

## De mal café a negocio global: lo que Starbucks enseña sobre emprender



Cómo una mala experiencia de consumo se convirtió en una oportunidad, y en una lección sobre lo que realmente es emprender un negocio

26/03/2026

Everth Bañuelos

Darryl Brooks / Shutterstock.com

Freepik

Después de haber cofundado **Starbucks**, una de las empresas más exitosas en el mundo, [Zev Siegl](#) asegura que el emprendimiento debe ir acompañado de algo más que una **buena idea y capital**.

*“La mayoría de los **emprendedores jóvenes** están demasiado enfocados en el producto. Yo también lo estaba, pero no es suficiente.*

*“Deben prestar atención al negocio: dinero, proyecciones, números, cuántos clientes pierdes al año”, dijo Siegl durante su conferencia en el marco del [incMTY Festival 2026](#).*

Con un café en la mano, Zev Siegl, cofundador de Starbucks, inicia su charla en el segundo día de incMTY. Foto: Tomada de internet



## El origen: detectar una oportunidad donde nadie más miraba

En la charla *Brewing Success: Lecciones de los primeros días de Starbucks*, Siegl recordó que emprender una de las empresas más exitosas del mundo —que hoy **cotiza en Wall Street** y tiene un patrimonio de **106.86 mil millones de dólares**— no fue un proceso sencillo.

Para 1971, el café en **Seattle** era de mala calidad. Frente a ese escenario, tres jóvenes sin experiencia empresarial incursionaron en el mercado de **café gourmet**, ofreciendo **granos premium** a cafeterías de la ciudad.

**Starbucks** no inició como lo conocemos hoy. En esa etapa, Siegl y sus socios apostaron por un modelo mayorista: **comercializar café a través de cinco pequeñas tiendas** distribuidas en Seattle.

A mediados de los años 80 —cuando la marca ya estaba consolidada— **Howard Schultz**, entonces inversionista, sugirió transformar las tiendas en cafeterías.

Schultz vio la oportunidad de convertir el café gourmet en una experiencia de consumo.

*“Tenía razón. Era una buena idea. Pero los fundadores fuimos más lentos porque nos gustaba la empresa que teníamos; nos gustaba ese **negocio mayorista**”, recordó Siegl.*

Ante la indecisión, Schultz decidió iniciar su propia cadena de cafeterías, abasteciéndose con café de Starbucks. Un año después regresó con una propuesta: **comprar la empresa.**

La oferta fue aceptada y, en menos de seis meses, Schultz se convirtió en CEO y accionista mayoritario de **Starbucks Coffee Company.**



Lo que comenzó como un producto que buscaba mejorar la calidad del café en Seattle, se convirtió en un negocio millonario que se expandió por todo el mundo Foto: Darryl Brooks / Shutterstock.com

**Del producto al negocio: el cambio que lo transformó todo**

Durante los primeros años, Siegl y sus socios aprendieron una lección clave: **no basta con enamorarse del producto.**

*“Los **inversionistas no quieren escuchar solo sobre el producto**; quieren entender el negocio, y ese debe ser el enfoque principal”,* afirmó el cofundador.

Aunque la calidad del café fue el punto de partida, el verdadero crecimiento de **Starbucks** llegó cuando comprendieron el negocio detrás: **márgenes, retención de clientes, proyecciones financieras y escalabilidad.**

Ese cambio de mentalidad marcó la diferencia entre una buena idea y una empresa sostenible.

Zev Siegl, cofundador de Starbucks, dio una charla a distancia en incMTY.  
Foto: Tomada de internet.



## Errores que casi cuestan la empresa

Una vez que los emprendedores entienden el verdadero negocio, es más difícil cometer los errores que Siegl y sus socios tuvieron.

Uno de los momentos más críticos ocurrió en el segundo año, cuando decidieron abrir una nueva tienda sin contar con el **capital necesario.**

El resultado: **deudas, presión de proveedores y riesgo real de quiebra.**

Para Siegl, fue uno de los aprendizajes más duros: **la rentabilidad no garantiza estabilidad.** Pensar que un negocio puede sostenerse solo porque genera ingresos fue, en sus palabras, uno de los mayores errores.

