



**Creación
de Valor**
para Reducción de Pobreza

Colección Sostenibilidad

Director de la Colección:

Prof. Dr. Manuel Enrique Figueroa Clemente

Consejo de Redacción

Prof. Dr. Manuel Enrique Figueroa Clemente. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a María Rosario Álvarez Morales. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Jesús Cambrollé Silva. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Fernando de la Rosa Acosta. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Manuel Delgado Cabeza. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a María Cruz Díaz Antunes-Barradas. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Josefa Díez Dapena. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Lourdes Encina Encina. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. José Manuel Gómez y Méndez. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a María Jesús Hernández Arnedo. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Teresa Luque Palomo. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Juan Manuel Mancilla Leyton. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. José Antonio Mejías Gimeno. Universidad de Sevilla.
Dr.^a Sara Muñoz Vallés. Universidad de Sevilla. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Antonio Piñero Valverde. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. José Luis Rivero Ysern. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Amadora Rodríguez Ruiz. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Alfredo E. Rubio Casal. Universidad de Sevilla.
Prof. Dr. Victoriano Sainz Gutiérrez. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Inmaculada Sánchez Aguayo. Universidad de Sevilla.
Prof.^a Dr.^a Carmen Santos Lobatón. Universidad de Sevilla.

Comité Científico

Prof.^a Dr.^a Ibone Amezaga Aguirre. Universidad del País Vasco.
Dr. Roberto Barbato. Università degli Studi del Piemonte Orientale (Italia).
Dr. Manuel Cantos Barragán. Instituto de Recursos Naturales y Agrobiología de Sevilla CSIC.
Prof. Dr. Alejo Carvalheiro Ocaña. Universidad de Santiago de Compostela.
Prof. Dr. Eloy Castellanos Verdugo. Universidad de Huelva.
Dra. Lucía Cox Meana, Instituto de Recursos Naturales y Agrobiología de Sevilla CSIC
Prof. Dr. Anthony Davy. University of East Anglia (Gran Bretaña)
Prof.^a Dr.^a Susana Feldman. Universidad Nacional de Rosario (Argentina).
Prof. Dr. José Antonio Fernández García. Universidad de Málaga.
D. Ricardo Gamaza. Periodista y bloguero ambiental.
Dr. José Antonio González Pérez. Instituto de Recursos Naturales y Agrobiología de Sevilla CSIC.
Prof. Dr. Giovanni Guerrero. Universidad Central de Ecuador.
Prof. Dr. Javier Jiménez Nieva. Universidad de Huelva.
Prof. Dr. Carlos Luque Palomo. Universidad de Huelva.
Dr. Juan José Negro Balmaseda. Departamento de Ecología Evolutiva del CSIC.
Prof. Dr. Xavier Niell Castanera. Universidad de Málaga.
Prof.^a Dr.^a Miren Onaindia Olalde. Universidad del País Vasco.
Dr.^a Nathalie Poupart. Université de Bretagne Occidentale.
Prof. Dr. Rubén Retuerto Franco. Universidad de Santiago de Compostela.
Prof. Dr. Sixto Romero Sánchez. Universidad de Huelva.

Álvaro Lopes Dias



Creación de Valor

para Reducción de Pobreza

Prólogo de
Julio García del Junco



SEVILLA 2019

Colección Sostenibilidad
Número: 7

COMITÉ EDITORIAL:

José Beltrán Fortes
(Director de la Editorial Universidad de Sevilla)
Araceli López Serena
(Subdirectora)
Concepción Barrero Rodríguez
Rafael Fernández Chacón
María Gracia García Martín
Ana Ilundáin Larrañeta
María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado
Manuel Padilla Cruz
Marta Palenque Sánchez
José-Leonardo Ruiz Sánchez
Antonio Tejedor Cabrera

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial de la Universidad de Sevilla.

© EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA 2019
C/ Porvenir, 27 - 41013 Sevilla
Tlfs.: 954 487 447; 954 487 452; Fax: 954 487 443
Correo electrónico: eus4@us.es
Web: <<https://editorial.us.es>>

© Álvaro Lopes Dias 2019

Impreso en papel ecológico
Impreso en España - Printed in Spain
ISBN: 978-84-472-2919-2
Depósito Legal: SE 1875-2019
Imagen de cubierta: Creative Vix
Diseño de cubierta e interior: Santi García | santi@elmaquetador.es
Maquetación: referencias.maquetacion@gmail.com
Imprime: Podiprint

Índice

ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
ÍNDICE DE TABLAS.....	17
PRÓLOGO	19
AGRADECIMIENTOS	27
AUTORES DE LOS CASOS. (ORDEN ALFABÉTICO).....	29
LA ASIBEAM.....	31
¿Qué es ASIBEAM?	31
¿Qué hacemos?.....	31
Universidades.....	31
1. VALOR. CONCEPTOS Y DESAFÍOS	33
1.1. Factores que influyen la percepción de valor	37
1.2. La evaluación y la percepción de valor	37
1.3. El valor percibido.....	38
1.4. El coste percibido.....	40
2. LA COOPERACIÓN COMO PRIMER PASO	41
2.1. Visión compartida.....	43
2.2. Una visión compartida del conocimiento colectivo.....	45
2.3. Clusters locales.....	48
2.4. Formas de cooperación	49
2.5. Papel de las entidades externas y de los facilitadores.....	50
3. MODELO DE CREACIÓN DE VALOR LOCAL	57

4. IDENTIFICACIÓN DE VALOR	61
4.1. Identificación del saber local	62
4.1.1. Oportunidades en los productos tradicionales de origen.....	67
4.1.2. Procura de oportunidades con retorno para la sociedad.....	68
4.1.3. Diversificación de las actividades	69
4.2. Análisis al mercado	71
4.3. Benchmarking y buenas prácticas.....	73
5. PROPUESTA DE VALOR.....	77
5.1. Posicionamiento en el contexto de las comunidades locales ..	79
5.2. Implementación del posicionamiento	83
6. CREACIÓN DE VALOR.....	85
6.1. Tipos de creación de valor	87
6.1.1. Valor funcional o instrumental	88
6.1.2. Valor experiencial	88
6.1.3. Valor simbólico.....	88
6.1.4. Valor Coste/Sacrificio	89
6.2. El efecto del país o región de origen.....	89
6.3. Aspectos particulares de la creación de valor en productos de origen	93
6.3.1. Certificación	94
6.3.2. Genuinidad	94
7. CAPTACIÓN DE VALOR	99
7.1. Fuentes de valor	100
7.1.1. Información como fuente de valor	101
7.1.2. El producto como fuente de valor.....	103
7.1.3. La interacción entre clientes y las organizaciones como fuente de valor.....	105
7.1.4. El entorno de compra como fuente de valor	107
7.1.5. La transferencia de propiedad como fuente de valor....	107
7.2. Estrategia de marketing y relacionamiento	108
7.2.1. Marca	111
7.2.3. Precio	112
7.2.4. Distribución y calidad de servicio.....	113
7.2.5. Personalización y relación con el cliente	114
7.2.6. Comunicación.....	115
7.2.7. Producto y diversificación de producto	116
8. CASOS.....	123
8.1. Revitalización del Río Preguiças/Brasil	123
8.1.1. Historia	123
8.1.2. Descripción de la comunidad o región	124

8.1.3.	Descripción del producto o servicio.....	125
8.1.4.	Descripción del proceso de creación de valor	126
8.1.5.	Entidades que participaron en el proceso	126
8.1.6.	Resultados.....	127
8.1.7.	Testimonios de miembros de la comunidad	127
8.2.	Proyecto Lagoas – Un Oasis en el Desierto/Brasil	128
8.2.1	Historia	128
8.2.2.	Descripción de la comunidad o región	129
8.2.3.	Descripción del producto o servicio.....	129
8.2.4.	Descripción del proceso de creación de valor	130
8.2.5.	Entidades que participaron en el proceso	131
8.2.6.	Resultados.....	131
8.2.7.	Otros elementos	132
8.3.	Caso Mãos de Arte II/Brasil	133
8.3.1.	Historia	133
8.3.2.	Descripción de la comunidad o región	134
8.3.3.	Descripción del producto o servicio.....	135
8.3.4.	Descripción del proceso de creación de valor	136
8.3.5.	Entidades que participaron en el proceso	136
8.3.6.	Resultados.....	137
8.3.7.	Referencias.....	139
8.4.	La Acuicultura una opción para la Seguridad Alimentaria en Hidalgo/México	140
8.4.1.	Historia	140
8.4.2.	Descripción de la comunidad o región	142
8.4.3.	Descripción del producto o servicio.....	143
8.4.4.	Descripción del proceso de creación de valor	143
8.4.5.	Entidades que participaron en el proceso	144
8.4.6.	Resultados.....	145
8.4.7.	Referencias.....	145
8.5.	Gestión Empresarial – Municipal /Colombia.....	147
8.5.1.	Historia	147
8.5.2.	Descripción de la comunidad o región	148
8.5.3.	Descripción del producto o servicio.....	149
8.5.4.	Propuesta Gestión Empresarial	149
8.5.5.	Descripción del proceso de creación de valor	151
8.5.6.	Entidades que participaron en el proceso	153
8.5.7.	Resultados.....	153
8.5.8.	Otros elementos	154
8.5.9.	Referencias.....	155
8.6.	Iniciativa Comunitaria: la tecnología y calor humano al rescate de los más necesitados/Puerto Rico.....	158
8.6.1.	Receptividad y confianza de sus participantes en el proceso integrador PITIRRE	161

