

PAULO ANTUNES, CEO DA LOJA DO CONDOMÍNIO

Gestão de condomínios reforça posição no mercado

Administrar condomínios é uma tarefa muito mais complexa do que, à partida, pode parecer. A diversidade e a complexidade de problemas e o tempo cada vez mais escasso fazem com que suba consistentemente o número de condóminos a procurar profissionais que assegurem este serviço. O resultado? O aumento da eficácia e da boa gestão dos espaços, o que tem levado a um crescimento sistemático do sector e, em particular, da empresa que o lidera



Longe vão os tempos em que a administração de condomínios envolvia pouco mais que a receção das quotas, o pagamento aos fornecedores e a apresentação de contas no final de cada ano. O crescimento do parque habitacional e, sobretudo, a existência de condomínios a carecer de cuidados especiais ao nível da manutenção e da preservação fazem com que a gestão destes espaços obrigue a uma clara polivalência e a um conhecimento amplo de diversas matérias – desde a logística, à financeira e à legal. É, por isso, cada vez mais habitual que os condóminos procurem profissionais que assegurem este serviço – um

serviço que impacta o valor efetivo das suas casas, o que se comprova nos momentos em que se pretende vender ou arrendar uma habitação e ela se encontra valorizada por um condomínio bem cuidado e mantido.

Esta nova realidade faz com que a administração de condomínios não seja mais uma ferramenta administrativa mas antes um processo estratégico na gestão do património dos condóminos.

É precisamente com esta visão que a Loja do Condomínio (LDC) opera no mercado: posicionando-se como um parceiro de todos os condóminos e gerindo os condomínios na ótica da gestão do património.

Um franchising que é uma parceria

A larga cobertura da LDC faz com que a marca reforce o enfoque na satisfação dos seus clientes e saiba que, para isso, tem de trabalhar em estreita parceria com todos os seus franchisados. Assim, a marca oferece-lhes uma forte estrutura de apoio nas mais variadas áreas – desde a preparação e abertura de loja, formação, marketing, comunicação, informática, desenvolvimento e inovação.

Sendo a primeira marca portuguesa em regime de franchising a ter o seu sistema de franchising certificado, a LDC cumpre todas as exigências e todos os critérios do Código de Deontologia Europeu do Franchising

e legislação em vigor. A LDC acabou ainda de lançar, em parceria com o Novo Banco e com o Millennium BCP, um novo modelo de investimento destinado a candidatos a franchisados que se encontrem em situação de desemprego e sejam enquadráveis no programa de financiamento Microinvest.

Esta iniciativa revela-se, assim, uma excelente oportunidade para muitos dos que se encontram em situação de desemprego, podendo os candidatos a franchisados encontrar na marca um negócio com elevada rentabilidade e apoio contínuo, fazendo jus ao slogan da LDC, que promete ser 'bom trabalhar assim'.