

Nueva estrategia de marketing inmobiliario dirigida al inversor británico

Los clubes de fútbol se apuntan a la venta de vivienda turística

El Arsenal FC cede su marca y la base de datos de aficionados para comercializar una promoción en la Costa del Sol

Barcelona - Gustavo Da Silva -

El marketing inmobiliario quiere encontrar en los grandes clubes de fútbol un aliado para aumentar las ventas. La confianza y lealtad a una marca (o a un escudo, en este caso), y el enorme volumen de simpatizantes y su dimensión mundial, son dos ventajas para diferenciar un producto y llegar a clientes potenciales. Esta es la idea llevada a cabo por Football Village. Se trata de una empresa de reciente creación que ha unido a especialistas del marketing deportivo como algunos ex directores comerciales de clubes de la Premier League (primera división inglesa), junto con profesionales del sector inmobiliario especializados en productos de costa del mercado español.

Football Village ha seleccionado una promoción turístico-residencial en Casares (Málaga) para encargarse de su comercialización. Con este fin, ha llegado a un acuerdo en exclusiva con el Arsenal FC para que éste le ceda los derechos de imagen y el uso de información de su base de datos. A cambio, el club inglés percibe una comisión por cada venta. El Arsenal FC cuenta con dos millones de seguidores en Gran Bretaña y otros tantos en el resto del mundo.

La oferta de Football Village es Pueblo Real Golf, un complejo promovido por Interlaken que consta de 96 apartamentos de 120 m² con terraza y dos habitaciones, ubicados en un hotel de cuatro estrellas. Los precios van desde los 299.885 euros en planta baja, a los 327.520 euros en primera planta y los 342.829 euros

de los áticos. La promoción ya ha sido presentada a los socios del Arsenal FC, que compraron el 20% de las unidades antes del lanzamiento oficial, celebrado hace dos meses en la feria inmobiliaria internacional Place in the Sun live. Uno de los ganchos que utiliza el club londinense es la entrega de un abono de temporada (muy codiciados) para asistir a los partidos que se celebran en su

Los socios del equipo londinense compraron un 20% de la promoción antes de su lanzamiento oficial

estadio, Highbury, a las personas que adquieren una propiedad.

"La idea es explotar la base de datos del Arsenal FC, no sólo para la venta, sino también para el alquiler", explica el abogado Dimas Cuesta, del despacho Lexland Abogados, que ha asesorado a Football Village. "Al tratarse de apartamentos en régimen turístico, para el comprador, la explotación es muy importante porque pueden subir o bajar sus expectativas de renta una vez escriturada la propiedad", destaca Cuesta.

Para asegurar un proceso de compra sencillo y seguro para los aficionados del Arsenal FC, Football Village ha reunido a un equipo de socios de confianza que les proporciona asistencia legal y económica, incluyendo el Banco Halifax, Lexland Abogados y Cuatrecasas Direct, un líder de mer-



La promoción de apartamentos está ubicada en un complejo de Casares (Málaga)

cado que facilita, tanto a particulares como a empresas, alternativas más económicas que las de los principales bancos para cubrir sus necesidades de divisas. En lo que respecta al arrendamiento de los apartamentos y para dar seguridad a los inversores, Football Village está en conversaciones con grandes touroperadores y está próximo a cerrar un acuerdo con Accor para el management.

"En Gran Bretaña, el fútbol es una religión. Con la venta por afinidad se consigue que la gente confíe en una marca, que acaba añadiendo valor al producto", afirma Cuesta, quien matiza que los interesados en comprar no tienen por qué ser sólo fans del Arsenal FC. "Hace poco leí un artículo en el Daily Mail que explicaba que un seguidor del Tottenham Hotspur, rival acérrimo del Arsenal, había comprado un apartamento de Pueblo Real Golf atraído por la oportunidad de inversión", señala.

La operación entre Football Village y el Arsenal FC ha sido perfilada desde una cuidadosa estrategia de marketing. Así, la presentación y oferta de la promoción ante potenciales clientes tuvo lugar en Highbury, y contó con figuras como Jeff Stelling, uno de los principales comentaristas deportivos de la televisión británica, y Kenny Samson, jugador histórico del equipo. Además, también ha sido protagonista de la campaña de ventas el delantero español del Arsenal José Antonio Reyes, quien ha adquirido una de las viviendas de Pueblo Real Golf.

Reforma fiscal

Los británicos comprarán alrededor de 30.000 viviendas en la Costa del Sol en los próximos tres años (el 20% del total estatal), según cálculos de Turespaña,

que espera que se produzca una reactivación de la demanda por la entrada en vigor, en abril de 2006, de una ley en Gran Bretaña que estimula la inversión inmobiliaria.

Con el objetivo de incentivar las pensiones privadas, el Gobierno laborista va a aprobar una fórmula (el Share Investment Plan) para que los residentes fiscales en Gran Bretaña puedan aportar a

también en el extranjero". No obstante, por ahora, desde Lexland Abogados advierten que la tributación del Share Investment Plan "no es nada clara" en España, por lo que el bufete ha ele-

vado distintas consultas a la Administración. "Aunque hay que valorar positivamente este tipo de medidas, no se sabe aún cuán ventajosas pueden ser en nuestro mercado", apunta Cuesta.



Recreación de Pueblo Real Golf

sus planes de pensión personales una vivienda, incluso en el extranjero, "logrando así deducciones fiscales de hasta un 40% o 50%", explica Dimas Cuesta.

La información del Arsenal FC también servirá para explotar los apartamentos en régimen de alquiler

"No creo que la gente vaya a invertir a propósito a través de esta figura fuera de su país", opina el responsable de Lexland Abogados, aunque sí cree que "va a haber planes de este tipo muy potentes que se utilizarán

Football Village y sus filiales tienen la intención de repetir este concepto pionero de comercialización con los clubes británicos más relevantes para promocionar productos inmobiliarios en España. Según Turespaña, la mitad de las viviendas que compran los británicos fuera de su país están ubicadas en nuestro país, fundamentalmente, en la zona de Levante y en Andalucía. Las múltiples conexiones aéreas entre Málaga y Gran Bretaña, muchas de ellas de bajo coste, y el clima, contribuyen al interés de los británicos por invertir en la provincia, si bien se observa una "paralización momentánea de la demanda a la espera de la aprobación de la nueva ley", indica Turespaña.



El producto se presentó en el estadio de Highbury