

**HOTBOOK**



# HAJJ DESIGNLESS

## UN LEGADO QUE PERDURA

La firma de interiorismo, creada por el visionario Hajj Chebaro (1958-2023), revolucionó el mundo del diseño de lujo en México y ahora sus tres hijos, Tala, Jad y Rauf Chebaro continúan con la empresa bajo la filosofía con la que se fundó, donde cada proyecto que ejecutan se traduce en espacios habitables llenos de creatividad.

En alianza con arquitectos contemporáneos de alto renombre como Daniel Álvarez, Beatriz Pescherd y Ezekiel Farca, el impecable portafolio de marcas y la selección de muebles que Hajj Designless reúne en su *showroom*, resalta el trabajo de artesanos y diseñadores italianos. Ha llevado a cabo proyectos en más de 50 ciudades nacionales e internacionales destacando en el interiorismo de lujo.





La amplia trayectoria de Hajj Designless comienza en Milán. ¿Cómo influyó esta transición cultural en el enfoque hacia el diseño interior de lujo y qué elementos de ambos lugares incorporan en sus proyectos?

**Tala Chebaro:** Hajj Designless se fundó en 1982 y desde el principio fue una empresa internacional. Mi papá comenzó proyectos en Italia y de ahí comenzó a trabajar en Arabia Saudita y Japón, entre muchos otros países. Sin embargo, su enfoque y filosofía se mantuvieron fieles a la pasión por crear ambientes integrales que reflejaran la esencia de cada cliente. En cada espacio que concebimos, plasmos nuestra característica más importante: la atemporalidad. Cuidamos que nuestros diseños estén compuestos de los mejores materiales y acabados para mostrar la artesanía que hay detrás de cada pieza. Bajo esa idea exploramos cada cultura con estos pilares siempre presentes.

Una curaduría de marcas italianas exclusivas, como Boffi, Minotti y Henge, integran el estudio. ¿Cómo se alinean estas marcas con la visión de Hajj para crear espacios residenciales exclusivos de alta gama?

**TC:** Además de ser pioneras, las marcas que llevamos imponen la pauta en el mundo del diseño, especialmente en aquel dirigido al segmento de lujo, el cual representa el nicho principal de Hajj. Por lo tanto, cada firma que acompaña nuestro portafolio cuenta con los mejores arquitectos y diseñadores, como Rodolfo Dordoni o Piero Lissoni, que brindan acabados de calidad insuperable. Fue mi padre quien introdujo el diseño italiano en México en 1989 con esta curaduría de gama exclusiva y que, al día de hoy, mantiene la visión original de Hajj Designless.

¿En qué consiste el proceso creativo detrás de Hajj Designless?

**Rauf Chebaro:** Es nuestro deber empararnos de todo lo relacionado con la industria. Desde ir a las ferias para conocer todo lo nuevo en relación con colecciones, diseños y acabados para otorgarle a nuestros clientes las tendencias más recientes y permitir que expresen su creatividad en la ejecución de cada proyecto. De tal forma, creamos ambientes integrales donde la imaginación es nuestro propio límite.

**Jad Chebaro:** Entender las necesidades y deseos de los clien-

tes es clave. Buscamos darle al consumidor lo que quiere, pero que muchas veces no sabe que quiere. Es un juego constante de expresión creativa entre ambas partes, donde buscamos aconsejarlos con nuestra experiencia.

Como líder del mercado en diseño interior de lujo, ¿cuáles son los principios clave que han contribuido al éxito y la reputación del estudio?

