

Na crise, Starbucks dá desconto e distribui brindes

Josh Fineman e Tim Catts

O presidente executivo da Starbucks, Howard Schultz, disse ontem que a economia dos Estados Unidos está "em queda" e que a rede de cafés vai oferecer descontos e novas bebidas para atrair de volta os clientes. A maior rede de cafeterias do mundo também vai adquirir a Coffee Equipment, fabricante das máquinas Clover, vendidas a US\$ 11 mil, que "tira" uma xícara de café por vez. Os detalhes da operação não foram revelados.

"A economia está em espiral de queda e muitos afirmam que o consumo está em recessão", disse Schultz a mais de 6 mil acionistas na assembleia anual da companhia em Seattle. O executivo, que transformou a rede de cafés de Seattle em uma corporação com quase 16 mil lojas, está contando com novos tipos de café e uma diminuição no ritmo de abertura de lojas para conter dois trimestres de queda no número de clientes. A receita do primeiro trimestre cresceu 17%, o menor ganho em dois anos, à medida em que os consumidores reduziram seus gastos e o McDonalds passou a promover capuccinos e outras bebidas à base de café.

A Starbucks pretende lançar um novo blend da bebida e usar uma nova máquina automática para fazer café expresso, a partir de grãos moídos na hora. A rede planeja ainda lançar um programa de recompensas em meados de abril. Se usarem seus cartões Starbucks, os clientes receberão gratuitamente refis, caldas ou leite em suas bebidas, ou ainda café feito na hora. "Registre seu cartão e vamos personalizar sua bebida", disse Schultz. Os donos do cartão terão direito ainda a duas horas por dia de acesso sem fio à web.

A ação da Starbucks chegou a cair 4,1% ontem na Nasdaq, para US\$ 17,50. A ação está sendo negociada próximo do nível mais baixo em mais de quatro anos e tem hoje metade do valor do começo de 2007.

No ano passado, a Starbucks anunciou a primeira queda no número de clientes americanos em suas lojas. Os consumidores estão contendo os gastos em meio à alta dos preços da gasolina e da maior queda do mercado imobiliário residencial dos últimos 25 anos.

A rede espera abrir 2.150 lojas no ano até setembro, 350 menos que o planejado anteriormente. Também vai fechar 100 pontos-de-venda.

Depois de assumir o cargo de presidente executivo pela segunda vez, em janeiro, Schultz disse que os problemas da Starbucks são "auto-induzidos" e prometeu lançar produtos inovadores e reorganizar as lojas que estão envelhecendo. A Starbucks também pretende lançar uma comunidade online para se comunicar com clientes e funcionários.

No mês passado, a rede fechou 7 mil lojas nos EUA por mais de três horas para treinar seus baristas e reenfocou sua atenção ao cliente.

A Starbucks começou a testar no mês passado uma xícara de café comum de 8 onças, a US\$ 1, com refill grátis na região de Seattle. Mas, segundo a companhia, o teste não foi bem sucedido. "Não chegamos à conclusão de que nossos clientes estavam realmente interessados e rapidamente seguimos em frente", disse Michelle Gass, vice-presidente global de estratégia.

A Starbucks abriu sua primeira loja em 1971, no Pilce Place Market de Seattle. A companhia foi batizada em homenagem ao imediato do navio do romance "Moby Dick".

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 20, 21, 22 e 23 mar. 2008, Tendências & Consumos, p. B4.