

HUBLLOT

HUBLLOT Y ULTRAJEWELS UNEN FUERZAS PARA SORPRENDER A SUS CLIENTES EN UNA MÍSTICA EXPERIENCIA

- Una reserva natural y dentro de un cenote milenario de la Riviera Maya, fueron el escenario perfecto para una experiencia íntima, sorprendente y elegante para clientes de Hublot y Ultrajewels.

Cancún, Quintana Roo, a 26 de julio de 2023.- En el marco de la tradicional Mystic Party, -evento que por octava edición realiza Ultrajewels para celebrar la llegada de la temporada de verano en Cancún- se realizó una experiencia privada para solo 50 invitados de la mano de Hublot. El escenario elegido para esta ocasión fue una reserva natural con un cenote y caverna formados hace más de dos millones de años.

Hublot y Ultrajewels comparten la visión de innovar, sorprender y reinventarse. Es por ello, que se unieron con una visión que representara la filosofía contemporánea de Hublot y la incansable ambición de diseñar experiencias únicas para sorprender y consentir a los clientes de Ultrajewels.

El objetivo de este evento era lograr transmitir a un selecto grupo de clientes, el “arte de la fusión de Hublot”. La fusión entre los materiales nobles y naturales por excelencia y los últimos conocimientos de alta tecnología para trabajarlos. Un contraste entre lo natural y milenario versus lo moderno, *savoir-faire* y la creatividad humana.

“Hace varios meses estamos trabajando con Ultrajewels para diseñar una experiencia que representara nuestro *The Art of Fusion*. Un escenario ideal para presentar y explicar las piezas más icónicas de la casa relojera. Buscábamos hacer algo que nunca se había hecho antes. Este proyecto representó un reto de logística y preparativos para lograr una cena de 50 personas, dentro de una caverna a más de 200 metros de la superficie. Sin embargo, lo más importante fue ver la emoción y sorpresa de los invitados cuando por fin llegaron al recinto” comentó Lucía Calderón, GM de Hublot en México.

“Nuestra misión es inspirar y acompañar a cada cliente y a cada marca en la creación de su propio mundo de lujo. Entendemos la importancia de cada marca en elaborar acciones con su propia expresión y universo cultural. Nosotros los apoyamos en lograrlo con una visión muy enfocada en el *arte de la hospitalidad*. Ponemos a disposición de las marcas lo mejor de nuestro equipo, clientes y conocimiento del mercado para en conjunto, lograr experiencias memorables y propiciar conexiones significativas entre clientes y marcas. Este fue el espíritu de nuestro evento en el cenote” comentó José García Villarreal, Presidente de Ultrajewels y CEO de Grupo Ulta.

“Estamos muy contentos con el resultado de este evento que logró la fusión entre tiempos milenarios y modernos. Un viaje de descubrimiento y renacimiento a las entrañas de un sorprendente cenote. Un verdadero museo creado por la naturaleza hace más de dos millones de años. Estamos satisfechos de haber inspirado a nuestros clientes con la inagotable creatividad del ser humano cuando se fusiona el tiempo con la naturaleza, la imaginación y la maestría en el *savoir faire*” Concluyeron ambos directivos.

Para más información visita @Hublotmx y @Ultrajewels para conocer más sobre estas experiencias.