Starbucks: ¿mejor o peor?

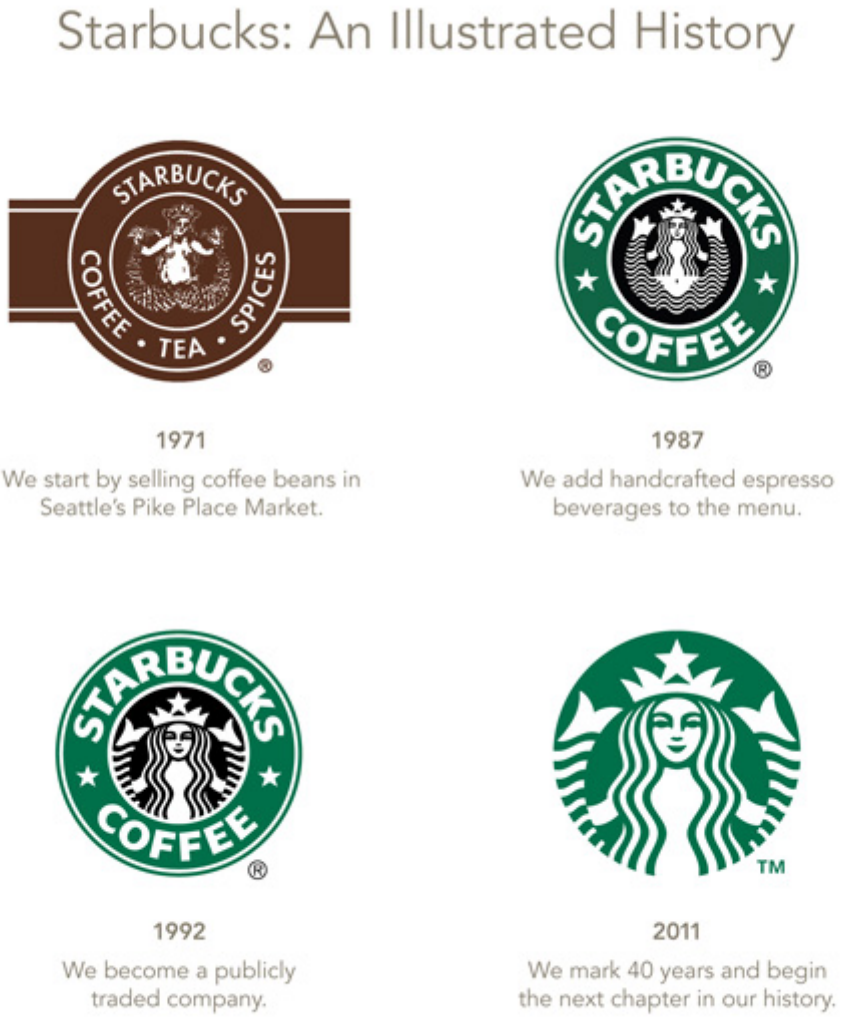
Por FOROALFA

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 Starbuckcs, 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.



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 Sturbucks 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 Sturbucks 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