



“As marcas são as pessoas”

O dinamismo do mercado imobiliário tem sido notório nos últimos anos e, Paulo Silva, que sempre esteve atento às diferentes conjunturas do país, fala-nos agora de uma marca – INOVA Imobiliária – recentemente incorporada no mercado, bem como dos crescentes desafios num setor em constante mutação.

Importa realçar que, embora esta nova marca tenha menos de um ano de existência, o nosso entrevistado esteve em tempos associado a outra rede em regime de franchising e, com essa experiência, trouxe não só as mais-valias do conhecimento, mas também uma equipa consolidada há 14 anos no mercado de Vila Verde.

O projeto pedia ousadia, mas também know-how e, abandonando o referido conceito de franchising, Paulo Silva percebeu desde logo que poderia atuar com renovada dimensão, estendendo o seu raio de ação para os concelhos vizinhos. Hoje, como gerente da loja, verifica que os negócios continuam a ter maior expressão em Vila Verde, mas conseguem chegar a geografias outrora inalcançáveis, como são os casos de Braga, Ponte de Lima, Terras de Bouro e Amares. Num olhar retrospectivo, Paulo Silva não deixa de retratar que a procura do setor imobiliário tem sido influenciada pelo setor bancário e, apesar de os anos da crise terem colocado entraves ao seu desenvolvimento, a verdade é que posteriormente o crescimento foi notável.

É expectável que, nos próximos três anos, o mercado cresça a um ritmo mais brando e, tendo em conta que 2019 está a ser caracte-

rizado pela construção de raiz, estima-se que o investimento permanecerá robusto. Mesmo assim, Paulo Silva sublinha que o negócio imobiliário encontra-se num momento de adaptação e tudo indica que, num futuro próximo, os preços fiquem estabilizados e o volume da oferta e da procura se torne mais equilibrado do que atualmente. Do ponto de vista geográfico, verificamos que a maioria dos seus clientes continua a ser nacional, mas o cenário de instabilidade que se vive no Brasil e o crescente interesse por parte dos emigrantes têm representado uma nova tendência. Com zonas apazíveis, razões não faltam também para que outros investidores se sintam atraídos pelo concelho de Vila Verde e, neste momento, muitas das pessoas que se encontram a trabalhar em Braga procuram habitação numa região de preços mais acessíveis.

Durante este percurso, Paulo Silva focou-se igualmente na valorização pessoal e profissional de todos os elementos da equipa e, agora com o suporte da marca INOVA, garante um acompanhamento permanente aos seus clientes nas diversas vertentes que compõem o negócio (comercial, documental, financeira e fiscal). “Nós sempre tivemos uma presença no mercado muito positiva e queremos que associem essa imagem à nova marca porque as marcas são as pessoas. Os clientes não vêm cá por antes termos pertencido a uma determinada rede, mas sim pela confiança que depositam em nós”, sublinha. Portanto, os colaboradores estão conscientes de que, mais do que um negócio, importa a dimensão humana e, doravante, a intenção passa por continuar a preservar esses laços de confiança e, se possível, ampliar a equipa e o território de ação.



AMI - 10088

