

# Starbucks

por:

Paula Andrea  
Campaña

- Juan Zamarriego
- Tatiana Cuenca
- Juliana Garcia
- Dennis Gómez
- Maricel Rico

<http://www.youtube.com/watch?v=DHKtKF-e42M>



# Starbucks

- Starbucks Corporation es una cadena internacional de café fundada en Seattle, Washington.
- Considerada por la revista Fortune como una de las 500 empresas más grandes del mundo.
- Es la compañía más grande de café del mundo, con aprox. 16.000 locales en 44 países.



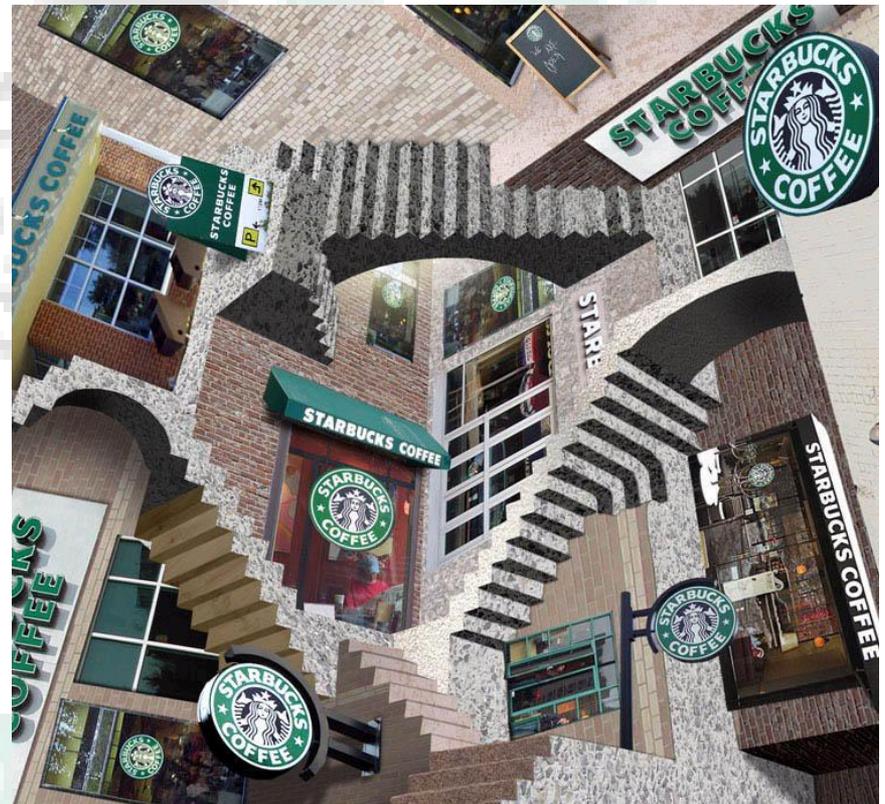
# Starbucks

- Starbucks vende café elaborado, bebidas calientes y café express entre otras bebidas, también vende bocados y algunos otros productos tales como tazas y granos de café. También ofrece libros, CD de música, y películas.



# Starbucks

- Desde la década de 1990, la compañía ha abierto un almacén nuevo cada día laborable, este ritmo de crecimiento continúa hasta el día de hoy.



# Historia

- El primer local con el nombre Starbucks fue abierto en Seattle, Washington en 1971 por tres socios: el profesor de inglés Jerry Baldwin, el profesor de historia Zev Siegel, y el escritor Gordon Bowker.
- Los tres abrieron su primera tienda de venta de granos y máquinas para café, ubicada en 2000 Western Avenue, de 1971 a 1976.



