



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Análisis de alternativas de solución para reducir la condición de pobreza de los pobladores en San Ignacio - Cajamarca

Trabajo de Suficiencia
Profesional para optar el
Título de Economista

Fadia Salwa Yapur Pazos

Asesor:
Mgtr. Hernando Rodrigo Neira Alcarraz

Lima, enero de 2020



Resumen Analítico-Informativo

Título: Análisis de alternativas de solución para reducir la condición de pobreza de los pobladores en San Ignacio - Cajamarca

Autor: Fadia Salwa Yapur Pazos

Asesor: Mgtr. Hernando Rodrigo Neira Alcarraz

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de economista

Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Lima, Enero de 2020

Palabras claves: pobreza/Cajamarca/San Ignacio/agricultura/caficultores/productividad

Introducción: En el presente trabajo, se busca reducir el nivel de pobreza monetaria en el departamento de Cajamarca, el cual enfrenta un nivel de pobreza monetaria entre 37.4% a 46.3% y un nivel de pobreza monetaria extrema entre 8.5% a 13.9%. Estas cifras lo convierten en el departamento más pobre del Perú en 2018. Principalmente, se intenta reducir esta condición en los pobladores de la provincia de San Ignacio, la cual desarrolla la actividad económica agrícola, cultivando: café, arroz y cacao, productos orientados al mercado externo. Sin embargo, esta es de baja productividad.

Metodología: Se empleó la metodología de Design Thinking, que permite desarrollar soluciones innovadoras al problema planteado, centradas en los pobladores que habitan en la provincia de San Ignacio. Esta metodología, posibilita elegir la alternativa de solución idónea para hacer frente al problema planteado y reducir la condición de pobreza monetaria en la que habitan estos pobladores. Primero, se debe diagramar el problema planteado, luego se debe definir el usuario objetivo, posteriormente, plantear y analizar las alternativas de solución y en base a ello, elegir la más idónea para su posterior ejecución y finalmente, realizar una validación de la misma.

Resultados: Se seleccionó la alternativa de solución que implica la ejecución de programas de responsabilidad social llevados a cabo por las principales empresas exportadoras de café que operen en la provincia de San Ignacio. Para ello, sería necesaria la colaboración de socios estratégicos para lograr un impacto de mayor escala.

Conclusiones: Las principales empresas exportadoras de café están dispuestas a contribuir con el bienestar económico y social de sus principales proveedores, los caficultores. Las actividades seleccionadas beneficiarán al caficultor y a sus familias en diferentes ámbitos, pues proponen: reducir el nivel de desnutrición, incrementar la productividad del cultivo de café, formar jóvenes mejor preparados con una sólida educación básica y desarrollar mujeres emprendedoras capaces de generar ingresos para el hogar de manera independiente.

Fecha de elaboración del resumen: 30 de Noviembre de 2019



Analytical-Informative Summary

Título: Análisis de alternativas de solución para reducir la condición de pobreza de los pobladores en San Ignacio - Cajamarca

Autor: Fadia Salwa Yapur Pazos

Asesor: Mgtr. Hernando Rodrigo Neira Alcarraz

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de economista

Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Lima, Enero de 2020

Keywords: Poverty/Cajamarca/San Ignacio/agriculture/coffee growers/productivity

Introduction: In this paper, we seek to reduce the level of monetary poverty in the department of Cajamarca, which faces a level of monetary poverty between 37.4% and 46.3%. These figures make it the poorest department of Peru in 2018. Mainly it attempted to reduce this condition in the inhabitants of the province of San Ignacio, which develops agricultural economic activity, cultivating coffee, rice and cocoa, products oriented to foreign market.

Methodology: The Design Thinking methodology is use in this work and allows developing innovative solutions to the problem posed, focusing on the inhabitants that live in the province of San Ignacio. This methodology makes it possible to choose the ideal solution alternative to face the problem posed and reduce the condition of monetary poverty in which the inhabitants live. First, the problem raised must be diagrammed, then the target user must be defined, then, pose and analyze the solution alternatives and based on this, choose the most suitable for subsequent execution and finally, perform a validation of it.

Results: The solution alternative that is select, involves the execution of social responsibility programs carried out by the main coffee exporting companies operating in the province of San Ignacio. For this, the collaboration of strategic partners would be necessary to achieve a larger-scale impact.

Conclusions: The main coffee exporting companies are willing to contribute to the economic and social welfare of their main suppliers, coffee growers. The selected activities will benefit the coffee grower and their families in different fields, as they proposed: reducing the level of malnutrition, increasing the productivity of coffee cultivation, training young people better prepared with a solid basic education and developing enterprising women capable of generating household income independently.

Summary date: November 30, 2019.