8.6.2.	Uso de sustancias controladas y trastornos de salud mental lideran el grupo de participantes de PITIRRE.....	161
8.6.3.	La educación en salud como mecanismo de prevención y el emprendimiento como mecanismo de inserción.....	162
8.6.4.	El capital privado y el gobierno: principales auspiciadores de las operaciones	163
8.6.5.	Referencias.....	164
8.7.	El Centro para Puerto Rico: trabajando para la inclusión de los nuevos pobres /Puerto Rico	164
8.7.1.	Historia	165
8.7.2.	El desempleo y la baja participación laboral en Puerto Rico	166
8.7.3.	Los servicios del centro: un currículo completo y adaptado	167
8.7.4.	Los colaboradores: pilar económico del Centro.....	169
8.7.5.	El Centro hace la diferencia.....	169
8.7.6.	Referencias.....	171
8.8.	Tortas Inés Rosales, Emprendiendo en Femenino /España	172
8.8.1.	Historia	172
8.8.2.	Descripción de la comunidad o región	173
8.8.3.	Descripción del producto o servicio.....	174
8.8.4.	Descripción del proceso de creación de valor	175
8.8.5.	Entidades que participaron en el proceso	176
8.8.6.	Resultados.....	176
8.8.7.	Otros elementos	177
8.9.	ECOPEQUE TIENDA SOLIDARIA: Un Paradigma de Reciclaje y Autofinanciación Sostenible/España	178
8.9.1.	Historia	178
8.9.2.	Descripción de la comunidad o región	180
8.9.3.	Descripción del producto o servicio.....	180
8.9.4.	Descripción del proceso de creación de valor	181
8.9.5.	Entidades que participaron en el proceso	181
8.9.6.	Resultados.....	181
8.9.7.	Otros Elementos.	183
8.9.8.	Referencias.....	183
8.10.	Cooperativa Agrícola Antonio Rapiman/Chile	184
8.10.1.	Historia	184
8.10.2.	Descripción de la comunidad o región	185
8.10.3.	Descripción del producto o servicio.....	186
8.10.4.	Descripción del proceso de creación de valor	186
8.10.5.	Entidades que participaron en el proceso	187
8.10.6.	Resultados.....	188
8.10.7.	Otros elementos	188
8.10.8.	Referencias/Fuentes de información.....	188

8.11. Cooperativa Agroecológica y de Servicios Amuley Leftraru/ Chile	189
8.11.1. Historia	189
8.11.2. Descripción de la comunidad o región	190
8.11.3. Descripción del producto o servicio.....	192
8.11.4. Descripción del proceso de creación de valor	192
8.11.5. Entidades que participaron en el proceso	193
8.11.6. Resultados.....	194
8.11.7. Otros elementos	195
8.11.8. Referencias.....	195
8.12. El factor liderazgo y la reducción de la pobreza /Chile	196
8.12.1. Historia	196
8.12.2. Descripción de la comunidad o región	197
8.12.3. Descripción del producto o servicio.....	197
8.12.4 Descripción del proceso de creación de valor	198
8.12.5. Entidades que participaron en el proceso	199
8.12.6. Resultados.....	199
8.12.7. Otros elementos	199
8.13. Aldeias de Xisto/Portugal.....	200
8.13.1. Historia	200
8.13.2. Descripción de la comunidad o región	201
8.13.3. Descripción del producto o servicio.....	202
8.13.4. Descripción del proceso de creación de valor	203
8.13.5. Entidades que participaron en el proceso	204
8.13.6. Resultados.....	205
8.13.7. Referencias.....	205
8.14. Cova da Moura/Portugal	206
8.14.1. Historia	206
8.14.2. Descripción de la comunidad o región	207
8.14.3. Descripción del producto o servicio.....	207
8.14.4. Descripción del proceso de creación de valor	208
8.14.5. Entidades que participaron en el proceso	210
8.14.6. Resultados.....	210
8.14.7. Referencias.....	211
8.15. Carnaval de Torres Vedras /Portugal.....	212
8.15.1. Historia	212
8.15.2. Origen del Carnaval de Torres Vedras.....	213
8.15.3. La creación de valor.....	213
8.15.4. Resultados.....	214
8.15.5. La marca como fuente de valor para Torres Vedras.....	216
8.15.6. Otros elementos	217
8.15.7. Referencias.....	218
8.16. Proyecto Haku Wiñay-Noa Jayatai /Perú	219
8.16.1. Historia	219