# Historia

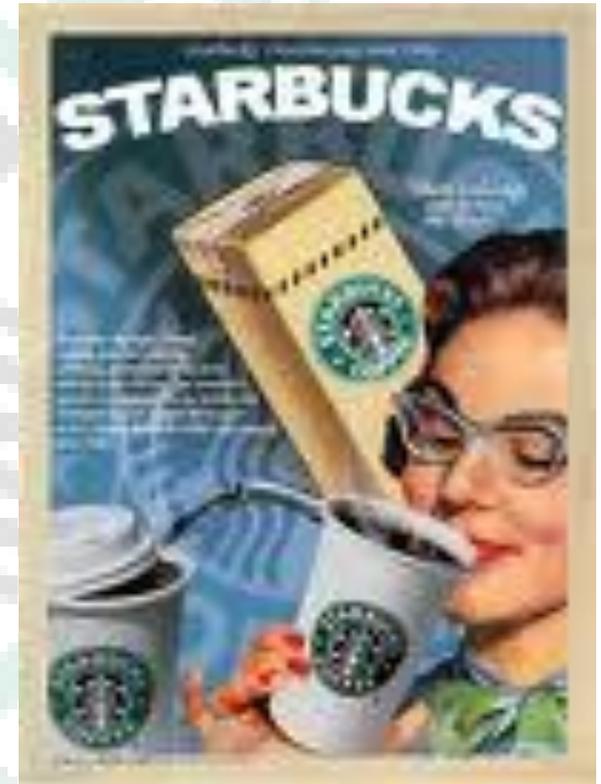


- El empresario Howard Schultz se incorporó a la empresa en 1982, y propuso ampliar la operación de venta de granos de café, con la venta de café expresso y otros, lo que fue rechazado por éstos al considerar que el café era algo que debía ser preparado en el hogar.
- Convencido de su idea y que ganaría más dinero ofreciendo café-al-paso, o para llevar, a los estadounidenses, Howard Schultz abrió en 1985 su propia cadena de cafeterías (il Giornale).



# Historia

- Un año antes, los tres dueños originales habían decidido comprar la empresa Peet's, y vender la cadena Starbucks a Howard Schutz, quien a su vez decidió cambiar el nombre de su empresa il Giornale por Starbucks.
- En 1987 la nueva cadena de cafeterías Starbucks abrió sus primeros locales en las afueras de Seattle y en Chicago.



<http://www.youtube.com/watch?v=D4TFRFxxvB9g>



# El Nombre

- La compañía toma su nombre del primer oficial de la nave del Capitán Ahab en la novela Moby Dick.
- A Gordon Bowker le gustaba el nombre "Pequod" (el barco de la novela), pero su socio creativo, Terry Heckler, respondió: "¡Nadie va a beber una taza de Peequod!" (en inglés pee significa pis).
- Por tanto, Heckler sugirió "Starbo". Tras debatir sobre estos dos términos, el resultado fue que la compañía pasó a llamarse con el primer oficial del Pequod, Starbuck.



# El Logo

- El logo es la imagen de una sirena de doble cola enmarcada en un círculo verde, rodeada del nombre de la marca.
- En la primera versión, 1971, basada en una ilustración noruega del siglo 15, la sirena estaba pintada en blanco sobre fondo marrón, con cabello corto, enseñando los pechos y mostrando completamente la doble cola.
- En una segunda versión, de 1987 a 1992, la sirena fue enmarcada en un círculo verde, cortando la doble cola y sus pechos cubiertos por el cabello, siendo su ombligo todavía visible.
- Desde 1992, el logo no muestra ni los pechos ni el ombligo, y las colas aparecen sin que se puedan apreciar como parte del cuerpo.
- Desde finales de 2006 hasta la primavera de 2008, con motivo de los 35 años de la empresa, se volvió a utilizar el logo original.



# Starbucks

- Líder en la venta de café preparado a través de un sistema de distribución en el cual la degustación de un café de excelente calidad, en un ambiente cómodo y agradable, servido por un equipo experto, lo ha convertido en todo un concepto de negocios conocido como “Experiencia Starbucks” (Starbucks News, mayo, 2004).



# Experiencias en Tiendas Starbucks

- Experiencia del café: Compra café de la mejor calidad. Lo conserva en bolsas empacadas al vacío, lo muele hasta el nivel preciso dependiendo de cómo va a ser servido, mide la cantidad de agua y café de acuerdo a los estándares establecidos. En cada tienda se tiene un sistema especial de filtración del agua.
- Experiencia del cliente: los empleados o partners transmiten a cada cliente su conocimiento y pasión por el café.



<http://www.youtube.com/watch?v=oct-MsEfvco&p=02ACC75C731FA9EA&playnext=1&index=12>



# Ambiente Starbucks

- Lujo que cualquier persona se puede dar: en Starbucks, se puede ver todo tipo de personas, desde un policía hasta un ejecutivo pidiendo el mismo tipo de café.