Índice

Introducción	1
Capítulo 1: Informe de experiencia profesional	3
1.1. PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura	3
1.1.1 Aspectos generales de la empresa	3
1.1.2 Fundamentación	5
1.1.3 Aportes y desarrollo de experiencias.....	6
1.2. Lenovo (Asia Pacífico) Limited Sucursal del Perú	7
1.2.1 Aspectos generales de la empresa	7
1.2.2 Fundamentación	9
1.2.3. Aportes y desarrollo de experiencias.....	10
Capítulo 2: Análisis de alternativas de solución para reducir la condición de pobreza de los pobladores en San Ignacio- Cajamarca	11
2.1 Definición del problema.....	11
2.2 Definición del usuario objetivo	13
2.3 Presentación y análisis de alternativas de solución	15
2.4 Diseño de la solución	17
2.4.1 Difusión.....	19
2.4.2. Acción	19
2.4.3 Resultados	22
2.5 Validación de la solución	22
Conclusiones	25
Referencias Bibliográficas	27
Anexos	29
Apéndices.....	33



Introducción

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, la región Cajamarca, ha sido categorizada como la más pobre del Perú en 2018. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019, p.14). Esto debido a que las cifras de población en condición de pobreza monetaria que reporta esta región duplican las obtenidas a nivel nacional. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019, p.12).

Es por ello que, mediante este trabajo, se analizan alternativas de solución para reducir la condición de pobreza monetaria de los pobladores de San Ignacio; provincia ubicada al norte extremo de la región de Cajamarca, en donde se desarrolla la actividad económica agrícola, cultivando: café, arroz y cacao; productos orientados al mercado externo. Esta actividad, es de baja productividad, lo que impide que los agricultores y sus familias puedan obtener ingresos suficientes que les permitan gozar de una adecuada calidad de vida.

Para idear, analizar y desarrollar estas alternativas de solución, el autor de este trabajo, hará uso de la metodología Design Thinking, que le permitirá desarrollar soluciones innovadoras al problema planteado, centradas en el público objetivo, es decir, los pobladores que habitan en la provincia de San Ignacio. Esta metodología, le da la posibilidad de elegir la alternativa de solución idónea para hacer frente al problema planteado y así alcanzar el objetivo propuesto.

Este trabajo se divide en dos capítulos. El informe de experiencia profesional del autor, se desarrolla en el capítulo 1. En el capítulo 2, se plantea y define el problema, acto seguido, se desarrolla el análisis de alternativas de solución, y finalmente se realiza la elección y diseño de la alternativa más adecuada, mediante la metodología Design Thinking.



Capítulo 1: Informe de experiencia profesional

En este capítulo se realizará una breve descripción de las empresas en donde ha trabajado el autor, así como se detallarán los cargos ejercidos y las funciones realizadas en cada uno de los puestos. Para poder obtener resultados positivos en las labores desempeñadas, el autor ha afrontado diversos retos, que le han permitido también adquirir mayores conocimientos e intercambiar experiencias. Adicionalmente, en este capítulo, el autor menciona cómo la carrera de Economía, la cual estudió, le ha brindado las herramientas necesarias para el correcto desempeño de sus funciones. Finalmente, también el autor describe las experiencias y aportes realizados durante su estadía en cada uno de los cargos.

1.1. PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura

1.1.1 Aspectos generales de la empresa

El PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura es parte de una red global de 16 escuelas con las que comparte una misma filosofía fundamental: el desarrollo integral de la persona del directivo, a fin de contribuir positivamente en los miembros de sus organizaciones y en la comunidad. Se encuentra ubicado en Jirón Aldebarán 144, Lima 15023 – Santiago de Surco – Lima y tiene como misión la formación de directivos que aspiren a ser competentes e íntegros, con espíritu de servicio, inspirándolos a contribuir para transformar sus organizaciones con agudeza profesional y competencia innovadora. Su visión se enfoca en ser el mejor referente en la formación directiva en la región, con un enfoque humanista y personalizado, basado en la excelencia de la enseñanza y solventado en la investigación aplicada y generación de contenidos relevantes. Esta institución se rige por los siguientes valores: Espíritu de servicio, laboriosidad, respeto, honradez y entereza. (PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, 2019).

El PAD ofrece cuatro maestrías: Senior Executive MBA, MEDEX Executive MBA, Maestría en Gobierno de las Organizaciones y MBA Part Time y ocho programas: Dirección Comercial, Especialización para para Directores, Propietarios de Empresas, Alta dirección, Dirección Comercial, Liderazgo Directivo, Dirección Estratégica y Desarrollo de Talento Directivo. También ofrece la posibilidad de inscribirse en un sinnúmero de seminarios. (PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, 2019). En el anexo 1 se presenta el

organigrama de la empresa.

La experiencia profesional del autor inició en agosto del 2015 y culminó en abril del 2018, periodo de tiempo en el que desempeñó el cargo de Asistente de investigación del área de Economía. Durante su estadía en el puesto, el autor, pudo enriquecer sus conocimientos, ya que tuvo la oportunidad de trabajar con un destacado economista, además entendió el funcionamiento general de las empresas, lo que le permitió interactuar con diferentes áreas para cumplir con los encargos realizados y esto a su vez lo ayudó a adquirir nuevas habilidades que lo impulsarían a desempeñar sus funciones de manera correcta. En el anexo 2 se presenta la constancia de trabajo del autor.

