

Perspectiva histórica de la empresa mexicana Carranco 1885-2015: Valor e identidad de la marca

Patricia Luna Sánchez

Texto completo

[PDF](#)

Resumen

El artículo tiene el objetivo de revisar parte del capital intelectual estructural que se generó a través del tiempo en las organizaciones empresariales denominadas haciendas. En el estudio retomo mi hipótesis de que el capital intelectual estructural acumulado en las que fueron haciendas comerciales ubicadas en el altiplano potosino fue conservado por los empresarios propietarios y sus descendientes después de la afectación de sus negocios a causa del proceso del reparto agrario efectuado por el Estado mexicano. Se puede contrastar esa suposición al identificar empresas que en la actualidad utilizan como marcas los nombres de las haciendas en las que se originaron, como activos simbólicos que fortalecen la imagen corporativa positiva. La propuesta es hacer un primer acercamiento al estudio de las marcas comerciales, marcas que están bien posicionadas en el mercado local y regional, como el caso de Carranco, o en el mercado nacional, como Coronado. En este artículo se analizará, en perspectiva histórica, el desarrollo de la empresa Productos Carranco, S. A. de C. V.

Palabras clave

Hacienda; empresa; marca; historia; identidad

Revista de El Colegio de San Luis (2016) Nueva época, año VI, no. 11, enero-junio 106-137

ISSN: 1665-899X, ISSN electrónico: 2007-8846