

Brasil Kirin – Plano oriental marca o fim do nome Schincariol

Geografia

Enviado por: _clsocascki@seed.pr.gov.br

Postado em:19/11/2012

Por Alagoinhas Notícias Após ter participado da ampliação da Schincariol em Alagoinhas, no mês de agosto, ao lado do prefeito Paulo Cezar, o presidente da cervejaria Gino Di Dominico anunciou na segunda-feira, 12, a extinção da marca Schincariol e a criação da Brasil Kirin, nova marca institucional da companhia. Na semana em que a compra da empresa completa um ano, os japoneses da Kirin – maiores acionistas – extinguiram a antiga marca, criada em 1939. Jornais, site e blogs de todo o país noticiaram a mudança da marca. Acompanhe abaixo a matéria veiculada no blog IG: “Plano oriental marca o fim do nome Schincariol Há um ano no comando total da Schincariol , os japoneses da Kirin fizeram, nesta segunda-feira (12), o movimento mais significativo desde que assumiram as operações da fábrica de bebidas paulista. A partir de agora, a empresa deixa de responder pelo nome Schincariol, usado desde a fundação da empresa, em 1939, e passa a ser conhecida no mercado como Brasil Kirin. Para Gino Di Domenico, presidente da agora Brasil Kirin, a mudança marca “o início do novo ano” para a empresa. Ele explica que a companhia deixa de ter um modelo industrial e passará a atuar com foco no mercado. Apesar da mudança na marca institucional – que começará a ser veiculada ao consumidor final no próximo dia 25 -, os japoneses da Kirin não mexerão nas marcas dos 14 produtos da empresa, tais como as cervejas Nova Schin, Devassa e Baden Baden. Com o objetivo de se aproximar do consumidor, a Brasil Kirin tem desenvolvido pesquisas de produtos para identificar possíveis inovações no mercado. Estilo japonês Seguindo à risca o estilo japonês de administração, os executivos da Kirin mudaram a gestão da empresa. Uma das primeiras mudanças foi a saída de todos os membros da família Schincariol. A Kirin – holding que movimenta R\$ 52,7 bilhões por ano com as suas 270 empresas no mundo – nomeou um conselho de administração, que iniciou os trabalhos no dia seguinte à compra da empresa. E o estilo japonês já pode ser sentido na gestão da empresa principalmente no planejamento estratégico. Com a nova marca institucional, a Brasil Kirin projeta alcançar presença em um milhão de pontos de venda no país – contra os 600 mil estabelecimentos atuais. Apesar de ter o Nordeste como uma de suas prioridades, a direção da Brasil Kirin reconhece que o maior desafio na distribuição está na Região Sudeste, onde o mercado potencial ainda é maior. A Brasil Kirin estuda para 2013 a implantação de produtos da marca japonesa no portfólio brasileiro, com bebidas alcoólicas e não alcoólicas. Na ampliação da fábrica em Alagoinhas, a cervejaria investiu R\$ 400 milhões. Iniciado em 2010, o projeto ampliou a planta em 33 mil metros quadrados, passando a contar com mais de 110 mil metros quadrados. A unidade tem capacidade para produzir cerca de 900 milhões de litros de cerveja e 400 milhões de litros de refrigerantes por ano. A Schincariol (Brasil Kirin) implantou sua fábrica em Alagoinhas em 1997”. Esta notícia foi publicada em 14/11/2012 no site alagoinhasnoticias.com.br. As informações contidas são de responsabilidade do autor.