Sus principales funciones fueron el análisis de base de datos macroeconómicos nacionales e internacionales para la elaboración de documentos de trabajo y presentaciones; la colaboración en el diseño del contenido académico del área de economía para maestrías y programas y la elaboración de reportes mensuales de coyuntura económica para el PAD – Escuela de Dirección. Adicionalmente, el autor fue responsable de coordinar, desarrollar y ejecutar diversos eventos académicos.

Tuvo la oportunidad de colaborar en la edición, publicación y presentación del libro: “Reflexiones sobre la Economía Peruana 2006 – 2015”, cuyo autor es Juan José Marthans Leon, destacado economista peruano, quien, además fue su jefe. Es importante mencionar que, debido al esfuerzo dedicado a este proyecto, Juan José, lo mencionó en la hoja de agradecimientos. También, colaboró en la edición de artículos sobre diversos temas económicos publicados en medios especializados.

Otro gran proyecto en el que el autor estuvo involucrado fue en la ejecución de cinco seminarios académicos del área de Economía, logrando alcanzar la cantidad de participantes propuestos para que estos sean exitosos.

Finalmente, el autor, fue invitado a participar en la planificación del Primer Programa Internacional en Gestión de Riesgos para Entidades Financieras a ejecutarse en 2018.

Durante su estadía en este puesto de trabajo, afrontó diversos retos como: el análisis y correcta interpretación de la información recopilada, la adecuada redacción y síntesis de los diversos artículos y reportes y la organización de los eventos mencionados líneas arriba que implicaba orden y coordinación con las distintas áreas involucradas y personas clave para la exitosa ejecución de los mismos. Esto lo llevó a obtener grandes resultados como: el reconocimiento de su jefe por la colaboración en el desarrollo y ejecución de las diversas

publicaciones realizadas a lo largo de su estadía en el puesto, además de ser partícipe de la generación de un impacto positivo en las condiciones de vida que afrontan los niños con cáncer, pues las ganancias obtenidas por la realización de los seminarios del área de Economía, fueron donadas a un albergue para niños que luchan contra esa enfermedad.

1.1.2 Fundamentación

Para el autor, estudiar la carrera de Economía en la universidad de Piura fue esencial para el correcto desempeño de las funciones realizadas. Para poder realizar los análisis de bases de datos macroeconómicos nacionales e internacionales, es necesario comprender y saber interpretar la información obtenida para posteriormente redactar documentos de trabajo, reportes y elaborar presentaciones; el estudio de los cursos de macroeconomía de corto y largo plazo, teoría y política monetaria y especialmente macroeconomía internacional fueron claves para que pueda llevar a cabo esta función. Adicionalmente, para la ejecución de esta tarea, es fundamental conocer el contexto en el que se está obteniendo el resultado, por lo que siempre el autor debía estar en constante aprendizaje, sin embargo, los cursos de economía contemporánea y comercio y negocios internacionales, lo ayudaron a mantenerlo actualizado, por lo que debía reforzar los conocimientos adquiridos leyendo las noticias todos los días. El curso de informática para economistas contribuyó a que pudiera trabajar con éxito las bases de datos seleccionadas y a la elaboración de cuadros, gráficos y tablas esenciales para transmitir de manera visual los datos y análisis realizados.

Es importante resaltar que si bien, Juan José Marthans se dedica principalmente a dictar sesiones y elaborar artículos sobre macroeconomía, también tiene un amplio conocimiento respecto a temas financieros, por lo que adicionalmente dicta y elabora artículos sobre esta materia. Para poder colaborar con los requerimientos que le solicitaba al autor, fue fundamental que haya llevado los cursos de economía financiera.

Finalmente, los cursos de economía de la empresa, le brindaron una amplia visión para la coordinación, desarrollo y ejecución de los diversos eventos académicos. Sin ellos, se le hubiera sido imposible saber qué pasos seguir para el correcto funcionamiento de los eventos; a qué áreas involucrar y cuánto dinero invertir, mediante la elaboración de un presupuesto, para obtener las ganancias requeridas por el área de economía.

