esas que combinan perlas con otros materiales, vuelven a ser vistas como la joya que más luciremos en esta época estival y, por supuesto, las perlas en su formato maxi que tanto se dejaron ver en pasarelas. En cuanto a manual de uso, las perlas también juegan con el *layering*, una declaración de intenciones para mezclar estilos y materiales.

Sea como sea, las joyas de perlas se renuevan una y otra vez para alejarse de lo predecible y sorprendernos. Un *must* al que nadie quiere renunciar.

Mostramos joyas con perlas que son pura inspiración. ◆



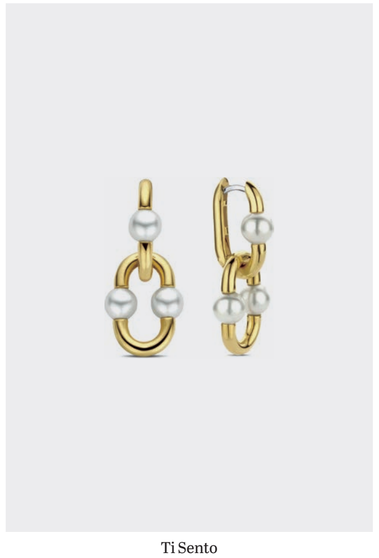
MIO Diamonds



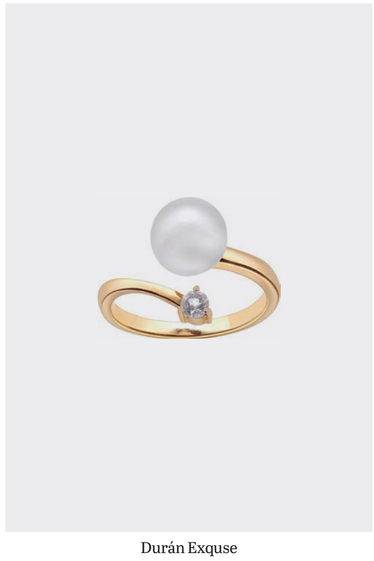
Argyor



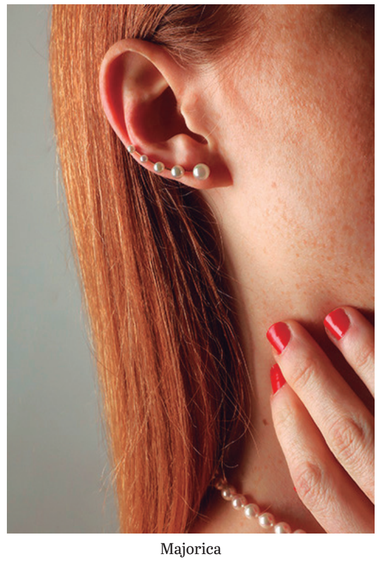
Secrecy



Ti Sento



Durán Exquse



Majorica

Visto en MadridJoya

© Beatriz Badás Álvarez

MadridJoya volvió a ser escenario de tendencias en la última edición de febrero. Las joyas que luciremos en la nueva temporada SS23 se dejaron ver para confirmar que el diseño, la atemporalidad, los símbolos y la mezcla de texturas o materiales continúan siendo las claves.

Mientras el sector continúa al alza, cada pieza de joyería es un nuevo deseo en el que se busca marcar la diferencia. Collares largos, el formato maxi que ha llegado para quedarse, el regreso de los brazaletes (que será una de las joyas más vistas en la temporada Primavera-Verano), los clásicos reinventados o los eslabones que son ya un *must* y el color son las tendencias protagonistas y también las más vistas en la edición de febrero de MadridJoya.

Las joyas se han convertido en un complemento esencial de muchas generaciones y diferentes estilos, que buscan siempre transmitir su personalidad a través de piezas que cautivan y que son exclusivas, convirtiéndolas en parte de uno mismo, en una segunda piel. Descubrimos algunas de las tendencias y novedades vistas en MadridJoya. ◆



Alen Dione

Alen Dione apuesta de nuevo por las piedras de color en sus colecciones con el fin de ofrecer joyas versátiles, muy fáciles de llevar y que eleven un *look* muy veraniego. El verde es uno de los tonos favoritos de cada verano, aportando un toque fresco en estos collares.



