

LA VANGUARDIA

Cómo una inmobiliaria de Roses con menos de dos meses de vida ha captado la villa más exclusiva de la Costa Brava

GC Grup integra intermediación, hipotecas e inversiones inmobiliarias con una innovadora estrategia de contenidos en redes sociales desde la Costa Brava

Una mansión a pie de playa con una parcela de 16.000 metros cuadrados y un valor de 22 millones de euros. Situada en la playa de la Almadrava, Roses. Justo dónde empieza el Cap de Creus. Esta es la propiedad que los hermanos Àngel y Martí Giró Corcoll han conseguido captar para su inmobiliaria, GC Grup, en menos de dos meses desde su apertura. Un resultado que responde a una forma de trabajar correcta, pensada para adaptarse a un sector que en muchos aspectos sigue funcionando igual que hace veinte años. La historia de los hermanos no arranca en una agencia inmobiliaria tradicional. De hecho, su principal negocio, que todavía mantienen, está en el sector

automovilístico. “Con los ahorros que generábamos empezamos a comprar pisos para reformar y vender”, recuerda Martí. Fue así, operación a operación, como se adentraron en el sector. Esta perspectiva externa les permitió detectar carencias y oportunidades que otros, inmersos en la rutina diaria, no veían. Hace cinco años, la oportunidad de rehabilitar un edificio entero en Roses para luego vender, les llevó a dar un paso más y fundar su propia promotora junto con un amigo de Barcelona, con gran recorrido en el sector. Fue en esta faceta, como clientes de otras inmobiliarias, donde nació la semilla de GC Grup. “Veíamos que había formas mejores de trabajar nuestro producto, sobre todo en redes sociales, un canal que nadie estaba explotando para dar a conocer las viviendas”, explica Àngel. El descontento se convirtió en una pregunta clave: “Nos dimos cuenta de que, para vender nuestras promociones, acabábamos haciendo casi todo el trabajo de venta nosotros. Así que nos planteamos, ¿por qué no lo hacemos nosotros de verdad?”.

Como promotores no encontrábamos el servicio que queríamos, así que decidimos crearlo nosotros mismos

La respuesta fue GC Grup, un proyecto



lanzado hace apenas unos meses que integra tres servicios bajo un mismo techo: la intermediación inmobiliaria, la gestión de hipotecas y la captación de inversores para sus proyectos de la promotora. Este modelo 360° es la base de su estrategia diferencial, que se apoya en tres pilares fundamentales para cumplir el objetivo de cualquier vendedor: vender su propiedad lo más rápido posible y al mejor precio. El primer pilar es mostrar el inmueble de la mejor forma posible. “Como promotores, teníamos que vender pisos sobre plano o a medio construir. Eso te obliga a crear renders, vídeos y animaciones para que el cliente visualice el resultado final”, detalla Martí. Ahora aplican esa misma técnica a cualquier tipo de propiedad. “Una casa de hace veinte años puede tener un potencial enorme con una reforma. Nuestro trabajo es hacer que el comprador vea ese potencial, no solo el estado actual”. Y resaltar todos los puntos fuertes de la propiedad. El segundo pilar es la máxima difusión. Además de los portales tradicionales, que consideran imprescindibles, han apostado fuerte por las redes sociales para llegar a un público que quizá no está buscando activamente, pero que reaccionaría ante una buena oportunidad. Crean contenido

específico, como vídeos en francés e inglés, para el tipo de cliente extranjero que hay en la zona. A esto se suma una política de colaboración total. “Nunca nos guardamos una propiedad. Desde el primer día la compartimos con todas las agencias de confianza de la zona. La prioridad es vender la casa, no quedarnos con toda la comisión”, subraya Martí. “Se mantiene la exclusividad de una única publicación — cuidada al máximo para mostrar todo el potencial de la vivienda— mientras se comparte internamente con el resto de inmobiliarias, garantizando así que llegue a todo comprador potencial.”

Desde el primer momento difundimos de forma interna la propiedad a todas las inmobiliarias de la zona, garantizando así la máxima exposición en el mercado El tercer y último pilar es facilitar la compra. Aquí entra en juego su servicio de bróker hipotecario. “Mucha gente no sabe si puede comprar o no. Nosotros les acompañamos desde el principio, buscamos opciones que su banco quizá no les ofrece y agilizamos todo el proceso”, asegura. Este servicio no solo ayuda al comprador, sino que da seguridad al vendedor y a la propia agencia, que sabe desde el primer momento si la operación es

LA VANGUARDIA

viable.

Gracias a esta metodología, han conseguido captar numerosas propiedades en tiempo récord. La calidad de sus anuncios y su forma de trabajar les han permitido, además, hacerse con viviendas de alto valor, como la exclusiva villa de la Almadrava. “Es una finca única, con 16.000 metros de jardín formado por décadas de cuidados a pie de playa, junto al parque natural”, describe Àngel. O un complejo vacacional a primera línea de mar en Llançà: una propiedad única para las familias que buscan hacer crecer su patrimonio, generar rentabilidad y dejar un legado que pase de generación en generación. Estos son activos singulares, pero también un símbolo del tipo de confianza que su modelo de trabajo genera entre los propietarios.

Aunque el éxito de la inmobiliaria es notable, los hermanos Giró Corcoll tienen claro el rumbo. Su foco principal sigue siendo la promotora (Prime Nordisk) que actualmente tiene en marcha un edificio de seis pisos en Roses, seis casas adosadas en Palau-saverdera y un proyecto de cuarenta apartamentos en Empuriabrava. “La inmobiliaria es un complemento perfecto, una sinergia que nos ayuda en muchos aspectos, pero nuestro objetivo a largo plazo es hacer crecer la promotora, construyendo cada vez más y vendiendo nuestro propio producto”, concluye Martí.



Una iniciativa de La Vanguardia
para dar voz a las PYMES

DESCUBRE MÁS EN
www.lavanguardia.com