- Prueba del romance: en las tiendas Starbucks, la gente se toma un descanso de cinco o diez minutos para alejarse de su rutina diaria.
- Oasis: Una visita a Starbucks puede ser un pequeño escape durante el día debido a que Starbucks es un lugar para tomar “aire”.
- Interacción social casual: Starbucks es un lugar social debido a que la gente se reúne para charlar satisfaciendo así un “sentimiento social” (Schultz, 1997, p.118-120).



# Requisitos de tienda Starbucks



Al entrar a una tienda, los clientes deben percibir el olor a café.

- Cada tienda debe contar con conexión de red inalámbrica.
- La decoración debe ser cálida.
- La música debe ser con volumen moderado de manera que los clientes puedan conversar y sentirse a gusto.
- La limpieza debe supervisarse constantemente.

# Tiendas Starbucks

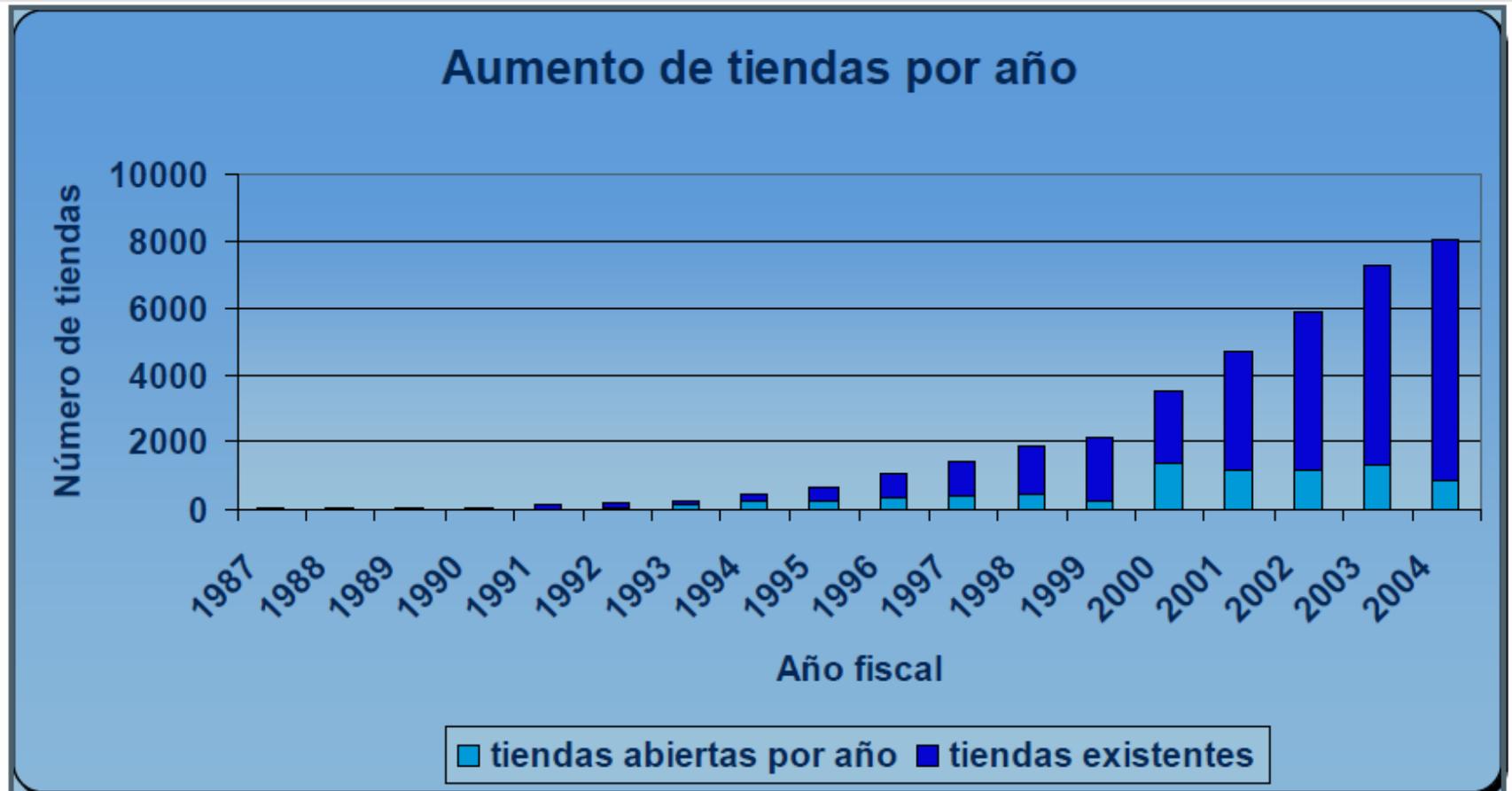


Figura 9. Aumento de tiendas por año

Fuente: Elaboración propia con base en datos de estados financieros disponibles en:  
[www.starbucks.com](http://www.starbucks.com)