1.1.3 Aportes y desarrollo de experiencias

Cuando ingresó al puesto de asistente de investigación, Juan José Marthans ya había iniciado con el proyecto de la publicación de su libro, por lo que de manera inmediata solicitó apoyo al autor en la ejecución de este proyecto. Este, aborda cuatro frentes relevantes de la economía peruana: externo, fiscal, institucional y producción, dando a conocer el desenvolvimiento de los últimos 10 años de la economía peruana. Gracias a los conocimientos adquiridos en la universidad, el autor, tuvo la oportunidad de leer, interpretar y expresar su opinión acerca de los temas abordados en los diferentes frentes tratados, de esta manera, Juan José, encontró en el autor, alguien en quien confiar para obtener realimentación. Adicionalmente, tuvo la ocasión de elaborar gráficos, cuadros y tablas que brindaron una interpretación visual de lo expresado de manera escrita en cada capítulo. Finalmente, Juan José le asignó la tarea de revisar la redacción del contenido, supervisar la edición y posterior publicación del libro. Esto le permitió adquirir conocimientos en este rubro, usualmente desconocido por un economista. Finalmente, Juan José le asignó la tarea de organizar la presentación del libro, tarea que requiere de mucho orden y relacionamiento con las diversas áreas de la compañía. Esto permitió que el autor se desenvuelva con los demás trabajadores y que estos puedan conocer sus aptitudes y capacidades. Este proyecto resultó ser exitoso y aún se encuentran ejemplares disponibles para la compra en las diferentes librerías de Lima.

Gracias a esta primera exitosa experiencia, Juan José le delegó la tarea de coordinar, desarrollar y ejecutar diversos eventos académicos. Principalmente, tuvo la oportunidad de participar en el proceso de ejecución de seis seminarios del área de economía. Esta labor, también implicaba orden y relacionamiento con las diversas áreas de la compañía. Adicionalmente a ello, el autor, participó en la elaboración de presupuestos, lo que le permitió conocer los gastos fijos y variables de la compañía y qué ajustes solicitar; también permitió que el autor conociera el número de participantes mínimos para obtener ganancias considerables para la empresa. Finalmente, el autor, participó en el proceso de la venta de los seminarios, en donde adquirió conocimientos comerciales, que le posibilitaron posteriormente conseguir participantes inscritos. Es importante mencionar, que el éxito de los seminarios fue tal que pudieron recaudar dinero extra el cual fue donado a MAGIA: Asociación de voluntarias por los niños con cáncer.

1.2. Lenovo (Asia Pacífico) Limited Sucursal del Perú

1.2.1 Aspectos generales de la empresa

Lenovo es una compañía china de PC líder en el mundo, fundada en 1984. Hoy, cuenta con 55,000 empleados que atienden a sus clientes en más de 160 países y es el mayor proveedor mundial de PCs. Su cartera incluye estaciones de trabajo, servidores, soluciones de almacenamiento, software de administración IT, Smart TVs, tablets y smartphones. Lenovo se dedica a transformar la experiencia de sus clientes con la tecnología, preparando el escenario para lo que es posible con la misma. Esta empresa argumenta que su éxito se debe a:

- Eficiencia inigualable, impulsada por su escala y el control integral de su cadena de suministro.
- Una estrategia multi-negocios altamente adaptable.
- Una cultura diversa e inclusiva fomentada por un equipo de administración diverso.

Su visión es crear dispositivos que más personas se sientan inspiradas a poseer; una cultura a la que más gente aspire a unirse y un negocio duradero y de confianza que sea respetado en todo el mundo. Esta visión, los guía en su misión de convertirse en una de las mayores compañías de tecnología personal del mundo. (Lenovo, 2019).

Las oficinas de Lenovo Perú se encuentran ubicada en Avenida Dionisio Derteano 144, Lima 27 – San Isidro Lima. En esta compañía los trabajadores comparten la aspiración de ser los mejores, ya sea sirviendo a los clientes, trabajando en equipo o contribuyendo a la comunidad. (Lenovo Perú, 2019). En el anexo 3 se presenta el organigrama de la empresa.

La experiencia profesional del autor en esta compañía inició en abril de 2018 y continúa hasta la actualidad, desempeñando el cargo de Inside Sales Specialist en el área Comercial, segmento corporativo. Este cargo le permite adquirir conocimientos respecto al funcionamiento de las empresas que pertenecen a los distintos sectores de la economía, además, le da la posibilidad al ser una empresa trasnacional, de interactuar con trabajadores de distintas áreas que pertenecen a países latinoamericanos, permitiéndole conocer un poco más sobre la cultura de cada uno de ellos. También, el autor ha podido desarrollar la capacidad de desempeñar sus tareas bajo un escenario de estrés, sin que este influya en el correcto desarrollo de sus actividades. Adicionalmente, este cargo le ha permitido experimentar el trabajo en equipo, llevándolo a intercambiar conocimientos y experiencias con cada uno de los miembros de su equipo, quienes persiguen un único fin, llevar a su segmento a convertirse en el número uno.

En el anexo 4 se presenta la constancia de trabajo del autor.

El autor es responsable de analizar semanalmente el crecimiento y proyección de las ventas del segmento al cierre de cada trimestre; cuantificado a través de unidades (cajas de equipos) vendidas y ganancias monetarias por equipo vendido. Para ello, elabora una presentación que expone su jefe en la reunión de ventas en donde participan todos los países de Latinoamérica.

