

Del Grano a la Taza: Innovación y Calidad Como Pilares del Marketing en Juan Valdez

Por [Margarita Almonacid-Durán](#), [Alberto Tomás Delso Vicente](#), [Marisol Carvajal Camperos](#)

05/02/2025 | <https://doi.org/10.63083/lamec.2025.12.dac>



Universidad
Rey Juan Carlos



AMEC
EDICIONES



Del Grano a la Taza: Innovación y Calidad Como Pilares del Marketing en Juan Valdez

Dra. Margarita Almonacid-Durán. Universidad Rey Juan Carlos (España).

D. Alberto Tomás Delso Vicente. Universidad Rey Juan Carlos (España).

Dra. Marisol Carvajal Camperos. Universidad Rey Juan Carlos (España).



Las imágenes de la presentación fueron creadas en el programa leonardo.ai, con las peticiones o solicitudes (prompts) dadas por los autores.

El documento analiza la estrategia de marketing de una marca de café icónica, destacando la innovación y calidad como pilares. Examina su evolución en un mercado competitivo, la experiencia del consumidor, el uso de tecnología y redes sociales, además de su compromiso con la sostenibilidad y el impacto social en comunidades productoras.

[Descargar](#)

BIO

[Margarita Almonacid-Durán](#)

Universidad Rey Juan Carlos (España)

[Más artículos del autor](#)

BIO

[Alberto Tomás Delso Vicente](#)

Universidad Rey Juan Carlos (España)

[Más artículos del autor](#)

BIO

[Marisol Carvajal Camperos](#)

Universidad Rey Juan Carlos (España)

[Más artículos del autor](#)

[La Mecedora Divulga](#) is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](#)