8.16.2. Descripción del Proyecto.....	220
8.16.3. Descripción de la comunidad o región	221
8.16.4. Descripción del producto o servicio.....	222
8.16.5 Descripción del proceso de creación de valor.....	222
8.16.6. Entidades que participaron en el proceso	223
8.16.7. Resultados.....	223
8.16.8. Replicabilidad	224
8.16.9. Referencias.....	224
8.17. Proyecto de Reducción y Alivio de la Pobreza/Perú.....	225
8.17.1. Historia	226
8.17.2. Descripción de la comunidad o región	227
8.17.3. Descripción del producto o servicio.....	227
8.17.4. Descripción del proceso de creación de valor	228
8.17.5. Resultados.....	230
8.17.6. Otros elementos	231
8.17.7. Referencias.....	231
BIBLIOGRAFÍA	233

Índice de Figuras

Figura 1. Factores que influncian la percepción de valor	36
Figura 2. Producto Básico vs Producto Ampliado.....	39
Figura 3. Diversos intervinientes en un proceso de cooperación local	43
Figura 4. Papel de la visión compartida en el proceso de cooperación local.....	45
Figura 5. Las necesidades sociales y la creación de valor compartido....	47
Figura 6. Redes de organizaciones en un cluster.....	49
Figura 7. Servicios de desarrollo de negocios.....	54
Figura 8. Ciclo de Creación de Valor Local.....	59
Figura 9. Ciclo de Creación de Valor Local: Identificación de valor.....	63
Figura 10. Etapas en la Identificación de valor.....	63
Figura 11. Referencial para la identificación de oportunidades.....	64
Figura 12. Tendencias de consumo alimentario.....	66
Figura 13. Tendencias de consumo alimentario: migración hacia los polos.....	66
Figura 14. Ciclo de Creación de Valor Local: Propuesta de valor.	78

Figura 15. Mapa perceptual para identificación del mejor posicionamiento hacia los productos competidores.	79
Figura 16. Características esenciales de la propuesta de valor.	80
Figura 17. Ciclo de Creación de Valor Local: Creación de valor.....	86
Figura 18. Tipos de Valor	87
Figura 19. Características adicionales proporcionadas por el efecto del país o región de origen	91
Figura 20. Formas de creación de valor en productos de origen.....	93
Figura 21. El retorno de la genuinidad del producto al ecosistema.	96
Figura 22. Estrategias basadas en la genuinidad para la creación de valor en productos de origen.....	96
Figura 23. Última fase del ciclo – Captación de valor.....	100
Figura 24. Fuentes de Valor.	101
Figura 25. Fases de la orientación al mercado	110
Figura 26. Opciones de crear o de añadir valor en las operaciones de una finca.....	120
Figura 27. Papeles posibles en la agricultura multifuncional.....	121
Figura 28. Modelo de negocio Ecopeque, según CANVAS.....	183
Figura 29. Proceso del Proyecto Haku Wiñay/ Noa Jayatai.....	221

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Diferencia entre responsabilidad social corporativa y valor compartido	44
Cuadro 2. Estructura de un plan de marketing	109
Cuadro 2. Indicaciones protegidas en el encuadre legal de la Unión Europea	95
Cuadro 3. Tipo de sociedades.....	152
Cuadro 4. Importancia de los Grupos de Interés.	191

Índice de Tablas

Tabla 1. Parámetros.....	156
Tabla 2. Plan de amortización de la deuda.	157
Tabla 3. Flujo de efectivo del proyecto.....	157
Tabla 4. Criterios de decisión.....	157
Tabla 5. Ventas y portentaje de ventas por tipo de producto.	181
Tabla 6. Cuenta de Resultados Social.....	182
Tabla 7. Cuenta de Resultado Social (valorada a partir del indicador Felicidad Laboral).....	182