También, el autor interactúa con los diferentes clientes, a quienes les prepara y envía cotizaciones de equipos de cómputo (Desktops, Notebooks y Workstation), según sus requerimientos. Adicional a ello, se encuentra en constante comunicación con ellos, pues, les brinda status de los pedidos realizados y les absuelve las consultas que pueden surgir. Además, el autor recibe las órdenes de compra y colabora con el procesamiento de las mismas; verifica y re-valida las líneas de crédito que los clientes mantienen para la posterior liberación de los pedidos y producción de los equipos en planta. El autor también se encarga de realizar seguimiento al proceso de producción y tránsito de los equipos, con el fin de cumplir con los tiempos estimados de entrega otorgados a los clientes y para ello, coordina el despacho de las unidades con el operador logístico.

En octubre 2018, el Banco Pichincha le adjudicó a Lenovo Perú la renovación de 1,554 equipos de cómputo: 1,385 desktops y 169 notebooks, bajo la modalidad de arrendamiento. Este proyecto fue muy desafiante pues nunca antes Lenovo tuvo una renovación que implicara la implementación de servicios para una cantidad considerable de equipos. Para el autor, participar en este proyecto fue el principal reto asumido hasta el momento, ya que, por un lado, debía monitorear la producción de los equipos, con la finalidad de poder cumplir con los tiempos estimados de entrega comprometidos con el cliente en las diferentes sedes y agencias dentro del Perú y, por otro lado, debía verificar la correcta entrega y facturación de las unidades, pues estas estaban consideradas dentro del Forecast de ventas del trimestre y por ende comprometidas en la cuota a la cual debía llegar el segmento. Esta importante tarea, involucra diversos retos: organización y orden, buena comunicación entre las diferentes áreas para coordinar la entrega del pedido en diferentes puntos a nivel nacional, buena comunicación con el cliente para resolver cualquier inquietud respecto a la implementación del proyecto y finalmente, análisis detallado para estimar la cantidad de equipos que se arrendarán y la ganancia por cada uno de los mismos, con la finalidad de proyectar la cantidad de equipos que se requiere vender en el trimestre para superar la cuota y obtener mayor participación en el mercado, consolidándose como número uno a nivel nacional.

Sin embargo, es importante mencionar que todas las ventas de equipos o renovaciones de parque, cuentan con las implicancias mencionadas líneas arriba. Para poder afrontar estos retos, es necesario el trabajo en equipo de todas las áreas involucradas que se encuentran dentro o fuera del país con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente como principal estrategia de fidelización. Esto ha originado el crecimiento de las ventas y ganancias trimestre a trimestre y ha posicionado a Lenovo Perú como empresa líder del mercado en el segmento corporativo por tres trimestres consecutivos.

1.2.2 Fundamentación

La carrera de Economía, le permite al autor obtener un buen desempeño en el puesto que ejerce en la actualidad. Los cursos de microeconomía: teoría del consumidor y del productor y equilibrio y poder de mercado, le brindaron la posibilidad de comprender que el cliente tiene necesidades que satisfacer y en base a ello, cotiza equipos que se adecúan a sus solicitudes, a precios competitivos, con la finalidad de concretar la venta de equipos. También, el autor, puede analizar el comportamiento del mercado y de las dos empresas principales que compiten con Lenovo Perú, de tal manera que, trabajando de la mano con los vendedores, puedan diseñar estrategias que les permitan mantener su sólida posición como líderes del mercado en el segmento corporativo. Una estrategia fundamental es el estudio de casos de precios, con la finalidad de ofertar equipos de cómputo a precios agresivos que no puedan ser igualados por la competencia. Esta estrategia, principalmente se realiza con cuentas de adquisición.

También, los cursos de estadística e informática, permitieron que el autor realizara proyecciones muy próximas a la cantidad de equipos vendidos y ganancias obtenidas al cierre de cada trimestre. Además, le facultan la oportunidad de realizar presentaciones que contienen tablas, gráficos y cuadros, cuyo contenido pueda ser comprendido por las diferentes áreas involucradas en el proceso de venta de equipos a nivel Latinoamérica.

Finalmente, el curso de ética de negocios, brinda al autor las herramientas necesarias para comprender qué estrategias puede emplear para realizar una competencia sana para todos los participantes en los concursos o licitaciones lanzadas. En el área comercial, muchas personas se dejan llevar por la ambición de obtener cada día más, a cualquier precio, es por ello que este curso es útil para evitar caer en este vicio.

