Remitido

Una vivienda en la Costa del Sol, compradores en todo el mundo

Christofer Fogelberg cofundador de StartGroup Real Estate





StartGroup atiende en 14 idiomas y cuenta con una cartera de clientes formada aproximadamente por un 70% de compradores internacionales y un 30% de españoles.

Cuando un propietario decide vender en la Costa del Sol, una de las primeras preguntas es dónde anunciar su vivienda. Pero la elección de la agencia puede pesar más que la del portal: llegar a compradores de distintas nacionalidades exige idiomas, contactos y conocimiento cultural. StartGroup, fundada en 2003 y con oficinas en Benalmádena, La Cala de Mijas y Calahonda, trabaja con clientes españoles e internacionales. Su cofundador, Christofer Fogelberg, explica qué aporta ese enfoque al vendedor.

¿Por qué elegir una inmobiliaria que trabaja el mercado internacional?

Porque su comprador puede vivir en Madrid, Estocolmo, Ámsterdam o Londres. Cuando vende una vivienda, le interesa que llegue al mayor número posible de compradores adecuados. Si la comercialización se limita a un idioma, una nacionalidad o un único canal, puede estar dejando fuera a personas para las que esa propiedad encajaría perfectamente. Una agencia con experiencia internacional amplía las oportunidades y sabe acompañar a esos compradores hasta que puedan decidir.

¿No basta con publicar la vivienda en los portales?

Son una herramienta importante, pero una estrategia de venta no debería depender solo de un portal. Nuestros 23 años de trayectoria nos han permitido construir una amplia cartera de clientes que buscan vivienda en la Costa del Sol, además de mantener relaciones con inversores internacionales. Eso nos permite presentar propiedades directamente a compradores cuyas preferencias ya conocemos, sin esperar a que encuentren el anuncio. A ello se suman los portales internacionales, las redes sociales y la colaboración con otras agencias.

¿Compite la vivienda de segunda mano con la obra nueva por el comprador internacional?

Sí. Pascal van der Woude, nuestro responsable de obra nueva, destaca que en algunas promociones los compradores internacionales superan el 80%. Son promociones con campañas que hacen que el comprador extranjero las encuentre incluso antes de viajar a España. Una vivienda de segunda mano también necesita llegar a ese público, y presentar sus ventajas frente a la obra nueva: ubicación, entorno consolidado, disponibilidad o precio. El comprador debe conocer esas alternativas para poder compararlas.

¿Cómo influye el idioma en la venta?

Comprar una vivienda supone decisiones importantes y muchos detalles que entender. Poder expresarse en el propio idioma ayuda al comprador a preguntar con libertad. En StartGroup atendemos en 14 idiomas, y eso no es solo traducir las características del inmueble: es explicar su valor, aclarar dudas y mantener la comunicación durante toda la operación. Una web traducida da visibilidad, pero detrás debe haber un equipo capaz de atender al comprador, organizar las visitas cuando viaja y seguir el contacto cuando vuelve a su país.

¿Hay diferencias culturales que el vendedor deba tener en cuenta?

Sí. Las expectativas sobre la negociación, los plazos o el propio proceso de compra varían mucho. Además, la inseguridad jurídica que algunos compradores perciben en cuestiones como los alquileres turísticos o la ocupación ilegal genera dudas difíciles de resolver desde otro país. Necesitan información rigurosa y asesoramiento especializado cuando corresponda, y recibirlo en su idioma aporta tranquilidad. Para el vendedor, eso evita que una duda sin aclarar frene la operación.



¿Trabajar con compradores extranjeros permite conseguir un precio más alto?

Llegar a más compradores aumenta las posibilidades de vender en menos tiempo y en mejores condiciones. Es el principio de la oferta y la demanda: cuantos más interesados, mejor posición para el vendedor. Una comercialización internacional amplía ese público y evita depender de un grupo reducido de compradores. Eso sí, hay que partir de una valoración realista: el precio adecuado y una difusión amplia funcionan juntos.

¿Qué papel tiene la colaboración entre agencias?

Es importante, porque ninguna empresa tiene acceso a todos los compradores. Una agencia debe promocionar la propiedad entre sus propios clientes y colaborar con otros profesionales que puedan aportar el comprador adecuado. Para el propietario, lo relevante es que exista una estrategia coordinada y un interlocutor que organice esa colaboración. La capacidad comercial de una inmobiliaria también se mide por la red que puede activar alrededor de una vivienda.

¿Cómo saber si una agencia tiene esa capacidad?

Preguntando cosas concretas: qué idiomas habla realmente el equipo, de dónde proceden sus clientes, qué canales utiliza y cómo colabora con otras agencias. En nuestro caso, aproximadamente el 30% de los clientes son españoles y el 70% internacionales.

También importa cómo se organiza el equipo. En StartGroup diferenciamos entre los comerciales que atienden a compradores y los captadores que trabajan con propietarios vendedores, con formación específica en valoración y marketing inmobiliario. Conviene además comprobar las certificaciones profesionales y los seguros de la agencia, en especial el de responsabilidad civil profesional. Todos nuestros agentes comerciales cuentan con certificación GIPE.

La comercialización internacional amplía las oportunidades de venta de una vivienda en la Costa del Sol, al permitir llegar a compradores de distintas nacionalidades.

¿Cuál sería su consejo final para quien quiere vender?

Que elija la agencia por su capacidad de trabajar la venta, no solo por el precio que le propone. Buena presentación, documentación preparada, valoración realista y comunicación constante son fundamentales. Y una pregunta más: ¿puede esta empresa llegar al comprador de mi vivienda, esté donde esté? En la Costa del Sol, abrir la puerta a distintas nacionalidades marca la diferencia. El objetivo es generar oportunidades y acompañarlas hasta completar la compraventa con un servicio cercano para todas las partes.

startgroup.com