Alisia

Los colores triunfarán esta temporada como nunca, por lo que no es de extrañar que las joyas que más veremos estarán repletas de frescura. Alisia propone un verano alegre con collares aptos para cualquier momento del día.



Hurjo

Está claro que los clásicos con un nuevo estilo son las joyas más buscadas de la temporada; piezas atemporales que llaman la atención por algún detalle y que llegan con nuevos códigos para volver a conquistarnos. Piezas que vemos con otros ojos y que nos vuelven a enamorar. Al fin y al cabo, las joyas son para lucir siempre.



Kuvo Plata

Las piedras preciosas y la plata se funden en otra maxi joya. Tendencia absoluta de la temporada, esta vez el maximalismo y el minimalismo conviven, dando paso a nuevas combinaciones en las que el equilibrio entra en juego. Por ello, las joyas tan llamativas por su tamaño y por sus detalles, ganan peso.



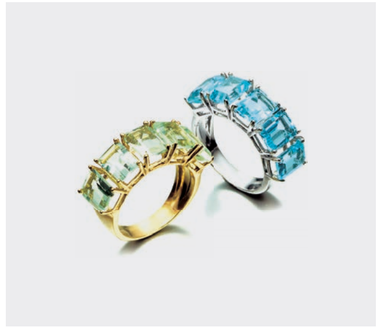
Mediterraneo Gioielli-Davide Achito

Texturas, formas geométricas, dorados como el sol del verano y maxi. Todas las tendencias de la temporada en un conjunto para lucir siempre. Las formas que recuerdan a otras épocas es otra tendencia que conquista incluso a las generaciones más jóvenes, en su búsqueda constante de piezas especiales.



Alpi-Or

No hay duda que los eslabones resurgieron, se convirtieron en tendencia, llegaron para quedarse y ahora vuelven a ser el icono que en realidad siempre han sido. Un fiel aliado que luce a la perfección tanto en el día a día como en la noche. Alpi-Or le da una nueva forma al eslabón, más fino y redondeado.



CH Joyeros

Las piedras semipreciosas y el formato maxi son protagonistas en las propuestas de CH Joyeros; unas joyas primaverales por sus tonos aunque con ese código atemporal por sus formas y diseño. Una pieza que siempre es un acierto y que no debe faltar, convirtiendo a los clásicos en tendencia y joya deseo.



Chiara Costacurta Jewelry

Los detalles vuelven a marcar la diferencia en joyas cuidadosamente diseñadas. Desde Italia y tras su paso por Suiza y formación en Londres, Chiara fusiona la creatividad y laboriosidad del sello italiano, con la modernidad que le inspiran estas otras ciudades, dando lugar a joyas con alma y originales.



NoSoloEnPlata

Los colores que recuerdan al verano son protagonistas en la nueva colección de NoSoloEnPlata. Después de un Otoño-Invierno en el que los colores neutros no fueron los únicos, la nueva temporada no iba a ser de otra manera y la paleta de tonos es muy amplia. Colores vivos y frescos tiñen el sector.



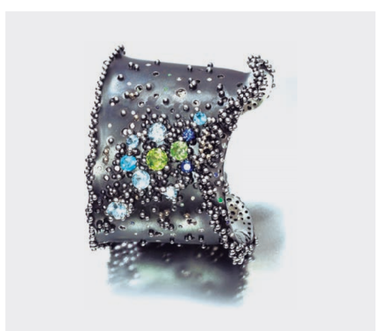
Ourobrilho

Las flores vuelven a ser protagonistas en la época estival del año y es que, esta joya acompaña vestidos dulces, puestas de sol y momentos inolvidables. Un símbolo que, en todas sus versiones, vuelve a estar presente en el joyero y Ourobrilho la reinterpreta en formato maxi, haciendo especial hincapié a los detalles y las texturas.



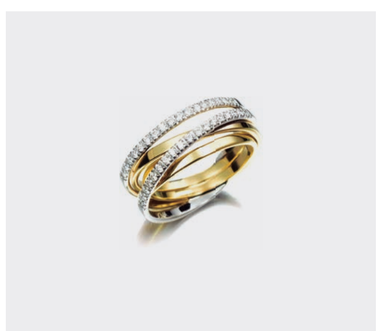
S-Unit

El azul del mar y los animales que directamente nos recuerdan a verano. La joyería siempre ha sentido especial debilidad por la naturaleza lo que se suma al formato maxi, el mismo que nos vuelve a conquistar una temporada más. S-Unit propone maxi anillos en forma de pulpo, con mucho color y brillo.



