

# Trabajo práctico unidad 1: Caso Starbucks

---

Benedetti Matías

Tecnicatura universitaria en programación,

Universidad Tecnológica Nacional

Organización empresarial

27/08/2024

## Resumen

Este informe analiza el surgimiento, la evolución y las estrategias clave de Starbucks, la cadena de cafeterías más grande del mundo. Fundada en 1971 en Seattle, Washington, Starbucks ha crecido de ser una pequeña tienda de granos de café a una marca global conocida por su experiencia de cliente única y su enfoque en la calidad. El informe destaca las cinco dimensiones principales que conforman la experiencia Starbucks: calidad del producto, ambiente acogedor, servicio al cliente, innovación continua y conexión emocional. También se examina la estrategia general de la empresa, que incluye la expansión controlada, la diferenciación a través de la experiencia del cliente, la innovación de productos, el compromiso con la sostenibilidad y la fidelización del cliente mediante programas de lealtad. Además, se explora la transformación digital de Starbucks, enfocada en mejorar la experiencia del cliente mediante tecnología avanzada, como su aplicación móvil y el uso de análisis de datos. Finalmente, se discute por qué Starbucks es considerada una empresa moderna, debido a su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado y sus prácticas sostenibles y éticas. Este análisis ofrece una visión general de cómo Starbucks ha logrado mantenerse relevante y competitiva en la industria del café.

## Introducción

Este informe examina cómo Starbucks, fundada en 1971, ha evolucionado de una pequeña tienda de café a una cadena global mediante estrategias innovadoras y una experiencia única para el cliente. Se analizan sus métodos de fidelización, su transformación digital y cómo estas prácticas la posicionan como una empresa moderna. El objetivo es entender cómo Starbucks utiliza la tecnología y el enfoque en el cliente para mantenerse competitiva en un mercado en constante cambio.

## Método

La información para este informe se obtuvo a través de una revisión de fuentes que incluyen el sitio web oficial de Starbucks, artículos académicos sobre la estrategia de la empresa y análisis de mercado. Se utilizaron fuentes que ofrecieran datos relevantes sobre las estrategias empresariales, la experiencia del cliente y las iniciativas de transformación digital de Starbucks.

## Resultados

### 1. ¿Cómo y cuándo surge Starbucks?

Starbucks fue fundada en 1971 en Seattle, Washington, por Jerry Baldwin, Zev Siegl y Gordon Bowker. La empresa originalmente se dedicaba a vender granos de café y equipo para preparación. En 1982, Howard Schultz se unió a Starbucks como director de operaciones y marketing. Durante un viaje a Italia, Schultz se inspiró en la cultura del café italiana y propuso crear un ambiente similar en Starbucks. Aunque los fundadores originales no estuvieron de

acuerdo al principio, Schultz compró la empresa en 1987 y comenzó su expansión, transformándola en una cadena global.

## **2. ¿Cuáles son las 5 dimensiones de la experiencia Starbucks?**

Las cinco dimensiones de la experiencia Starbucks son:

**Calidad del Producto:** Starbucks ofrece café y productos de alta calidad, con granos seleccionados y métodos de preparación cuidadosos.

**Ambiente Acogedor:** Starbucks diseña sus tiendas para ser lugares cómodos y agradables, donde los clientes pueden relajarse.

**Servicio al Cliente:** La empresa se enfoca en un servicio amigable y personalizado.

**Innovación Continua:** Starbucks innova constantemente en nuevos productos y tecnologías, como la app de pedidos.

**Conexión Emocional:** La empresa busca conectar emocionalmente con sus clientes, posicionándose como un "tercer lugar" entre el hogar y el trabajo.

## **3. ¿Cuál es su estrategia?**

La estrategia de Starbucks se basa en varios pilares:

**Expansión Controlada:** Starbucks crece globalmente de manera estratégica para mantener la calidad y la imagen de la marca.

**Diferenciación:** Starbucks ofrece una experiencia única, más allá de solo vender café.

**Innovación:** Starbucks innova constantemente en productos y tecnología.

**Responsabilidad Social:** Starbucks se compromete con la sostenibilidad y el abastecimiento ético.

Fidelización del Cliente: Starbucks utiliza programas de lealtad y recompensas para incentivar la repetición de compra.

#### **4. ¿Qué hace Starbucks para fidelizar a sus clientes?**

Starbucks emplea varias estrategias para fidelizar a sus clientes:

Programa de Lealtad "Starbucks Rewards": Ofrece recompensas como productos gratis a cambio de puntos acumulados en cada compra.

Personalización: Starbucks permite a los clientes personalizar sus bebidas, creando una experiencia única.

Conveniencia Digital: Starbucks ofrece una app para pedidos y pagos móviles, facilitando la compra.

Compromiso Social y Calidad: Starbucks se enfoca en prácticas sostenibles y productos de alta calidad, lo cual atrae a clientes conscientes.

#### **5. ¿Cuál fue la estrategia de transformación digital empleada por la empresa?**

La estrategia de transformación digital de Starbucks se centró en mejorar la experiencia del cliente con tecnología. Starbucks lanzó una app móvil para pedidos y pagos anticipados, integrando también el programa de lealtad "Starbucks Rewards". Esta app permite acumular puntos y personalizar pedidos. Además, Starbucks utiliza análisis de datos para entender mejor a sus clientes y mejorar operaciones, personalizando promociones y optimizando inventarios. Starbucks ha invertido en tecnología en tiendas, como kioscos digitales y pagos sin contacto.

#### **6. ¿Consideras que es una empresa tradicional o moderna? ¿Por qué?**

Starbucks es una empresa moderna porque, aunque comenzó como una cafetería tradicional, ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias. Starbucks utiliza tecnología

avanzada, como la app móvil y el análisis de datos, para mejorar la experiencia del cliente. También, Starbucks se preocupa por prácticas sostenibles y éticas, reflejando los valores contemporáneos de los consumidores. Además, Starbucks fomenta una cultura inclusiva y un ambiente de trabajo flexible, lo que demuestra su enfoque moderno e innovador.

## **Discusión**

Los resultados muestran que Starbucks ha evolucionado de ser una simple tienda de café a una marca global que lidera la industria gracias a su enfoque en la experiencia del cliente y su adopción de tecnologías innovadoras. La estrategia de transformación digital de Starbucks no solo ha mejorado la conveniencia para los clientes, sino que también ha permitido a la empresa captar y analizar grandes volúmenes de datos para tomar decisiones estratégicas informadas.

## Referencias

SovTech. (2023). *Starbucks: Mastering Growth with Data-Driven Strategies*. Recuperado de

<https://www.sovtech.com/blog/starbucks-mastering-growth-with-data-driven-strategies>

Starbucks. (s.f.). *Página oficial de Starbucks*. Recuperado de <https://www.starbucks.com>

Starbucks Argentina. (s.f.). *Página oficial de Starbucks Argentina*. Recuperado de

<https://www.starbucks.com.ar>