Prólogo

De mediana estatura, cabeza rapada, constitución atlética, manos fornidas, mirada penetrante de halcón cetrero. Barbilla alta, inteligente, duro si se lo proponía, visionario para la Teoría de la Gestión de Empresas. Amante de los extremos; se jugaba todo por ayudar a un amigo. Brillante, minucioso, detallista e imaginativo. Cautó y sigiloso. Trabajador incansable, de locuacidad arrolladora. Treinta y cinco años podía tener, cuando me propuso trabajar con él. Yo, veinticinco. Hablo de mi maestro; el profesor Ortigueira. Don Manuel Ortiguiera Bouzada, Catedrático de la Universidad de Sevilla. Personaje de una categoría que nunca dejó a nadie indiferente. ¿Por qué empiezo este prólogo hablando de él? Lo sabrán muy pronto.

Recuerdo un día en su despacho, han transcurrido varios lustros, me comentaba si deseaba dirigir la tesis de un profesor portugués. Me pareció una idea muy atractiva y con proyección profesional. Hacía poco tiempo que había terminado de sacar mi doctorado. Él había creado e impulsado, no hacía mucho, las Jornadas Hispano Portuguesas. Me dijo: "Julito, algún día podrás crear una Asociación Iberoamericana de Economía de la Empresas". No le hice mucho caso, yo contaba con escasa experiencia y un futuro profesional en la Universidad de Sevilla, un tanto incierto. Hoy, transcurridos 30 años, tengo el honor de haber fundado ASIBEAM (Asociación Iberoamericana de Economía, Administración y Marketing). Proyecto hecho realidad gracias al mejor equipo (cofundadores) – Francisco Espasandín Bustelo, Beatriz Palacios Florencio, Joaquín Traverso Cortés, y al que más tarde se incorporaría Jaime Ortega Gutiérrez-. Todos profesores del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla, excepto Beatriz, profesora de la Universidad Pablo de Olavide en Sevilla. Durante un año, el tesón, empeño y esfuerzo realizado por estos amigos, compañeros y colegas convertimos en realidad ASIBEAM. Sin ellos nada existiría.

En el año 2000 mi Departamento, Administración de Empresas y Marketing, Universidad de Sevilla; crea los Cursos de Doctorados Interdepartamentales (Teoría Económica y Contabilidad), además de Administración y Marketing. Se empieza a ir a América y Portugal para impartir dichos cursos, dirigir Trabajos de Estudios Avanzados en Administración, y dirigir de Tesis Doctorales. Lo cual me permitió haber dirigido más de 40 trabajos entre Tesis Doctorales y Tesinas (Diplomas de Estudios empresariales); hoy sus investigadores son el núcleo duro de ASIBEAM. Así nacen Diplomados en Estudios Avanzados de Administración y Doctores en Portugal, Perú, Chile, Paraguay, Uruguay, Argentina, Cuba, República Dominicana, El Salvador, Colombia, Bolivia, España... Entre los que se encuentran la mayoría de los socios fundadores, de los cuales tuve el honor y satisfacción de dirigir sus trabajos: Luis Alejandro Iribarren Alcaino, concienzudo, laborioso, pertinaz investigador y de una gran humanidad; Daniel Hernán Valera Loza, combinación entre paciente bondad y sabiduría científica; Rosmy Tamara Pol Rojas, silenciosa, enigmática, llena de sabiduría científica y de una eficacia perfecta; Adriana Riquelme Miranda, tras su sonrisa de Gioconda se oculta una mujer de vital sabiduría y poder científico imbatible; José Salvador Fardella Rozas, inquieto y creativo, trabajador de mesura contemplativa, y estudioso de la ciencia entre los mejores; Esther Beatriz Medina Susanibar, lista y simpática, a la vez que profunda en la investigación; Hilda Zoraida Baca Neglia, dinámica, creativa, trabajadora... persona excelente, investigadora única y con la discreción propia de las personas buenas; José Manuel Brás Dos Santos, callado, resolutivo, inteligente, cuanto toca lo convierte en ciencia; Mercedes Uldry Fuentes, de vitalidad arrolladora, combina la ciencia, la gestión y el amor a su país prodigiosamente; Ramiro Prialé Zevallos, cabal, esforzado, inquieto en el estudio por abrir campos nuevos. Y Georg Michael Jeremías Dutschke, entusiasta, dinámico, laborioso e infatigable investigador; lo recuerdo en Tokio, sentado alrededor de una mesa en una cafetería con Bea, Paco y un servidor, ponía orden en nuestras desbordante ideas sobre ASIBEAM. Junto con estas personas existen otras también socios fundadores, que tuve la suerte de conocer más detenidamente en nuestra primera reunión en Lima, Perú. Gisela Carrero Morales, la conocí en Atenas en un congreso, en cuanto la vi, supe que sería persona clave en ASIBEAM, de simpatía arrolladora y mente investigadora sinigual; Y con ella conocí a Karen Orengo Serra, estudiosa en la vanguardia científica de la Economía de la Empresa, mix de potencia investigadora y feminidad; Lourdes Eugenia Osorio Bayter, no tuve la suerte de dirigir su tesis, pero si la oportunidad de conocerla en los cursos de doctorado de Cali, Colombia, fue la mejor alumna, vivaz y científica estudiosa; Olga Parra Villamil, la conocí en la reunión de Lima, empresaria y directiva, su punto de vista resulta imprescindible entre tanto profesor de universidad, Olga es una persona prudente, eficaz y directiva efficacísima; Cesar Enrique Vasquez Vasquez, recuerdo su primera intervención en Lima, donde lo conocí: si