Delphine Tempels

Inspirada en el mundo y con las características que tanto definen a Delphine Tempels. Joyas únicas y de producción artesanal que captan todas las miradas, reafirmando además que el formato maxi estará más presente que nunca.



Flavio

Los anillos con diferentes bandas se han colocado en lo más alto aunque en realidad se trata de una de las joyas más atemporales del universo de la joyería. Su efecto óptico ha conquistado a los más *fashionistas* y los amantes de la joyería lo eligen como un clásico infalible.



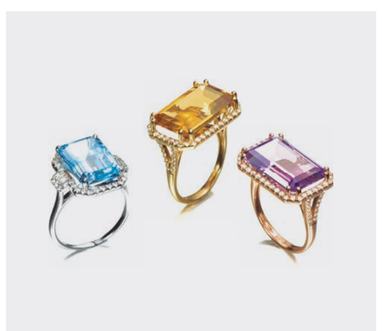
GoFrey

La naturaleza vuelve a ser inspiración para el mundo de la joyería; GoFrey la reinterpreta en un conjunto que respira verano por todos los costados. Unos maxi pendientes y un collar con una hoja dorada, acompañada de ese toque blanco gracias a la piedra natural.



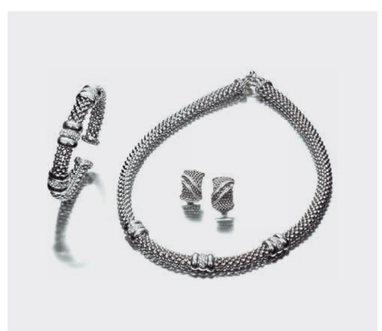
Scala Gioielli

El brillo de los diamantes y la inconfundible belleza de las piedras preciosas hace flor una joya para elevar cualquier sencillo *look* y brillar siempre. De nuevo, las flores y el maximalismo se dan vida en esta pieza, en la que el color también es protagonista.



Simón Franco

La inspiración Art Déco continúa pisando fuerte en el sector joyero. En la temporada OI se coló entre piezas muy especiales, con formas muy llamativas y colores atemporales y, desde luego, ha decidido quedarse para continuar inspirando anillos maxi.



Tererò by Novoargento

La plata se volverá a lucir a partir de esta temporada tanto como los dorados, y la seguiremos luciendo la próxima temporada. Tererò propone un conjunto en el que la estética clásica vuelve a ser protagonista, con formas elegantes y sofisticadas.

Premio Internacional ARTE Y JOYA 2022
Todos los participantes (4)

© Beatriz Badás Álvarez

Las páginas de este número de *Contraste* permiten descubrir la cuarta entrega de los participantes en la XII edición del Premio Internacional Arte y Joya, ofreciendo una vez más una visibilidad única al arte contemporáneo y su correspondiente creatividad.

Destacar además que, del 27 de abril al 2 de junio las obras de los finalistas de esta edición, podrán verse en el Centre d'Artesania de la Comunitat Valenciana coincidiendo con la VI edición del Melting Point. ◆

Contraste recomienda

Entrar en la web de Arte y Joya para ver la obra al completo de los 133 participantes en el XII Premio Internacional Arte y Joya.
www.arteyjoya.com



Julia-Mirabela Serb
Pendientes. "Geométrika"
2022
www.shorydesign.com
España



Kaberi Rodrigo Font
Broche collar . "Moving"
2020-2021
kajoyitas@gmail.com
España

© Lisha Wang



Li ya, Huang
Collar . "Ritual"
2021
hliya@hotmail.com
España-Taiwan

© Lisha Wang



Lisha Wang
Objetos (cajas). "25(Me, myself and I)"
Colección: Absurd. 2018-2022
happywanglisha@gmail.com
Alemania

© Fabrice Kada



Lodie Kardouss
Instalación de Joyería. "Sleeping Beauty (+)"
2022
www.lodiekardouss.com
Bélgica

© Juanjo Paez



Katherine Ramirez
Anillo. "Charles Rose"
Colección: Freedom Stone. 2022
kmkm8km@gmail.com
España