Otro tropiezo fue **diversificarse demasiado pronto.** En los primeros años intentaron importar molinos industriales y vender té en supermercados, líneas que no prosperaron.

*“Debimos haber ignorado la tentación de entrar en áreas que no fueran tostar y vender café. Veo a la gente hacer esto todo el tiempo. Es un **error común**: entrar en lo que yo llamo una tangente, el campo al lado de tu campo”,* explicó.

Tener un mentor y compartir algunas ideas con personas importantes para el emprendedor permiten ver el negocio como es, y no solo la idea de lo que amamos. Foto: Freepik



**Mentoría: de aprendiz a guía de nuevos emprendedores**

Parte del aprendizaje de Siegl también vino de la mentoría. **Alfred Peet**, pionero del café de especialidad en Estados Unidos, se convirtió en guía clave tras una simple llamada.

Su experiencia permitió a los fundadores evitar errores en una etapa crítica de crecimiento.

*“La diferencia que hace un buen mentor no se puede sobreestimar. Es extremadamente importante. Todo lo que se necesita es pedir ayuda, desarrollar la relación y no ser demasiado demandante”,* señaló Siegl.

Con el tiempo, esa experiencia lo llevó a convertirse en **mentor de emprendedores** en todo el mundo.

Hoy ha acompañado a cientos de jóvenes en etapas tempranas, especialmente en tecnología, donde ha identificado patrones recurrentes que contribuyen a construir un negocio:

- Estar en el negocio correcto, con posibilidades reales de éxito
- Contar con un equipo capaz de ejecutar el plan
- Tener el timing adecuado para lanzar y escalar
- Asegurar el capital necesario para no quedarse sin recursos

Desde su perspectiva, la mentoría aporta algo difícil de obtener en solitario: **perspectiva**.

Escuchar a otros emprendedores —sus aciertos y, sobre todo, sus errores— le ha permitido entender su propia historia.

*“Es como volver a estudiar el negocio **desde otro ángulo**”,* afirmó.

Juan Manuel Aguirre, director del Instituto del Emprendedor Eugenio Garza Laguera, platicó en videoconferencial con Zev Siegl durante el incMTY Festival 2026. Foto: Everth Bañuelos



## Una lección que sigue vigente

Hoy, **Starbucks** tiene presencia en decenas de países, incluido México, donde cuenta con cientos de tiendas.

Pero su origen sigue ofreciendo una lección vigente: las grandes empresas no nacen de certezas, sino de una idea que tiene el potencial de convertirse en negocio.

Para Siegl, emprender no se trata solo de detectar oportunidades, sino de **entender el negocio** que las sostiene, **rodearse de las personas correctas** y **aprender constantemente de otros**.



## **Brewing Success: Lecciones de los Primeros Días de Starbucks - 2026 | CREATING THE FUTURE - LIVE.TEC**

En esta sesión exclusiva, Zev Siegel, cofundador de Starbucks, se une a Marcela Gutiérrez para realizar un viaje a las raíces de una de las marcas más influyentes del mundo. Más allá de los lattes y los logotipos, esta charla profundiza en el "chisme estratégico" de los primeros días: desde los ...

## **Acerca de incMTY 2026**

**incMTY** es el festival de emprendimiento del [Tecnológico de Monterrey](#) que en 2026 celebró su décima tercera edición **del 17 al 20 de marzo**.

A lo largo de cuatro días, el **Tec campus Monterrey y la Universidad Autónoma de Nuevo León** fueron un punto de encuentro para **emprendedores, inversionistas, innovadores y especialistas en inteligencia artificial**.

El festival reúne a los principales actores del ecosistema a través de **más de 200 actividades**, entre conferencias, paneles, espacios de networking y encuentros entre fundadores e inversionistas.

Además, en esta edición **Japón participó como país invitado**, sumando una visión internacional al intercambio de ideas y colaboración.

Para **Juan Pablo Murra**, rector del **Tecnológico de Monterrey**, el propósito del encuentro se resume en 3 acciones: **innovar, conectar y construir**.

*“El reto en los próximos días es buscar ideas nuevas, disruptivas, innovadoras, que conecten”,* señaló Murra.

#### **LEE ADEMÁS:**



#### **SIGUE LA COBERTURA DE incMTY 2026 EN CONECTA:**