intervención como él, prudencia, equilibrio y mesurada templanza. Dejo para el final a Alvaro de Borba Cruz Lopes Dias, el alma mater de este libro. No le faltaran los elogios a lo largo de este prólogo. Solo diré que como los demás es socio fundador.

¿Por qué surge el libro *Creación de Valor para Reducción de la Pobreza*?

En los días 30 y 31 de enero de 2017, los socios fundadores de ASIBEAM: Hilda Zoraida Baca Neglia, Georg Michael Jeremias Dutschke, Luis Alejandro Iribarren Alcaino, Esther Beatriz Medina Susanibar, Gisela I. Carrero, Álvaro De Borba Cruz Lopes Dias, Francisco Espasandín Bustelo, José Salvador Fardella Rozas, Daniel Hernán Valera, Jaime Ortega Gutiérrez, Lourdes Eugenia Osorio Bayter, Beatriz Palacios Florencio, Ana Olga Parra Villamil, Rosmy Tamara Pol Rojas, Ramiro Fernando Prialé Zevallos, Adriana Riquelme Miranda, María Mercedes Uldry Fuentes, y Cesar Enrique Vasquez Vasquez-, nos reunimos en la Facultad de Obstetricia y Enfermería de la Universidad de San Martín de Porres en Lima, Perú. Entre los numerosos asuntos decididos, se encuentra la realización de un trabajo de investigación en red con todos los países participantes hasta entonces en ASIBEAM. La coordinación del proyecto ha corrido a cargo del profesor, Álvaro De Borba Cruz Lopes Días, con una profesionalidad y rigor científico encomiable. Tanto su paciencia como experiencia científica han logrado hacer de este equipo de personas una realidad capaz de obtener resultados sobresalientes. Desde el primer día en Lima, Álvaro propuso el tema y nos animó a su consecución.

El libro titulado **Creación de Valor para Reducción de la Pobreza** consta de dos partes. Una primera, contiene la teoría y el modelo resultante del análisis de los casos para reducir la pobreza presentada por los países participantes; y una segunda, encargada de recoger todos los casos presentados por los investigadores de los diferentes países. De la sinergia de ambas partes, resulta un trabajo de investigación de importante valor científico para Iberoamérica. El libro pretende hacer una aportación desde la Economía, Administración y el Marketing para reducir la pobreza extrema y el hambre en Iberoamérica. No olvidemos que **ASIBEAM nace con un solo objetivo, reducir el hambre extrema y pobreza en Iberoamérica, desde el ámbito científico y empresarial**. No pretende ser una ONG, o una Institución de la Administración Pública, o una Institución Benéfica, etc. Este libro es un principio para incorporar a las leyes de equilibrio de la Economía de la Empresa una más, contribuir a la reducción del hambre extrema y pobreza. ¿Por qué los estudiosos

de la Economía de la Empresa y los Gestores de las Organizaciones no pueden incorporar al Beneficio, Eficacia, Eficiencia, y Rentabilidad, la contribución a Reducir la Pobreza?