Kinga Sulej
Pendientes. "Untitled"
2022
www.mimikra.com
Polonia



KNETE KETTE-Galabina Bachvarova
Anillo. "The unattainable fireorb"
2022
www.knetekette.com
Alemania

@naranjaymedia



Loli Puertolas
Anillo. "Amor a-mar"
Colección: Rescatados del Mar. 2022
www.lolipuertolas.com
España

@fotoplus_collective-Model: Mati Ringrose of @ringrose_fabric



Lynne Speake
Broch. "Wood"
2021
www.lynnespeake.com
Reino Unido

© Mara Colecchia



Mara Colecchia
Collar. "Arcadia"
Colección: Seed beads. 2020
www.maracole.com
USA-Italia

© Maurizio Lepore



Lara Catalani
Anillo. "Occhi"
Colección: Sand Collection. 2022
www.laracatalani.it
Italia



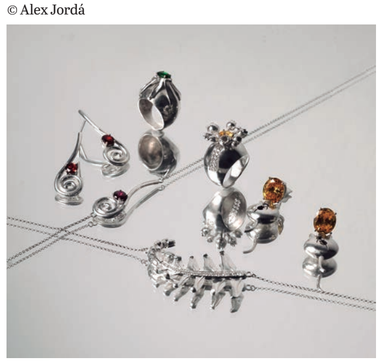
Laura Malcampo Manrubia
Broche . " Núvols"
2021
laura.2101@hotmail.com
España

© Leslye Zhang



Leslye Zhang
Collar. "Golden Reef"
2022
www://klimt02.net/jewellers/leslye-zhang
China

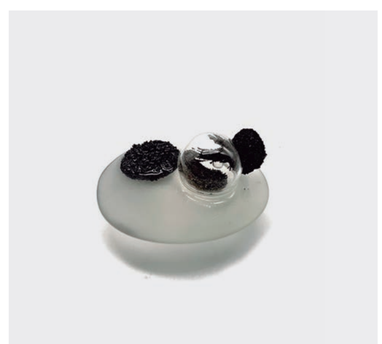
© Alex Jordá



María Cortez
Anillos, colgantes y pendientes . "Malas Hierbas"
Colección: Malas Hierbas. 2022
m.cortez.alum01@easdvalencia.com
España



Marian Jaén
Pendientes. "Conexiones con la Naturaleza"
Colección: Conexiones de Conciencia. 2022
mjataller@yahoo.es
España



Marie Therese Wolf
Broche. "Who wins"
2022
www.marietheresewolf.com
Austria-Italia-USA

Conociendo a SOLKA





© Beatriz Badás Álvarez

Desde las montañas de Montserrat, Fransie Klaas da vida a Solka, una casa de joyas que nace de la unión de las tres primeras letras de los apellidos maternos de la familia: su abuela Montserrat Solanas y su madre Hadeweig Kamminga. Solka tiene tan solo 6 meses de vida, aunque se ha estado cociendo en un proceso de pruebas e ilusión para llegar al sector joyero con el objetivo de darle otra vida, a partir de nuevos materiales, la Zirconia, y un *target* amante de la moda. Hablamos con Fransie, su fundador, para conocer como este nuevo material da vida a joyas diferentes y cómo será el presente y futuro de Solka.

¿Cómo nace Solka y en qué contexto?

Mi familia y yo tenemos una empresa de cerámica de baldosas terracota profesional, que se fundó en 1873. Con la crisis de la construcción, mi padre comenzó a trabajar en la cerámica en otro sector y, aunque el origen sigue vigente, Solka nace a partir de esta otra empresa especializada en Zirconia.

La cerámica que usamos se utiliza en aplicaciones industriales muy concretas, ya que cuenta con propiedades tales como que no se raya, ni se rompe, y tiene una dureza muy alta. A esto se suma que a mi me gusta mucho la moda y la joyería, por ello, teniendo este material y siendo la empresa propia, podía hacer todas las pruebas que quisiera. Comencé a crearme mis propias joyas, como un *hobby*, piezas originales y diferentes que llamaron la atención, la gente mostraba interés por ellas. Ese interés me llevó a crear Solka, que como empresa tiene 6 meses de vida.

¿Quién está detrás de esta nueva marca?