1.2.3. Aportes y desarrollo de experiencias

El segmento corporativo de Lenovo Perú, ha obtenido por tercer trimestre consecutivo, el liderazgo en ventas. El autor, como parte del equipo, ha contribuido en la obtención de este importante logro. Para poder alcanzar esta meta, es fundamental comprender las necesidades de los clientes, para poder ofrecerles los productos adecuados a precios competitivos, y de esta manera, concretar las ventas o ganar los concursos o licitaciones. También, es clave desarrollar buen relacionamiento con los clientes; una de las principales funciones del autor es estar en constante comunicación con ellos, pues se encarga de enviar cotizaciones, recibir las órdenes de compra, indicar status de los pedidos, absolver cualquier duda, consulta o solicitud. Esto debe realizarse en un plazo como máximo de 24 horas, para que los clientes sientan el compromiso que la marca tiene con ellos. Adicionalmente, el autor, debe hacer seguimiento al procesamiento de los pedidos y la producción de los equipos, con la finalidad de optimizar los tiempos de entrega otorgados al cliente. Para ello, es valioso el trabajo en equipo; el autor debe estar en constante interacción con las áreas de: operaciones, créditos, finanzas y logística y debe encargarse de que todas estas áreas realicen su trabajo en la base a una única visión: satisfacer las necesidades del cliente, optimizando recursos.

Adicional a ello, el autor elabora un archivo de ventas al cierre del trimestre, que permite que toda el área comercial corporativa pueda visualizar cuántos equipos podrán ser entregados y facturados a los clientes, elaborando una proyección; de esta manera, se logra determinar y analizar las estrategias que deben aplicarse para alcanzar y superar la cuota asignada. Debido a lo mencionado anteriormente, el equipo comercial corporativo ha obtenido diversos reconocimientos y en junio del 2019, el autor, fue felicitado por su jefe y el gerente general de la empresa, por su excelente desempeño.

Capítulo 2: Análisis de alternativas de solución para reducir la condición de pobreza de los pobladores en San Ignacio- Cajamarca

2.1 Definición del problema

De acuerdo a las cifras reportadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el 20.5% de la población peruana se encontraba en situación de pobreza monetaria en 2018, es decir, 6'593,000 peruanos. El nivel de pobreza disminuyó 1.2 puntos porcentuales respecto a las cifras obtenidas en 2017. El INEI mide la pobreza monetaria valorizando la canasta mínima alimentaria por persona en s/. 338, por lo tanto, para una familia de cuatro miembros en s/. 1352. Fueron considerados pobres aquellos que residen en hogares cuyos gastos per cápita no cubren el costo de la canasta mínima alimentaria. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019, p.12).

Adicionalmente, el INEI reportó que la pobreza monetaria extrema se redujo a 2.8% en 2018 frente al 3.7% estimado en 2017. Para medir la pobreza monetaria extrema, el INEI valoriza la canasta mínima alimentaria por persona en s/. 183, por lo tanto, para una familia de cuatro miembros en s/. 732. Fueron considerados pobres extremos aquellos que residen en hogares cuyos gastos per cápita no cubren el costo de la canasta mínima alimentaria. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019, p.18).

A pesar de los resultados favorables obtenidos, el departamento de Cajamarca enfrenta un nivel de pobreza monetaria entre 37.4% a 46.3% y un nivel de pobreza monetaria extrema entre 8.5% a 13.9%. Estas cifras lo convierten en el departamento más pobre del Perú en 2018. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019, p.14).

El Instituto Peruano de Economía (IPE), detalla que, en 14 de los últimos 15 años, Cajamarca, ha mantenido su posición entre las cinco regiones más pobres. Estas cifras reportadas son alarmantes, pues duplican las proporcionadas a nivel país. (Diario Perú 21, 2019).

En el apéndice 1, se diagrama este problema planteado, a través de la metodología del árbol, que permite un mejor análisis del mismo al desagregarlo en causas y consecuencias.

El índice de Competitividad Regional (INCORE) 2019, revela que Cajamarca ocupa el puesto 24 de 25 regiones posicionándose como la segunda región menos competitiva del país. Este resultado muestra una evidente relación entre pobreza y competitividad. (Instituto Peruano

de Economía, 2019, p.81).

En el apéndice 2, se muestran las posiciones que ocupa esta región en los seis pilares analizados en el índice.

Existen diversas causas que explican por qué Cajamarca es considerada la región más pobre y la segunda menos competitiva. El INEI calculó que el 64.6% de la población en esta región es rural, esto guarda relación con que la principal actividad económica ocupada sea la agropecuaria, pues el 57.4% de la PEA labora en este sector. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018). Adicionalmente, es importante mencionar que según el IPE el nivel de informalidad de esta región alcanza el 90%, por lo que se puede deducir que los trabajadores que laboran en este sector son informales. Otro dato importante es que el nivel de productividad en este sector es el segundo más bajo del Perú. Todo lo mencionado anteriormente afecta los salarios de los trabajadores quienes en promedio reciben un ingreso de s/. 850, y les permite realizar en promedio un gasto real por hogar del s/1,150, cifras por debajo del promedio a nivel nacional. (Instituto Peruano de Economía, 2019).

