



Nombre: Nancy Marcela Ochoa Guillèn.

Nombre del profesor: Maria Eugenia Pedrueza Cano.

Materia: Mercadotecnia

Trabajo: Ensayo de marca

Grado: Quinto Cuatrimestre.

Grupo: Diseño Gráfico.

INTRODUCCIÓN

En este apartado, analizaremos como starbucks ha logrado conquistar el corazón de los amantes del café y posicionarse como un referente en la industria, gracias a una cuidada combinación de productos de alta calidad, una experiencia única en sus tiendas y una poderosa imagen de marca.



El objetivo de este ensayo es comprender los elementos clave que conforman el éxito de Starbucks y cómo sus estrategias de marketing han influido en la evolución de la empresa.

STARBUCKS

No solo son proveedores de café apasionados.

Starbucks también te regala la experiencia completa que vives cuando vas a una cafetería. Ofrecemos una selección de té premium, pasteles finos y otras delicias para complacer a los gustos más exquisitos. Además de que la música que escuchas en la tienda es elegida por su arte y atractivo.

En Starbucks todo se hace a través de la lente de la humanidad. Starbucks ha recorrido un largo camino desde esa primera cafetería, pero se mantiene fiel a los mismos valores de hoy en día. Ahora, incluso puedes disfrutar de

deliciosos cafés Starbucks de alta calidad en tu propia casa y conectar con el momento, tu entorno y familiares y amigos.

¿Cómo realizan el aseguramiento de la calidad?

Starbucks es un genio en cuanto a calidad, incorpora lean, JIT entre otras. Esto se ve directamente en el énfasis que la compañía pone en cuanto a su café. Starbucks maneja un programa para la compra de granos denominado C.A.F.E. con el cual se busca comprar los mejores granos de café del mundo y que este haya sido cultivado y beneficiado de forma sostenible. Solo hay siete empleados que revisan y certifican el 75% del café que se vende a nivel mundial.

¿Qué identificadores de servicio manejan?

No hay duda alguna que el principal indicador de servicio para Starbucks son sus clientes. La compañía pone mucha atención hacia este, y de manera muy atinada, ya que como dice el dicho “el cliente siempre tiene la razón” el libro denota en varios casos, la capacidad de los socios para detectar problemas, quejas y sugerencias en los clientes.

El análisis PESTEL es una herramienta que permite examinar el entorno macroeconómico en el que se desarrolla la actividad de Starbucks.

Esta metodología considera seis factores clave: político, económico, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Políticos: Starbucks opera en un gran número de países, lo que implica enfrentarse a diversas normativas y políticas gubernamentales.

Económico: factores como el crecimiento, la tasa de empleo o el poder adquisitivo de los consumidores influyen en el desempeño de Starbucks.

Socioculturales: las preferencias y hábitos de consumo de los clientes son fundamentales para el éxito.

Tecnológicos: la innovación tecnológica es crucial para mantener la competitividad en el mercado.

Ecológicos: la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente son aspectos cada vez más relevantes para los consumidores.

Legales: cumplir con las leyes y regulaciones es esencial para garantizar la operación exitosa en diferentes países.

Para mantener su liderazgo en este entorno altamente competitivo, en el plan de marketing de Starbucks se ha desarrollado una diferenciación basada en la calidad de sus productos, la innovación constante y la creación de una experiencia única para sus clientes.

La marca ha sabido establecer una identidad sólida y reconocible, lo que le permite diferenciarse de sus competidores y captar la lealtad de sus consumidores.

MISION, VISION Y VALORES

la misión de Starbucks es inspirar y nutrir el espíritu humano : una persona , una taza de café y una comunidad a la vez.

esta declaración refleja el enfoque de la marca en ofrecer una experiencia excepcional a cada cliente.

la visión. es convertirse en la marca líder en la industria del café, a través de la innovación ,la excelencia y la responsabilidad social.

los valores corporativos incluyen la pasión por el café, el compromiso con la calidad, la atención al cliente, la responsabilidad medioambiental y social, el respeto por la diversidad y la inclusión.

Estos valores guían las decisiones y acciones de la empresa.

Conclusion

Starbucks ha tenido una historia fascinante y ha dejado una huella duradera en la cultura del café. A pesar de las críticas, la marca ha tenido un impacto significativo en la forma en que la gente consume café en todo el mundo y ha creado una experiencia única que atrae a millones de personas cada día.