Estudié diseño de producto y soy el creador de la marca; aunque llevo un poco todo, cuento con la ayuda de un equipo enfocado a *branding*, fotografía y marketing y comunicación digital. También soy músico y tengo esa parte artística muy presente. Además, aunque no hay un conocimiento enfocado al mundo joyero, sí está presente la experiencia de esta empresa familiar y del material en cuestión, que se une a esa parte artística propia que me lleva a crear Solka, con las facilidades que me otorga la fábrica familiar en cuanto a maquinaria.

¿Qué queréis aportar al sector joyero con Solka?

Por un lado, queremos aportar un material que es nuevo y desconocido y que se usa desde hace relativamente poco, sobre todo en joyería. En aplicaciones industriales es más obvio su uso, pero en el sector joyero todavía no, aunque marcas de alta joyería, como Gucci o Bvlgari, han comenzado a trabajar con ello. Queremos introducirlo y expandirlo como marca centrada en joyería con Zirconia. Por otro lado, nos tenemos que enfocar en la educación, ya que si hablas de cerámica siempre piensas que esta joya se puede llegar a romper, pero lo cierto es que no y la durabilidad que tiene el producto es muy llamativa, lo que hace que la joya perdure en el tiempo.

En cuanto a moda y estilo, queremos trabajar en una imagen distinta y atrevida y hacer que otro tipo de *target* se interese por el mundo de la joyería, un publico más joven y atrevido que busca cosas nuevas. Tiene un punto de dificultad ya que el material es nuevo y requiere su momento de explicación y entendimiento pero, hasta ahora, la respuesta por parte del público es positiva.

¿Cuál es vuestro público objetivo?

Nos focalizamos en una mujer joven; nos interesa también el chico joven pero es cierto que las mujeres son quienes consumen más joyería y, por el tipo de publico y material, la mujer joven que le gusta la moda es nuestro *target*. Además, queremos combinar piezas clásicas y minimalistas con otras en color, con esmalte, más atrevido o más maxi.

¿Qué beneficios tiene la Zirconia y por qué marca la diferencia?

La Zirconia tiene unas propiedades que para la industria son muy obvias pero para el sector de la joyería también son buenas, ya que estamos ante una cerámica que no se rompe fácilmente, que no se desgasta y cuando pules bien la joya, brilla para siempre sin necesidad de "repulirla". Otra propiedad es que es un material biocompatible, no hay riesgo de alergias, y esto aporta un valor añadido al sector. Su desventaja es que es una cerámica muy resistente que no permite piezas muy finas; por eso, nosotros, combinamos la Zirconia con materiales nobles como la plata o el oro para las cadenas de los collares, por ejemplo. Otra dificultad es que es difícil moldearlo una vez cocido, teniendo en cuenta que todo el trabajo es manual. Estamos trabajando también en un proyecto europeo, en colaboración con la Universidad de Barcelona, para desarrollar las pastas para la inyección y mezclar así la Zirconia con la cera.

Estáis online, ¿tenéis planes de lanzaros al mundo offline o como será el crecimiento de Solka? ¿Qué estrategia llevaréis?

Estamos en un punto que es todavía el inicio y focalizados en el mundo *online* ya que nuestro público es joven y está acostumbrado a la compra *online*, pero también estamos trabajando con algunas joyerías para, en un futuro, trabajar las dos partes. Además, lo que nos gusta mucho de trabajar con las joyerías es que tenemos un *feedback*, el de los joyeros, que es muy valioso para nosotros. Qué nuestro producto esté expuesto en tienda física nos aporta también mucho valor.

Al mismo tiempo, estamos centrados en trabajar con *influencers* acordes a nosotros, que les gusta la marca y que se sienten orgullosos de trabajar con nosotros, con el objetivo de que nos presenten de una forma más personal, para dar así credibilidad a la marca y que sirva como expansión.

El futuro que queremos para Solka, o lo que más sentido tiene para nosotros, es tener una línea más asequible *online* y otra línea más cara que se venderá en la tienda física. ◆





MARK MADDOX



HC0126-67
PVPR 69€



HC0126-37
PVPR 69€



MC0103-77
PVPR 69€



markmaddox.com

/MARKMADDOXWATCHES
/MARKMADDOXWATCHES
/MARKMADDOXWATCHES
MARK MADDOX WATCHES