Paul Collier llamó a los países que albergan a los mil millones más pobres del mundo el Bottom Billion, Estamos hablando casi del 20% de la población mundial. Y la CEPAL reportó 175 millones de pobres en Iberoamérica. Infobae (Diario digital Argentino de actualidad y Economía) dice que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe informó que en un solo año el número de indigentes en la región pasó de 70 a 75 millones. Como señala Fernando Rey en su artículo sobre el futuro de la lucha en América Latina: América Latina es una de las regiones más pobres y desiguales del mundo. Tras una década de progreso al amparo del crecimiento económico, la tendencia actual está en disposición de revertir los logros alcanzados. Frente al desafío que entraña emprender la erradicación de la pobreza, el trabajo conjunto de los principales actores de la región en el marco de una estrategia integral, la Agenda 2030 y sus objetivos de desarrollo sostenible (ODS), se convierte en un requisito indispensable para continuar la lucha. Pensamos, que tal vez, no se esté ganando esta lucha por emplearse las armas inadecuadas.

Pienso que la pobreza no será suprimida, en sus diferentes modalidades, mientras el mundo de la Investigación de la Economía de la Empresa, y la Gestión no estén implicados de forma estructural y paradigmática. Por tanto, este libro pretende ser una modesta aportación a este fin.

Hablemos del contenido del libro

En la parte teórica enfatizamos la creatividad como factor clave en la aparición del valor. La creación de valor puede ser resultado de un proceso; por ejemplo, los intereses entre empresas. En cualquier caso, siempre será la cooperación el primer paso. En esta parte del libro, se presenta cómo la empresa en la creación de valor depende del decisor estratégico. Para que sea posible la creación de valor, es necesario el consenso entre los diferentes actores. A continuación, el libro presenta un Modelo de Creación de Valor Local. Vemos cómo las zonas en situación de pobreza tienen necesidades particulares que las limitan cuando se encaminan a la búsqueda de la creación de dicho valor. Como en el capítulo anterior, el libro destaca la necesidad de cooperación como un paso previo, quedando recogido en el modelo presentado. En síntesis, el modelo presentado es: IDENTIFICACIÓN DE VALOR, PROPUESTA DE VALOR, CREACIÓN DE VALOR, Y CAPTACIÓN DEL VALOR. En los siguientes capítulos del libro está desarrollada cada una de las partes del modelo.

- IDENTIFICACIÓN DE VALOR. La primera parte del modelo consiste en identificar el valor local. En la zona geográfica puede existir tradiciones, un saber hacer, productos, historia, paisajes... como potencial de recurso para la creación de valor local. A lo largo del capítulo se va desgranando todo el desarrollo de las etapas para la identificación del valor: identificación del saber local, análisis del mercado y el Benchmarking.
- UNA PROPUESTA DE VALOR. Esta parte del libro trata de la fase encargada de plantear la oferta hecha por la localidad o región al mercado. Define las razones y prestaciones motivadoras para el cliente. Presenta el factor veracidad como elemento clave en la penetración para un mercado de éxito. Se explica también por qué la propuesta de valor debe ser significativa, distintiva, regular, y poseer atributos sobresalientes, y específicos.
- LA CREACION DE VALOR. Como dice Álvaro De Borba Cruz Lopes Dias textualmente: "La creación de valor es el corazón de este libro". Las zonas más desfavorecidas pueden beneficiarse de un mayor nivel de desarrollo económico. En este capítulo, aparecen las diferentes estrategias para la creación de valor y efecto sobre la región o el país de origen en la construcción de las fidelidades.

Captación de valor

Para el desarrollo de las comunidades en situación desfavorecida no es suficiente la creación de valor. La cuestión ahora es cómo ganar dinero con esa valoración, preferentemente de forma sostenida. En esta parte se abordarán las diversas formas de captación de valor basadas en una correcta comunicación y transmisión de información a los mercados ya los clientes, en particular con el uso del *marketing*, la gestión de la relación con los clientes y la entrega de experiencias reales y genuinas.

La segunda parte de este libro: los CASOS; tema que se prolonga durante todo el capítulo ocho, de cien páginas aproximadamente. Los casos, escritos de forma amena, clara y sencilla, se presentan para hacer posible que el lector conozca y comprenda todo el proceso desarrollado en la creación de valor de las diversas zonas y regiones presentadas. Se recogen un total de 17 casos (véase tabla).

