





Estamos muy satisfechos con lo que tenemos. Actualmente nos basamos en productos que tengan mayor durabilidad, que no sean quizás tan “trendy”, sino que sean más duraderos. Digamos que en cinco años deseas vender tu casa, la persona que va a comprarla, va a ver que tu casa no ha pasado de moda, que es algo que todavía está en tendencia y se puede disfrutar. Entonces es una inversión más que un capricho.”
Ambos, coinciden en dejar su huella en una ciudad a la que consideran como nicho para sus creaciones.

“Hay muchas cosas sucediendo en Miami, en el mundo del diseño y las artes.”

“Nos encantaría tener ‘WASI PRODUCTS’ en un espacio en el Pérez Art Museum, sería maravilloso. Al igual que en el museo Guggenheim, lo cual nos haría sentir muy orgullosos”, comenta David, mientras que Jay prefiere un espacio más comercial.

“Para mí más que todo sería un hotel en South Beach, diseñado por nosotros, desde el lobby hasta los dormitorios, con nuestro sello exclusivo. Hemos tenido oportunidades de hacerlo, pero aunque hasta ahora no se han concretado, es algo que considero una meta profesional. Aparte, tenemos proyectos muy lindos e impresionantes.

Al visitar el estudio de estos dos creativos, resulta imposible no tener en cuenta a un personaje que forma parte de la familia de Britto Charette, su mascota “Kylo”, un Shih Tzu muy amoroso, que según David, los acompaña todos los días a la oficina.

“Si no lo cargas, te muerde los jeans y se queda como diciendo: ¡estoy aquí! Y eso sucede también con nuestros clientes o cuando tenemos presentaciones, él está en el medio”.

Kylo, tiene un significado especial: “Yo tenía otro perrito que también era Shih Tzu, que desafortunadamente no pude tenerlo conmigo y siempre me quedé con eso de que lo extrañaba, entonces David me trajo como regalo a Kylo. Lo llamamos así por la cantante Kylie Minogue, ella me fascina. Lo veo como otro miembro de la familia, tiene el mismo trato, viaja con nosotros a donde vamos y se porta muy bien”.

Al momento de definir en sus palabras el mensaje de Britto Charette, ambos coinciden en el empleo del lujo, de forma que aporte confort:

J: “Somos modernistas, limpios. No somos minimalistas y tampoco somos fríos. Nuestro mensaje se enfoca en querer sacar ese estigma de la mente de nuestros clientes, de que lo moderno es frío y esa no es nuestra realidad. Muchos clientes vienen a nosotros, porque saben que les vamos a ofrecer esas líneas “cutting edge” y a la vez que inviten a sentarse a tomar un café o simplemente acostarse a ver televisión en un sofá o en un espacio que creamos”.

D: “Espero que podamos proveer una perspectiva diferente, altamente reconocida como genuina, con piezas que son únicas en su tipo y que la gente sienta que puede vivir en estos espacios y estar orgullosos de ellos, pero que a la vez sea confortable y con un complemento definitivo de lujo”.



Además, los diseñadores colaboraron con el diseñador de alto perfil Kyle Bunting en 2013 y lanzaron una serie de productos que han sido anunciados internacionalmente y ahora están disponibles en salas de exhibición de todo el país.

“No he tenido un cliente enojado conmigo o que haya hablado mal. Tenemos un buen nombre, aparte de un buen diseño. Somos honestos, además de ser creativos y eso vale mucho. Nuestros clientes nos refieren a otros y otros y sigue creciendo la compañía.”

