



THE WHITE ANGEL

Promociones en Talamanca y Andorra



El lujo de tener más de una segunda residencia

No es extraño que los propietarios de viviendas de lujo acumulen un patrimonio residencial que va más allá de la segunda residencia. Para aprovechar al máximo el disfrute de su tercera, cuarta o quinta propiedad, un buen servicio de concierge es esencial

Ya sea por su clima, sus playas, su oferta cultural, de ocio y gastronómica o una combinación de todos estos factores, España es un país más que seductor para comprar una vivienda de lujo, y no solo con la intención de residir en ella de forma permanente, sino también como destino ideal para pasar unos días. «Muchos de estos

clientes tienen propiedades en más lugares del mundo, así que alternan las estancias según la estación de ese país y su planificación para esas fechas», indica Santiago de Miguel, John Taylor associate. Ese breve margen de 3 a 5 días obliga a que su experiencia deba ser del todo satisfactoria, y ganarse su confianza es la clave: «Depende mucho de ti porque lo quiere es que, desde el momento cero,

poder disfrutar de ese espacio de tiempo que para él es muy valorado», asegura Carlos Noguera, assistant manager de OD Group Real Estate Division.

Servicios a demanda

Atender a las demandas del propietario es imprescindible. Sus necesidades varían en función de aspectos como su estilo de vida o su poder adquisitivo, aun-



**ABAMA
LUXURY
RESORT**

Promoción Las Atalayas de Abama en Guía de Isora, en Tenerife.



que existen puntos en común: servicio de concierge, mantenimiento y limpieza, lavandería y planchado, reserva de restaurantes, alquiler de coches y barcos, forfaits, compra de entradas, reservados en discotecas, transfers desde y hasta el aeropuerto, visitas a museos, personal shopper, etc. Según Alessandro Civera, director comercial de Coldwell Banker Ibiza, «los clientes más exigentes suele reclamar servicios con una atención 24 horas, seguridad, espectáculos y eventos privados, servicio de chef privado, DJ o catering» Este catálogo de servicios hospitality es heredero de los hoteles cinco estrellas: «Venimos de una experiencia en el sector hotelero donde hay un abanico muy amplio de nacionalidades y hábitos», confirma Noguera, añadiendo que «el saber que tienes siempre alguien a quien recurrir da tranquilidad»

Cuando la vivienda está dentro de una urbanización, lo habitual es hacer un contrato con la comunidad «para ofrecer servicios de gestión integral: infraestructuras, fachadas, instalaciones, limpieza de zonas comunitarias, jardines, piscinas, etc.», enumera Noguera. Así, en la promoción The White Angel Talamanca, en Ibiza, «se han creado espacios de interacción para los vecinos como la recepción, el spa, el gimnasio o el business center. Se va creando una dinámica parecida a los hoteles, incenti-

Servicios con una atención 24 horas, seguridad, espectáculos y eventos privados, servicio de chef privado, DJ o catering...

vando el arte y los conciertos» continúa Noguera, que admite que el producto residencial de OD Group es «un spin off del producto hotelero». Si la casa está dentro de un resort, las posibilidades se amplían. En Abama Luxury Residences, un complejo situado en Guía de Isora, en Tenerife, existe «un exclusivo Club de Propietarios con actividades programadas mensualmente, un Kid's Camp, acceso preferencial a Abama Golf y Abama Tennis Academy, y en algunas promociones, un programa de intercambio con otros 240 resorts de lujo internacionales». El conjunto también incluye hoteles y hasta 15 restaurantes. Además, «se está construyendo la Plaza Abama, un centro neurálgico que dinamizará la vida social».

Alquiler en ausencia

Una vivienda que permanece vacía varios meses al año puede convertirse una inversión interesante. En este sentido, hay un perfil de comprador que «valorará que se pueda alquilar temporalmente su propiedad para poder sacarle una rentabilidad mientras no la usa» exponen desde John Taylor. La clave está en delegar esta gestión en profesionales. Por ejemplo, desde Abama Luxury Residences comentan que sus clientes, «cuando no están en su apartamento de lujo, ceden su gestión a My Way Meaningful Hotels, que se encarga del mantenimiento de las propiedades y de su explotación turística». El secreto es estar presente durante todo el ciclo de la propiedad y cumplir las expectativas del cliente: «Lo que buscamos, ya sea con personal propio o con empresa colaboradoras locales, es dar servicios a demanda», explica Noguera, para transmitir «ese feeling de membresía que da una marca».