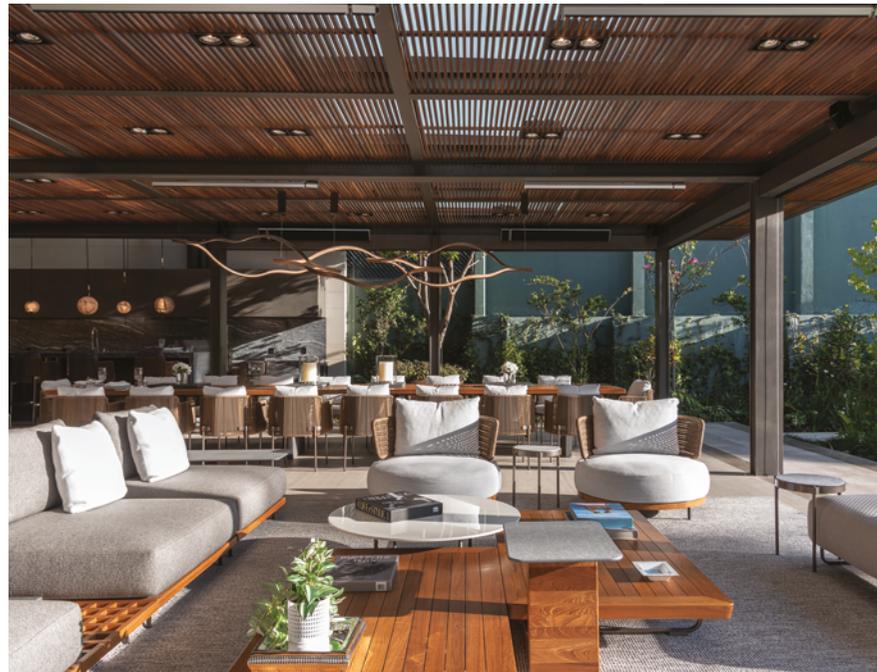
**JC:** El ser claros con nuestros clientes en cuanto a lo que se puede lograr y lo que no; brindar la confianza que nos caracteriza como estudio. En cada proyecto entran muchas piezas en juego, donde pueden surgir contratiempos y, para ello, nuestra mentalidad se enfoca en encontrar la solución a cualquier problema que se presente, poniendo primero la integridad de Hajj y facilitando el proceso para nuestros clientes de la mejor manera: con claridad y comunicación.

**TC:** Esa misma claridad nos permite crear relaciones íntimas con el cliente basadas en la honestidad, que terminan desarrollando una amistad en la que se disfruta del trabajo que hacemos y nos enorgullece crear estos espacios cálidos para el consumidor. Por otro lado, tanto las marcas que representamos como el conocimiento que tenemos sobre el diseño de lujo son gran parte del éxito.

**RC:** Además, debido a las relaciones que sostenemos con cada marca, el trato directo que tenemos con proveedores o directores permite una capacidad de respuesta y resolución más rápida que garantiza la felicidad y satisfacción de nuestros clientes.

¿Cómo mantienen un balance entre la incorporación de tendencias modernas con la atemporalidad y maestría artesanal en diseño?

**TC:** Viene desde las marcas con las que trabajamos. Más que estar a la moda, nuestro portafolio sigue un camino artesanal en sus procesos. Es decir, los cambios que realizan en sus muebles no vienen en pasos agigantados, sino que curan a la perfección cada detalle que saben que seguirá siendo relevante sin importar la época en la que se encuentren. Por otro lado, la selección de materiales es un punto de enfoque en su diseño, seleccionando piezas únicas que logran que cada mesa, silla o buró sea irreplicable.





EL PODER DEL DISEÑO ES MUY GRANDE, RIGE CÓMO VIVES TU VIDA DENTRO DE TUS ESPACIOS.

– Tala Chebaro



**JC:** La atemporalidad se demuestra en cada una de estas marcas, cuyos diseños perduran en el tiempo y mantienen la misma esencia con la que iniciaron sin importar las exigencias o cambios que ocurran en la industria y el mercado del diseño.

**¿A qué retos se enfrentan al traducir ideas de clientes en conceptos tangibles?**

**TC:** A veces nos toma dos citas aterrizar el concepto y otras doce, dependiendo de la claridad que tenga el cliente sobre lo que busca plasmar. Es un proceso emotivo porque nos abren las puertas de su casa y nos permiten entrar a su lugar más personal. Es un ir y venir de información donde nosotros entendemos quién es el cliente y cómo vive su día a día. Hoy en día, la tecnología nos ayuda porque mostramos los proyectos en realidad virtual, permitiendo que el cliente tenga una visualización completa de cómo quedará el resultado final.

