

NEGÓCIOS

19/08/2014

Grupo Canopus aposta em expansão de 40% nas vendas em 2014

Expectativa recai nos consórcios

Nádia de Assis

A- A+

O Consórcio Canopus, empresa do Grupo Canopus há 15 anos no mercado e desde 2011 com atuação em Minas Gerais, planeja expansão de 40% das vendas em 2014 na comparação com o último ano. O índice supera a alta de 33% alcançada no exercício passado em relação a 2012. Para concretizar as estimativas, a empresa pretende ampliar em 30% o número de pontos de vendas - concessionárias, representantes e parceiros - em todo o país.

Segundo a empresa, o carro-chefe dos negócios são os consórcios de automóveis/Divulgação

Segundo o diretor-geral, Pedro Santos, o carro-chefe dos negócios são os consórcios de automóveis, seguido pelos utilitários, imóveis e motocicletas. A Canopus mantém um escritório na capital mineira, localizado no bairro Santa Efigênia (região Leste). Por meio das parcerias, a empresa consegue estar presente também em outras importantes cidades do Estado como Alfenas, Pouso Alegre e Poços de Caldas (região Sul), Araxá (Alto Paranaíba), Divinópolis (Centro-Oeste), Governador Valadares (Vale do Rio Doce), Juiz de Fora (Zona da Mata) e Uberlândia (Triângulo).

Santos ressalta que, embora os negócios estejam crescendo em todas as regiões do país, os mercados mais relevantes são representados por Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, sendo que Minas Gerais é o segundo maior e responsável por gerar 10% da receita total.

O diretor explica que a expansão é sustentada, sobretudo, pelo fortalecimento da rede de parceiros, que deve crescer 30% em 2014. Atualmente, a Canopus conta com 1.040 parceiros no Brasil, aproximadamente 150 deles em Minas. Além disso, ele observa que a corporação é beneficiada pelo aumento do poder aquisitivo da população, que passou a ter acesso a mais bens de consumo. "Cada vez mais pessoas enxergam o consórcio como um investimento vantajoso, pois ele tem um custo mais acessível na comparação com outras formas de aquisição", argumenta.

Apesar de todo o pessimismo em torno da conjuntura econômica, Santos salienta que a organização continua investindo, principalmente em treinamento das equipes próprias e de parceiros. "Finalizamos, recentemente, a implantação do nosso projeto de educação a distância, que vai oferecer cursos sobre a nossa empresa e o segmento de consórcios, administração e negócios, gestão de *marketing* e pessoas, liderança e empreendedorismo", conta. As áreas de tecnologia da informação (TI) e as ações promocionais também são consideradas prioridade neste momento.