

DANIEL PAVARO/DIVULGAÇÃO



Marca reposiciona-se para crescer

Ao completar 30 anos de mercado, em 2017, a Racon Consórcios aposta no rejuvenescimento e na modernização de sua logomarca, em sintonia com o mercado que almeja atender.

A partir de 15 de janeiro, a unidade da empresa em Caxias – sua cidade-natal – já ostentará o novo conceito visual na fachada (conforme a imagem), traduzindo o propósito de ser mais dinâmica, acessível e humana.

A reformulação e o reposicionamento da marca farão frente à nova etapa de avanço do grupo, que almeja crescer 20% no ano que vem em pontos de venda, com o foco nas regiões sul e sudeste do

país. Das 30 novas franquias, nove devem engrossar a presença em São Paulo, onde a grife já possui 51 unidades, antecipa o gerente comercial e de marketing da Administradora, Cleber Sanguinini:

– Decidimos não fazer parte da crise.

Na contramão da retração, a Racon fechará 2016 com crescimento de 19% em cotas para imóveis e veículos – em Caxias, pela força da marca, o avanço é maior: 40% no ano.

A empresa hoje está presente em 15 Estados, com 170 franquias. Em sua história de 29 anos, acumula R\$ 7,5 bilhões em créditos distribuídos aos consorciados.