

Starbucks: ¿mejor o peor?

Por FOROALFA

La tradicional marca internacional de locales de venta de café anuncia un cambio importante en sus signos gráficos identificadores.



Con más de 16.000 locales distribuidos en cincuenta países a lo largo y ancho del mundo, Starbucks es una marca de altísimo conocimiento público, aún para aquellos que no son clientes o consumidores de sus productos. En los últimos días la compañía anunció un

cambio en su identidad visual, que comenzará a implementar en los próximos meses.

El nuevo diseño de la marca, que ya se puede ver en la web de [Starbucks](#), le otorga protagonismo exclusivo a la imagen de la sirena y abandona el fondo negro, el aro contenedor y la tipografía. Se convierte así en un signo exclusivamente icónico sin alusión verbal alguna, que podría apuntar a una estrategia marcaria como como las de Shell, Nike y Apple.

Starbucks: An Illustrated History



1971

We start by selling coffee beans in Seattle's Pike Place Market.



1987

We add handcrafted espresso beverages to the menu.



1992

We become a publicly traded company.



2011

We mark 40 years and begin the next chapter in our history.

Starbucks: An Illustrated History



La imagen de la sirena ha experimentado leves retoques y ahora se recorta en blanco sobre fondo verde.

Por lo que dice Howard Schultz (CEO de la compañía) en el sitio oficial de la empresa, el cambio está vinculado con los planes de Starbucks de ampliar su oferta a nuevos productos y «nuestra nueva identidad de marca nos dará la libertad y flexibilidad para explorar innovaciones y nuevos canales de distribución...»

Más allá de las intenciones la polémica está abierta, y ya se cuentan por centenares las opiniones, a favor y en contra del cambio en la marca, que los clientes de Starbucks vuelcan en la propia web de la empresa.

- ¿Qué piensa Ud. de este cambio?, ¿es mejor o peor la nueva identidad visual de Starbucks?

Publicado el 10/01/2011



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/starbucks-mejor-o-peor>

