



### Mobiliario todoterreno, de diseño y desmontable

**Hi-Macs.** La colección Strato de la marca está disponible en tres inéditos diseños que encuentran su inspiración en la naturaleza. El aspecto pulido que presenta de Hi-Macs y la belleza estética de esta nueva colección refleja las últimas tendencias en diseño de interiores y se presenta en unos tonos que potencian la belleza de cualquier espacio. Se pueden utilizar en estancias todoterreno como cocinas y baños, pero también como revestimientos de paredes o para diseñar muebles.



### La fuerza del mar Cantábrico

**Santa Clara.** La vajilla Noia está compuesta por seis platos hondos, seis llanos y seis de postre y es perfecta para estrenar este verano, ya que su diseño se inspira en la fuerza del mar Cantábrico. Fabricada en porcelana extra blanca de alta calidad y con decoración en color azul, tiene un precio de 52 euros.



### Ingeniería alemana y diseño artesanal

**Ballarini.** Esta marca líder en la gama alta de cocción en aluminio con antiadherentes cumple 130 años. Para celebrarlo, Ballarini amplía su gama de productos con la colección Tevere, una línea de cuchillos que combina la más moderna ingeniería alemana, con el diseño y tradición del acabado a mano.

## ENTREVISTA SAÏD HEJAL, CONSEJERO DELEGADO DE KRONOS HOMES

# “Un proyecto icónico necesita tiempo”



La inmobiliaria fundada por el exdirectivo de Fortress tiene en marcha trece promociones, con 1.500 viviendas, diseñadas como un producto diferencial

**Rocío Ruiz.** Madrid

Con apenas cuatro años de recorrido, la promotora Kronos Homes se ha hecho un hueco entre las grandes compañías del sector gracias a una frenética actividad. Con más de 1.500 viviendas en marcha, la compañía liderada por Saïd Hejal, exdirectivo del fondo internacional Fortress, y su socio Manuel Holgado, quiere convertirse en un referente con viviendas que destacan por un diseño muy reconocible.

–¿Cómo está siendo el año 2019 para Kronos Homes?

Estamos muy satisfechos. Continuamos muy activos en inversión y seguimos expandiéndonos en las zonas donde hay demanda.

–¿Cuánto tienen previsto invertir durante este año?

Tenemos hasta 400 millones de euros para este 2019. Ya hemos adquirido cuatro suelos y antes de agosto esperamos cerrar otra gran compra.

–¿Dónde les gustaría crecer?

Hay buenas oportunidades en el mercado. Empezamos en Barcelona, Madrid y Costa del Sol y ahora estamos también en Valencia, Sevilla, Cádiz, Alicante, Navarra, Valladolid, Alicante y Córdoba. No obstante, nuestro concepto es diferencial. No somos un fondo de inversión, no compramos en masa, sino que invertimos uno a uno en cada suelo, con



Saïd Hejal, consejero delegado de Kronos Homes, en sus oficinas centrales de Madrid.

sentido. Compramos a inmobiliarias y también a bancos.

–¿Cuántas viviendas tienen en marcha actualmente?

Contamos con trece promociones en diferentes fases de construcción, lo que suponen en torno a 1.400 y 1.500 viviendas a la venta. De ellas, este año entregaremos 500 unidades y lanzaremos dos proyectos como Colmenar, con alrededor de 500 chalets, y Torrejón, que serán 1.200. En ambos casos, comenzaremos en breve con las obras de urbanización.

–Además de estos dos proyectos que menciona, ¿en qué otras ubicaciones trabajan en Madrid?

En total, tenemos cuatro proyectos en la ciudad, ya que en breve lanzaremos dos promociones muy especiales. Una de ellas será en Cuatro

Vientos, que se integra dentro del distrito de La Latina y cuenta con muy buenas conexiones con el centro de la ciudad. Serán viviendas de dos a cuatro dormitorios.

–¿Le preocupa la competencia de las nuevas promotoras?

Creemos que es bueno tener competencia, porque hay más oferta para

el cliente y eso nos hace ofrecer mejor producto. Queremos ser el producto más icónico pero que también haya otra oferta para que los clientes puedan escoger.

–¿En qué se distinguen los proyectos de Kronos Homes?

Como hemos hecho en Córdoba –un proyecto diseñado por el estu-

dio de arquitectura de Rafael de la Hoz con 14 edificios distribuidos en cinco manzanas– o en Pamplona, nuestro objetivo es crear barrios. El problema en España es que no se apuesta por la generación de nuevos vecindarios, y para ello, es bueno que haya otras promociones junto a las de Kronos Homes.

–¿Y cómo reacciona el cliente ante estas propuestas?

Tenemos 1.300 viviendas ya comercializadas. Nuestro ritmo de ventas supera las expectativas más altas, incluso hay proyectos donde habíamos pensado en lanzar varias fases, que no lo hacemos.

–Y a medio plazo, ¿se plantean crecer comprando algún competidor?

No nos interesa comprar otra inmobiliaria porque queremos ser muy autónomos, trabajando con diferentes fondos. Además, no tenemos necesidad de crecer de forma rápida, si no que preferimos hacerlo acompañados con el mercado.

–Y salir a Bolsa ¿podría ser interesante para una empresa como Kronos Homes?

Nuestra visión empresarial y de producto necesita tiempo y en Bolsa no lo tienes. Nuestros proyectos son icónicos y para desarrollarlos, necesitamos más tiempo que nuestros competidores.



Imagen de proyectos de Kronos en Sevilla (izquierda) y en Madrid.