Actualmente, Cajamarca cuenta con una amplia cartera minera de seis proyectos que suman USD 18,200, entre ellos, el proyecto Conga de la minera Yanacocha S.R.L, que se encuentra en etapa de factibilidad; sin embargo, en 2011, Cajamarca fue testigo de un conflicto social generado por el posible desarrollo de este proyecto. Este se generó debido a que los pobladores estaban preocupados por la posible contaminación del agua de las lagunas. Adicionalmente, este conflicto se acentuó por la fuerte oposición al proyecto por parte del entonces gobernador regional Gregorio Santos. (Diario Perú 21, 2019).

La minería conlleva a desarrollar un conjunto de servicios que a su vez generan empleos formales; por cada empleo que origina, se crean seis en otros sectores. Lamentablemente, estos conflictos sociales impiden el adecuado desarrollo de estos proyectos, desaprovechándose así la oportunidad de reducir la informalidad en esta región, además de crear desconfianza en el sector empresarial y alejar la inversión privada.

Por último, una causa importante que conlleva a Cajamarca a ser considerada la región más pobre del Perú es la mala gestión de los gobernadores regionales, quienes parecen tener inadecuados criterios de asignación de recursos y ejecutan de manera limitada el presupuesto destinado a inversión pública. Esto ocasiona que se realicen inversiones limitadas en infraestructura, por lo que los pobladores cuentan con bajo acceso a servicios de electricidad, agua y desagüe.

La pobreza además implica una falta de recursos en los hogares, que se desencadena en desnutrición crónica y abandono escolar. El nivel educativo bajo se traduce en una tasa de

analfabetismo alta (14%) comparada con la tasa de analfabetismo promedio en el país (5.9%) y también evita que los pobladores puedan librarse de esta limitante condición económica. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Se hará uso de la metodología Design Thinking, que permitirá desarrollar soluciones innovadoras al problema planteado, centradas en el usuario. Para ello, primero se debe entender quién es el cliente objetivo.

2.2 Definición del usuario objetivo

El proceso empleado en la metodología Design Thinking requiere la definición del usuario objetivo. Para ello, primero, se describirá el perfil de la población en situación de pobreza, según información brindada por el INEI, que indica que:

- El 51.4% son mujeres.
- El 43.2% son niños o adolescentes (mejores de 18 años); el 23.5% son adultos de 30 a 49 años; el 13.9% jóvenes de 18 a 29 años, el 11.9% son adultos mayores y el 7.6% tiene entre 50 a 59 años.
- El promedio de miembros de un hogar es de 4,4 integrantes, de los cuales, el 74.3% tienen entre sus miembros al menos un niño o adolescente; el 28.7% al menos un adulto mayor y el 18.4% al menos un integrante con discapacidad.
- El 72.3% tienen como lengua materna al castellano y el 27.3% tiene como lengua materna al quechua, aymara u otra lengua nativa de la Amazonía. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Es importante resaltar que las viviendas de la población en situación de pobreza presentan características particulares que deben ser mencionadas, pues para la fabricación de las mismas emplean la tierra como base, planchas de calamina para el techo y adobe o quincha para las paredes exteriores. Como información adicional, según INEI, solo el 30% de estas viviendas cuenta con título de propiedad. Con respecto al acceso a servicios básicos, el 76.7% de los hogares se abastecen de agua por red pública; el 61.3% emplea gas para cocinar sus alimentos y el 43.5% elimina las deposiciones por sistemas de alcantarillado. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Algunas características relevantes de la población en situación de pobreza que condicionan su óptimo desarrollo personal y profesional son las siguientes:

- **Salud:** El 83.0% de la población tiene algún seguro de salud. Por otro lado, el 26.6% presenta alguna enfermedad crónica.
- **Nivel de educación:** Sólo el 48.7% de la población que tiene 15 y más años de edad no tiene ningún nivel de educación completo.
- **Empleo:** El 95% de la población pobre tienen empleos informales. El 55.2% labora principalmente en el sector agropecuario; el 13.5% en el sector servicios; el 11.8% en el sector comercio y el 7.5% en el sector manufactura. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Luego de haber descrito de manera amplia el perfil de la población en situación de pobreza, se toma como figura del público objetivo a **María**, una mujer que nació y vive en la provincia de San Ignacio, ubicada en el extremo norte del departamento de Cajamarca, en donde se desarrolla la actividad económica agrícola y se cultiva: café, arroz y cacao, productos orientados al mercado externo. María actualmente tiene 30 años, su lengua materna es el castellano y tiene educación prima completa. Además, ha formado una familia con Manuel, pequeño caficultor, que posee 5 hectáreas para cultivar café y con quien tiene dos hijos: Teresa y Juan de 9 y 6 años respectivamente; María y su familia están afiliados al SIS. Ella es ama de casa y adicionalmente apoya a Manuel en el negocio familiar del cultivo del café; sin embargo, no recibe remuneración alguna. En el apéndice 3 se plasma un mapa de empatía, que permite interiorizar su necesidad a través de la revisión de lo que piensa, siente, oye, dice, hace y ve.

