

“No vendemos casas: transformamos la experiencia inmobiliaria”



Per Moensted, CEO de Mojo Estates y Jacob Johansen, cofundador de la compañía

Conversamos con Per Moensted, CEO y cofundador de Mojo Estates, para profundizar en el modelo de una de las mejores inmobiliarias del país

Mojo Estates, la agencia danesa-española galardonada como Mejor Agencia Inmobiliaria de España 2025-26 por los European International Property Awards, explica cómo su modelo integral está redefiniendo el mercado inmobiliario de la Costa del Sol. Desde su sede en Mijas, la compañía ha creado un ecosistema empresarial único —House of Mojo, un modelo integral que centraliza todos los servicios relacio-

nados con una propiedad dentro de una misma empresa— para acompañar al cliente en todo el proceso de compra, venta, administración y disfrute de una vivienda en España.

Pregunta. De un sueño a ser reconocida entre las mejores inmobiliarias de Europa... ¿Cómo ha sido esta evolución?

Respuesta. Ha sido una evolución natural: de una visión disruptiva a un modelo totalmente consolidado. Desde el principio creímos que la Costa del Sol necesitaba un enfoque más profesional y moderno. Eso nos llevó a desarrollar una estructura con departamentos internos de legal, finanzas y contabilidad, arquitectura, diseño, inversión y medios. Hoy, más de 55 profesionales de diez nacionalidades trabajan bajo una metodología coordinada que hace que la experiencia del cliente sea más rápida, segura y transparente.

P. ¿Esto es lo que os ha llevado a tres premios en los últimos meses?

R. Sí, aunque lo importante no son los premios en sí, sino lo que representan. Nuestro modelo integral acompaña al cliente en todas las fases: compra, venta, diseño interior, reforma, gestión de alquiler vacacional, inversión e, incluso, copropiedad. Todo se gestiona internamente. Esta coherencia convierte a Mojo en la única agencia inmobiliaria en España capaz de ofrecer este nivel de servicio completamente integrado. Los clientes valoran sentir control, disfrutar de total transparencia y recibir una comunicación constante durante todo el proceso.

P. Pero todo tiene un inicio, ¿cómo empezó el ecosistema Mojo?

R. Nació de una frustración. Las agencias tradicionales de la Costa del Sol no invertían en formación ni en innovación, y vimos la oportunidad de ofrecer algo diferente. Queríamos comunicar el estilo de vida del

“Nuestro modelo integral permite acompañar al cliente en cada etapa, desde la compra hasta la inversión y el mantenimiento, con total transparencia”

sur de una forma más auténtica y emocional, produciendo vídeos con un estilo cinematográfico cuando casi nadie lo hacía. Combinamos la energía de los reality shows con el storytelling inmobiliario, y eso nos dio una visibilidad inesperada. A partir de ahí, entendimos que podíamos construir algo mucho mayor: un ecosistema capaz de resolver cualquier necesidad relacionada con una propiedad. Así nació House of Mojo, un ecosistema compuesto por seis pilares fundamentales que permiten dar respuesta a cualquier necesidad relacionada con una propiedad.

P. La Costa del Sol vive un momento de crecimiento. ¿Cómo veis su futuro?

R. Claramente prometedor. La región atrae talento internacional, nuevas infraestructuras y un mercado inmobiliario cada vez más sofisticado. Tenemos el aeropuerto con mayor crecimiento en Europa, mientras destinos como Mijas, Benalmádena, Marbella y Estepona siguen ganando atractivo internacional. Para muchos, esta zona se está convirtiendo en la nueva California europea: clima, seguridad, estilo y calidad de vida. Nuestra misión es seguir innovando para que comprar y disfrutar una propiedad aquí sea cada vez más fácil y seguro. No buscamos ser los más grandes, sino los mejores en experiencia de cliente, y sentimos que esto es solo el comienzo.

Más información
www.mojoestates.com

