

“En la Costa del Sol, no basta con tener una caseta de venta y una web”

Christofer Fogelberg CEO StartGroup Real Estate

StartGroup refuerza su liderazgo en la Costa del Sol con profesionalización, rigor documental y un enfoque internacional que garantiza un servicio seguro y transparente

StartGroup Real Estate, fundada en 2003 por Christofer Fogelberg y Pascal van der Woude, es hoy un referente internacional en la Costa del Sol. Su fortaleza combina experiencia, certificación profesional y un conocimiento profundo del mercado, ofreciendo un servicio integral que acompaña al cliente desde el primer contacto hasta el post-venta. Con un equipo multilingüe que trabaja en 14 idiomas, tres oficinas estratégicas entre Málaga y Marbella y un enfoque basado en transparencia y rigor documental, StartGroup se ha ganado la confianza de compradores, vendedores y promotoras.

StartGroup lleva más de 20 años creciendo en la Costa del Sol. ¿Qué ha permitido que la empresa mantenga esta posición de referencia en un mercado tan competitivo y cambiante?

Primero, la gran cantidad de clientes que vuelven a contratar nuestros servicios. Muchos clientes

internacionales premium siguen un patrón: primero compran un apartamento, a los pocos años lo venden para comprar algo más grande, después de varios años, cuando llega la jubilación, venden la vivienda grande y compran una más pequeña, más fácil de mantener. Gracias a nuestro servicio integral, incluyendo post-venta y reformas, volvemos a dar servicio a los mismos clientes muchas veces. Y nos recomiendan a sus conocidos.

Uno de vuestros grandes diferenciales es la profesionalización del equipo. ¿Cómo influye realmente en la experiencia del cliente?

Como en Andalucía no hay ninguna licencia obligatoria para ejercer como agente inmobiliario, hay muchos actores en el sector con calidad de servicio muy variopinta... Todos los nuevos empleados de StartGroup tienen que hacer cuatro cursos de certificación antes de empezar a tratar con clientes. De esta forma tenemos una base sólida para dar un servicio de calidad.



Pascal van der Woude

Realizáis una verificación documental muy exhaustiva antes de publicar cada propiedad. ¿Por qué es tan clave y cómo ayuda a evitar problemas durante la operación?

Lo más importante es por ofrecer un producto vetado y correcto a los compradores. Después, para dar ese servicio a los vendedores: si encontramos algún problema registral o similar al comprobar la documentación, podemos aconsejar al vendedor y tomar medidas para arreglarlo antes de poner la vivienda en el mercado. Y, por supuesto, tanto la ley nacional como el decreto 217/2005 de Andalucía rige estrictamente la documentación que obligatoriamente tiene que comprobar y proveer el agente inmobiliario. Nosotros damos un paso más al ayudar

arreglar cualquier problema que podemos encontrar, como una piscina que no está debidamente inscrita en el registro, o una carga hipotecaria que se pagó hace años, pero todavía aparece en el registro, por mencionar algunos de los más comunes.

Tenéis tres oficinas estratégicas y un equipo que atiende en 14 idiomas. ¿Cómo se traduce este ADN internacional en vuestra forma de trabajar y en el tipo de cliente que atraéis?

El propio clima internacional de la Costa del Sol fue la base de nuestra estrategia multilingüe. Tanto Pascal como yo hablamos varios idiomas y, gracias a eso, pudimos ayudar mejor a clientes de muchos sitios. Para una operación tan grande como un inmueble, las personas se sienten más cómodas si pueden hablar en su propio idioma. Con la crisis de 2008, vimos que aumentaba la importancia de esta estrategia. Así, las divisas también juegan un importante papel en donde marcamos la estrategia de marketing: si hay recesión en un país europeo, puede que haya uno que esté en auge. Por ejemplo, en 2011, la libra estaba muy débil contra el euro, pero la corona noruega estaba súper fuerte. Tuvimos cientos de operaciones con vendedores de Reino Unido que

vendían barato, pero ganaban con el cambio de divisa, y los compradores fueron noruegos que tenían una divisa un 20% superior que ahora. Muchos de estos clientes noruegos que compraron en 2011 están ahora vendiendo sus casas con nosotros. Y como el euro ahora está más fuerte, ganan con el cambio de divisa, y las viviendas, por regla general, valen más de doble que en 2011. Así que fue un buen negocio para todos. Lo que llamamos un win-win.

De hecho, StartGroup destaca en reventa y en obra nueva, incluso con exclusividades. ¿Qué buscan hoy las promotoras y qué valor aportáis en estos proyectos?

Aparte de la experiencia en un mercado complejo de panorama internacional, contamos con un equipo formado y certificado. Somos expertos en cumplimiento de GDPR, PBC y documentación en general. Muchas veces tenemos promotoras grandes provenientes de otras zonas de España, y les cuesta entender el sistema de la Costa del Sol con sus peculiaridades. Aquí no basta con tener una caseta de venta en el terreno y una página web: hay que tener una estrategia comercial internacional y una red de colaboradores internacionales para que funcione.

¿Qué tendencias marcarán el futuro del mercado inmobiliario en la Costa del Sol y cómo se está preparando StartGroup para afrontarlas con garantías?

Lo que vemos es un mercado que seguirá siendo muy internacional, pero también más exigente. Los compradores quieren procesos claros, asesoramiento sin sorpresas y profesionalidad. Y la tecnología y la normativa van a seguir avanzando rápido.

Nuestra preparación pasa por reforzar aquello que nos ha traído hasta aquí: formación continua, certificaciones, mejora constante de procesos y una apuesta muy fuerte por la transparencia documental. Y, por supuesto, seguir cuidando la parte humana del negocio.

Porque, al final, aunque hablemos de propiedades, cifras y mercados, lo que hacemos es acompañar a personas en decisiones muy importantes de su vida. Y eso requiere cercanía, honestidad y mucha responsabilidad. Ese es el camino que seguiremos.