# Starbucks como Emisora de Acciones

- Starbucks se convirtió en empresa pública el 26 de Junio de 1992 abriendo ofertas públicas en el mercado Nasdaq con el símbolo “SBUX”. El precio inicial fue de \$14 dólares por acción y tres meses después, el precio por acción subió a \$33 dólares
- Para 1995 Starbucks dijo que como parte de la estrategia de agrupar las tiendas ha experimentado un cierto nivel de canibalización de las tiendas.
- Lo que esto significaba es que mientras que en cada tienda las ventas reducían, las ventas totales combinadas de todos las tiendas seguían aumentando, es decir, Starbucks estaba expandiendo su mercado mientras cada tienda suya perdía su cuota

<http://www.youtube.com/watch?v=xFQvit1vYUM>



# Ingreso x ventas Starbucks



**Figura 10. Cambio porcentual de las ventas de Starbucks por tienda (1993- 2003)**

**Fuente: Elaboración propia con base en estados financieros disponibles en:  
[www.starbucks.com](http://www.starbucks.com)**

# Ventas por Tienda Starbucks



**Figura 11. Ingreso total neto de Starbucks (1993-2003)**

**Fuente: Klein, 2001 p. 517**



# Starbucks como Emisora de Acciones

- La aplicación de la Teoría Dinámica de Mercadotecnia a esta empresa demuestra que tanto la distribución como la publicidad son dos factores fundamentales en el proceso de negocios.

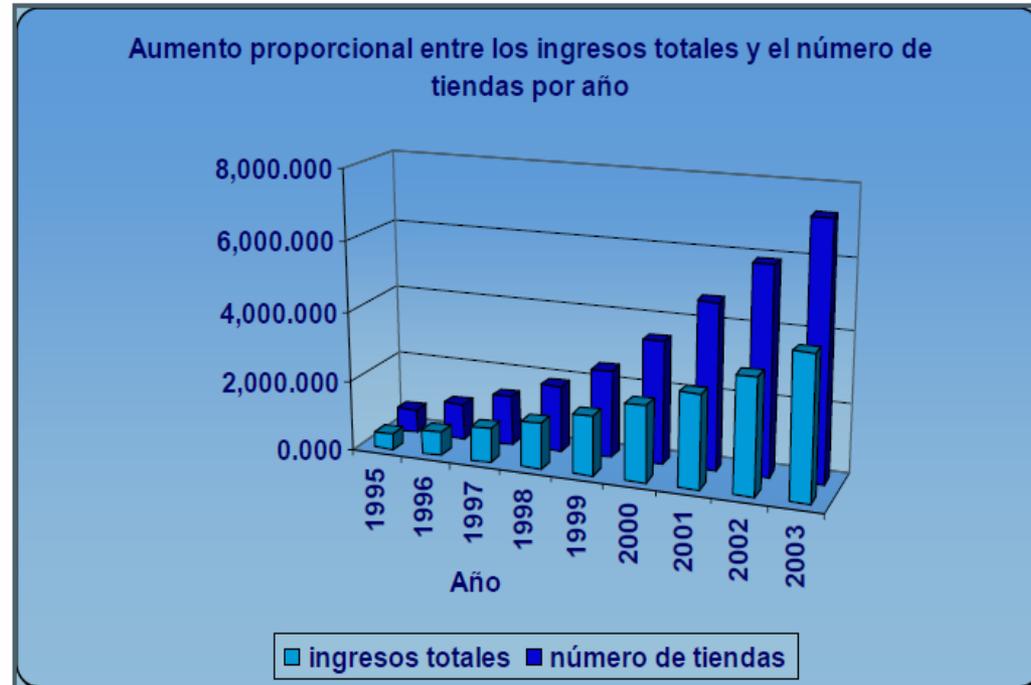


Figura 13. Aumento proporcional entre los ingresos totales y el número de tiendas por año

Fuente: Elaboración propia con base en estados financieros disponibles en: [www.starbucks.com](http://www.starbucks.com)

