

Murona: la arquitectura de la joyería

La nueva marca de alta bisutería ha lanzado ya cuatro colecciones en su página web. La última: Stellar, finos complementos de plata y oro con detalles de piedras brillantes

Murona nace de un creciente mercado de bisutería online y un negocio de regalos promocionales. Así, Carla decide dar un paso más allá del negocio de sus padres y crear su propio espacio de bisutería fina y elegante. Esta joven estudiante de arquitectura, con mucha experiencia en los negocios, encontró la oportunidad de crear una línea de joyas más personales, en lugar de ofrecerlas a empresas para que las regalaran.

La idea surge a partir de sus estudios de arquitectura: “me tuve que plantear qué clase de arquitecta quería ser”, explica Carla. De esta forma, descubrió que la arquitectura enseña a pensar de una manera que se puede utilizar en muchos ámbitos. Por ejemplo, en el diseño de bisutería, “es como una microarquitectura”, asegura ella.

“Where architecture meets fashion” es el lema de su nuevo negocio, Murona, que lanzó tan sólo hace dos meses a través de redes sociales y de su página web. Estos son también los pilares de la estrategia de éxito de Murona: una fuerte presencia en redes sociales, además de potenciar la venta online.

Que la bisutería online es un negocio en alza no lo duda nadie. Pero Vogue fue, el pasado diciembre, un paso más adelante catalogándola como “la nueva joyería”. Un nuevo mundo de posibilidades inspirado por Coco Chanel: de símbolo de riqueza a ornamento, el accesorio imprescindible del día a día.

Cada vez son más las personas que prefieren adquirir productos exclusivos por Internet. Si a este fenómeno se le suma la influencia que las redes sociales tienen desde hace ya un tiempo en nuestro estilo de vida y hábitos de consumo, se tiene la combinación perfecta para crear un negocio exitoso. Además, Murona no nace de la nada, es la evolución de un proyecto familiar, una tradición de negocio que se actualiza y se adapta a las necesidades de la nueva generación.

A pesar de no descartar futuras colaboraciones con algunas conocidas marcas de complementos, Carla afirma que van a priorizar sobretodo su negocio online y presencia en Internet aprovechando las nuevas tecnologías y el tiempo que tendrá al acabar la carrera.

Datos de contacto:

Murona

Categorías: [Moda](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>