



Nuevas bebidas en Starbucks

La cadena de cafeterías cambia su concepto

Parece que ni siquiera un gigante como Starbucks es inmune a los efectos de la crisis. Ante los resultados trimestrales que muestran una caída del 6,5% en su facturación con respecto al mismo periodo del año anterior, la cadena de cafeterías con sede en Seattle se ha replanteado su modelo de negocio buscando atraer a una nueva clientela.

Fruto de una nueva estrategia ha nacido el proyecto piloto "15th Avenue Coffee and Tea - inspired by Starbucks", un nuevo concepto de local que abrirá en Capitol Hill, uno de los barrios más importantes de Seattle, ciudad de nacimiento de la cadena.

Aunque esta nueva cafetería contará con máquinas de café expreso manuales, un surtido de cafés más reducido, música en directo y lecturas de poesía, es la presencia de bebidas alcohólicas como la cerveza y el vino el aspecto más innovador del nuevo concepto.

Además, la compañía dirigida por Howard Schuldtz, ha decidido eliminar su logotipo de algunos establecimientos para evitar que el público potencial siga identificando sus locales como lugares exclusivos e inaccesibles en un momento de crisis. Este cambio de estrategia no se aplicará de momento en las filiales de la cadena fuera de Estados Unidos, pero en función de los resultados obtenidos se podría extender a todos los establecimientos.

Por otra parte, Starbucks ha anunciado que cerrará 800 cafeterías en EEUU y 161 en el resto del mundo. En la actualidad, la cadena cuenta con 16.682 locales en todo el planeta.

Cerveza nuclear en Pyongyang

Corea del Norte "lanza" una cerveza

Por fin llega de Corea del Norte una noticia que no tiene nada que ver con el peligro nuclear. Desde hace unas semanas está disponible la Taedonggang, una cerveza producida con el equipo que la dictadura comunista compró hace unos años en el Reino Unido.

En el anuncio, emitido en la televisión oficial con el eslogan: "El orgullo de Pyongyang", podía verse a un sudoroso minero consumiendo una cerveza servida por una atractiva joven vestida con la ropa tradicional coreana.



Récords

Refrescándose con la jarra más cara del mundo

¿Sabe mejor la cerveza si se toma en una jarra valorada en 50.000 dólares? Un fabricante japonés de objetos de oro así lo cree. La jarra, de 13,5 centímetros de altura y un diámetro de 10 centímetros, que está hecha con 850 gramos de oro, se presentó en la última colección de Ginza Tanaka bautizada como "Summer Cool", que incluye artículos que muchos japoneses creen que ayudan a aliviar el calor en los días más bochornosos.

Bebiendo una cerveza en una jarra que cuesta tanto como un coche de lujo, Aya Yanagi miembro de Ginza Tanaka, comentó en la presentación que "Por supuesto, lo normal es beber la cerveza en un vaso normal, pero tomarla de una jarra de oro es una experiencia completamente diferente". El precio de los objetos varía diariamente en función de la cotización del oro.

¿Tranquilidad en Australia?

Rumores de una expansión de SAB Miller

Nadie está libre de las especulaciones, ni siquiera el gigante australiano Foster's que tras vender su marca para Europa a Scottish&Newcastle, se había mantenido al margen de la oleada de compras y fusiones de los últimos años.

Los rumores de un posible interés en la compañía surgieron tras las declaraciones de Coca-Cola Amatil, el principal embotellador de bebidas de Australia, quien hablando de la consolidación del mercado de su país comentó la posibilidad de fusionarse con Foster's.

Terry Davis, uno de los máximos responsables de Amatil, cree que el poder de la cerveza y los refrescos juntos es muy fuerte, pero su compañía no puede pagar el precio de Foster's por lo que han decidido apostar por su socio estratégico SAB Miller.

SAB Miller y Amatil tienen una empresa conjunta que comercializa algunas de las marcas de cerveza del grupo, pero son pocos los que dudan que la intervención del gigante sudafricano se limite a la promoción de Peroni, de ahí que los rumores aparezcan con cierta frecuencia.

Estas habladurías han vuelto a surgir hace un par de días vinculadas con la venta del vasto negocio vinícola de Foster's en Napa Valley, valorado en 2.000 millones de dólares.