**JC:** Al trabajar con clientes de distintas industrias, tenemos la oportunidad de evaluar puntos de vista diferentes y ejecutar perspectivas singulares. Personalmente, creo en la filosofía de que el arte inspira y nosotros nos dedicamos a crear piezas de arte habitables y aspiracionales donde sus usuarios se sientan cómodos. Un ejemplo muy claro de esto, son los clósets de Rimadesio, donde clientes nos decían que solían ser desordenados pero que, al ver un clóset tan estético y limpio, les impulsaba a sacar su lado más organizado y disciplinado. Es una satisfacción muy grande saber que un espacio que creamos se convierte en fuente de inspiración para una persona.

**El trabajo con arquitectos es una constante en sus proyectos. ¿Cómo enriquecen estas colaboraciones en el proceso creativo y en el desenlace?**

**TC:** Así como cada marca aporta un estilo de vida único, la misma

arquitectura y visión del arquitecto también. Al final, ellos son los capitanes del barco, imponen el camino y nosotros nos adaptamos al espacio que crean. Es importante entender el estilo del arquitecto encargado de cada proyecto para proponer nuestras ideas y lograr comunicar bajo el mismo idioma la totalidad del proyecto final.

**RC:** Impone, pero no limita tu creatividad, las posibilidades son infinitas. Según los espacios arquitectónicos que se nos presentan podemos crear distintos ambientes. Es trabajar sobre un lienzo en blanco.

**El diseño italiano enfatiza tanto la estética como la funcionalidad. ¿De qué manera logran espacios visualmente atractivos y a la vez prácticos para el consumidor?**

**TC:** Jugando con las marcas y con las herramientas que cada una nos da. Por ejemplo, para un sofá de Roger Minotti hay 150 módulos distintos y más de 230 telas que podemos escoger. Entonces el mismo sofá lo puedes hacer tan elegante como para una sala principal, pero tan cómodo y tan familiar como para un *TV room*.

**¿Qué inspira a Hajj Designless en la planeación de un nuevo desarrollo?**

**TC:** El arquitecto y el cliente.

**El estudio ha ejecutado proyectos en diversas ciudades. ¿Alguno de ellos que destaque como particularmente significativo o memorable?**

**JC:** Hay muchos y cada uno es especial a su manera. Tal como una obra de arte, un proyecto logra conectar con distintas partes del alma, ya sea porque refleja una parte más sensible o femenina o quizá un lado masculino.

**TC:** Uno que destacó para mí fue el departamento A-NÁN, con Grupo Arquitectura y Vanessa Padilla. La atención al detalle en este proyecto fue impecable desde su

inicio porque los clientes sabían perfectamente lo que querían. Todas las piezas involucradas fueron seleccionadas minuciosamente y tuvieron un porqué. Además, el trabajo entre el grupo, el arquitecto y nosotros encajó idealmente. Por otro lado, Broome, en Nueva York, fue muy memorable porque trabajamos con el primer edificio habitacional residencial a manos de Renzo Piano y fue increíble jugar con las líneas de su arquitectura.

**¿Qué materiales y elementos de diseño son imprescindibles en su sello?**

**RC:** Para mí hay tres que son clave: las pieles icónicas de Pelle Frau®, los metales trabajados a mano de Henge y, sin duda, las telas de Minotti porque nos regalan patrones exclusivos.

**TC:** La piedra y el mármol también son sellos muy distintivos que reflejan el carácter de cada marca.

**El diseño sostenible está ganando importancia en la industria. ¿Cómo abordan este concepto?**

**TC:** Buscamos que la logística y rutas de transporte mitiguen el impacto ambiental de la mejor manera posible. Antes de enviar el producto, tomamos los contenedores más grandes y hasta no llenarlos por completo no los traemos a México. La idea es que cada viaje valga la pena y deje la menor huella de carbono.

**RC:** Por otro lado, las marcas que representamos se están extendiendo para poder ser más conscientes sobre el uso de piel y, además, han integrado maquinaria en sus fábricas, lo que favorece el ahorro y reciclaje del agua en sus procesos de trabajo en un esfuerzo por volverse más autosustentables.

**TC:** Además, nuestros proyectos tienen una vida de 30 o 40 años. Nuestra idea de la temporalidad y los diseños no se enfoca en usar y tirar, sino en la durabilidad.

Descubre más aquí