El libro **Creación de Valor para Reducción de la Pobreza**, es el resultado de un trabajo en equipo, multidisciplinar e internacional; equipo formado por una red de investigadores y empresarios con inquietudes muy superiores a lo cotidiano. Deseosos de conquistar la cumbre más difícil, el reto, el desafío...lograr un mundo mejor sin hambre, ni pobreza.

■ Creación de valor para reducción de pobreza

	Caso	País	Autores	Entidad
1	Municipio mercadeo en zona urbana; zona rural: Veredas San Isidro y Solana	Colombia	Osorio Bayter Lourdes E.; Fuenmayor, Isaac; Cajigas, Margot	Universidad Autónoma de Occidente
2	Iniciativa Comunitaria: la tecnología y calor humano al rescate de los más necesitados	Puerto Rico	Juan A. Peña Hevia, Karen L. Orengo Serra Gisela I. Carrero Morales	Universidad de Puerto Rico Universidad Interamericana de Puerto Rico
3	El Centro para Puerto Rico: trabajando para la inclusión de los nuevos pobres	Puerto Rico	Karen L. Orengo Serra; Juan A. Peña Hevia, Gisela I. Carrero Morales	Universidad de Puerto Rico Universidad Interamericana de Puerto Rico
4	Unidad de Producción Acuícola "La Cantera" El Rincón, Hgo. MÉXICO	México	Amada Hidalgo Gallardo y Ruth Leticia Hidalgo Gallardo.	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México
5	Ecopeque Tienda Solidaria: Un Paradigma de Reciclaje y Autofinanciación Sostenible	España	Espasandín Bustelo, Francisco; García del Junco, Julio; Ortega Gutiérrez, Jaime; Traverso Cortés, Joaquín; Palacios Florencio, Beatriz.	Universidad de Sevilla Universidad Pablo de Olavide
6	Tortas Inés Rosales. Emprendiendo en Femenino	España	García del Junco, J.; Espasandín-Bustelo, F., Traverso Cortés, J.; Gutiérrez-Ortega, J.; Palacios Florencio, B.	Universidad de Sevilla Universidad Pablo de Olavide
7	Projeto Mãos de Arte II (Aracati)	Brasil	Djane de Sousa Lima; Georg Michael Jeremias Dutschke	Universidade Autónoma de Lisboa Universidade Atlântica
8	Revitalización del Río Preguiças	Brasil	Carvalho, João Conrado de Amorim	Unidade de Ensino Superior Dom Bosco
9	Proyecto Lagoas – Un Oasis en el Desierto	Brasil	Carvalho, João Conrado de Amorim	Unidade de Ensino Superior Dom Bosco
10	Proyecto de Manzanas y Aceite de Menta de Exportación	Chile	Riquelme Miranda, Adriana; Irribarren Alcaino, Luis A.,	Universidad de Sevilla
11	Proyecto Producción y Comercialización de Frambuesas	Chile	Riquelme Miranda, Adriana; Irribarren Alcaino, Luis A.,	Universidad de Sevilla
12	El factor liderazgo y la reducción de la pobreza	Chile	José S. Fardella Rozas	Lyder,s. Consultores Ltda.

	Caso	País	Autores	Entidad
13	Aldeias de Xisto	Portugal	Álvaro Lopes Dias, Mário Coimbra, Georg Dutschke, Nuno Nobre e Mafalda Patuleia	Instituto Superior de Gestão Universidade Lusófona Universidade Atlântica
14	Cova da Moura/ Portugal	Portugal	Álvaro Dias	Instituto Superior de Gestão
15	Carnaval de Torres Vedras	Portugal	Diana Miranda; Álvaro Dias; Ângela Gouveia Daniel Brito Rute Dores Teresa Rodrigues	Instituto Superior de Gestão
16	Proyecto de Reducción y Alivio de la Pobreza (PRA) de la USAID para reducir la severidad de la pobreza en la Sierra y Selva del Perú	Perú	Daniel Hernán Valera Loza, Hilda Baca Neglia, Esther Medina Susanibar	Universidad de San Martín de Porres
17	Proyecto HakuWiñay/ Noajayatai	Perú	Daniel Hernán Valera Loza, Hilda Baca Neglia, Esther Medina Susanibar	Universidad de San Martín de Porres

Ha sido posible este trabajo cuando detrás está el coordinador silencioso y discreto, el investigador riguroso y paciente. ¡Gracias Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias, por haber liderado este magnífico proyecto!

Julio García del Junco
Catedrático de Universidad en Economía
Presidente de ASIBEAM