

Marca Patrimonio (Brand Heritage): Metodología y herramientas aplicadas a Café Wimpy's: 80 años de tradición en Puebla

1. Beatríz Elizabeth Hernández Alonso

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, beatrizelizabeth.fernandez@upaep.edu.mx

2. Dr. Fernando Rey Castillo Villar

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, fernandorey.castillo@upaep.mx

La historia de las marcas puede ser un componente integral de la identidad corporativa para una variedad de partes interesadas, especialmente los consumidores que son conscientes de ese patrimonio. Las marcas que han durado más de cincuenta años, que tienen historia, clientes fieles y su marca evoca en el consumidor algo más que un sentimiento de consumo, entran en la categoría de *Brand Heritage* o marcas patrimonio.

Es por esto que se determinó que se estudiará la antigüedad de Café Wimpy's que al ser la cafetería más antigua de Puebla, presenta un problema de conocimiento que no le a permitido posicionarse entre las cafeterías favoritas de los poblanos.

Con base a esta información se examinará a través de entrevistas la repercusión de los tres sectores que han generado un vínculo con Café Wimpy's, siendo estos: los dueños de la empresa, los clientes y los proveedores de la empresa, y utilizando la fortaleza de la historia, valores, filosofía, símbolos y acontecimientos de la marca, se pretende crear estrategias y líneas de acción donde se construirá una identidad de marca y se relatará la historia de la misma basados en la metodología de Marca Patrimonio para que los actuales y futuros clientes tengan conocimiento y basen su decisión de compra en la marca de Café Wimpy's.