María se levanta muy temprano para preparar el desayuno para Manuel y sus hijos y apoyar a su esposo en el cultivo del café, regresa a casa para preparar el almuerzo y avanzar con los quehaceres del hogar; por la tarde, camina al paradero más cercano en donde espera a sus hijos y que juntos regresen a casa; de camino al paradero, María se encuentra con sus vecinas, quienes también van en busca de sus hijos; juntas conversan de diversos temas e intercambian opiniones. María y sus amigas creen que el cultivo de café no genera ingresos suficientes que permitan brindar una adecuada calidad de vida a sus familias, es un negocio volátil, que depende de factores exógenos. Además, consideran que la minería es una actividad económica que les podría proporcionar mayores ingresos y que sería conveniente migrar al sur del departamento de Cajamarca. En otras oportunidades comentan que quisieran confeccionar artesanías y dedicarse a la venta de los mismos, aprovechando que a la provincia de San Ignacio asisten muchos turistas. De regreso a casa, María, conversa con su hija, quien le cuentan en algunas oportunidades que los profesores no asisten a dictar las clases. Además, Juan, le comenta a su

mamá que se siente muy cansado y no puede prestar atención cuando los profesores están enseñando. Al llegar a casa, María les sirve el almuerzo a sus hijos y les pide que hagan sus tareas, que se esfuercen para que puedan ser profesionales en el futuro.

María es la encargada de administrar los ingresos y gastos del hogar, por lo que, por las tardes, se sienta a separar dinero para realizar las compras diarias del hogar. Al hacer esta actividad y al ver a sus hijos desarrollando sus tareas, piensa que sus hijos merecen tener una adecuada calidad de vida con buena salud y oportunidad de culminar su nivel educativo básico y aspirar a acceder a la educación superior. María también piensa que la calidad de la infraestructura pública debe mejorar, sin embargo, no siente respaldo por parte de las autoridades regionales, ya que, en los últimos años, no ha visto grandes evoluciones. Por todo lo mencionado anteriormente, María quisiera generar mayores ingresos, pero se siente limitada. La vecina de al lado, opina que los hijos de María deberían dejar de ir a la escuela para que apoyen a sus padres en el negocio familiar. A veces María cree que esta sería una buena opción para poder salir de su condición, pero prioriza el bienestar de sus hijos. En el apéndice 4, se presenta el customer journey de María, en donde se grafica de manera cíclica lo comentado líneas arriba.

2.3 Presentación y análisis de alternativas de solución

Después de haber identificado el problema, durante la etapa de Definición, se procede a generar un sinnúmero de alternativas de solución, claves para la obtención de un resultado innovador. Este ejercicio se realiza en la etapa de Ideación.

A continuación, se proponen y analizan una serie de alternativas de solución para contribuir a que María y su esposo puedan generar mayores ingresos para el hogar y así lograr que sus hijos puedan tener acceso a servicios básicos: salud, educación e infraestructura de mejor calidad y puedan salir de esta condición de pobreza en un futuro próximo.

Una posible alternativa de solución es la implementación de un comedor social. De esta manera, el gobierno regional, ejecuta presupuesto en infraestructura pública y contribuye a equilibrar la dieta alimenticia de las familias que habitan en la provincia de San Ignacio. Para que este proyecto se lleve a cabo es necesario también que el gobierno regional trabaje en conjunto con los jóvenes voluntarios del programa Qali Warma, quienes serían los encargados de servir el desayuno y/o almuerzo los días sábados y domingos. Esta alternativa es viable económicamente, ya que el gobierno regional, cuenta con presupuesto suficiente por ejecutar,

además, los voluntarios que trabajan en el programa social Qali Warma están capacitados en lo que respecta a la elaboración de una dieta balanceada y saludable. Sin embargo, esta alternativa, tiene un impacto medio, pues si bien, reduciría la probabilidad de que la población contraiga enfermedades y contribuiría a generar mayor concentración en las clases, no está atacando de manera directa algunos aspectos que podrían evitar que las familias (particularmente niños y adolescentes) caigan de manera recurrente en la situación de pobreza.

Otra posible alternativa es la capacitación a María y sus vecinas en la confección de artesanías, para que estas puedan ser vendidas a la numerosa cantidad de turistas que visitan la provincia de San Ignacio. Esta alternativa de solución puede llevarse a cabo bajo el mando de una ONG, siguiendo el modelo de Laboratorio, la startup en educación, que forma mujeres y las ayuda a insertarse en el mundo laboral tecnológico. En este caso en particular, se podría formar una ONG que reclute mujeres emprendedoras que estén dispuestas a viajar a la provincia San Ignacio para realizar capacitaciones y dar charlas explicando su propia experiencia, y de esta manera, incentivar a María y sus amigas a iniciar sus emprendimientos en base a las herramientas brindadas. Sería necesario también contar con expertas en confección de artesanías para brindar talleres en donde María y sus amigas puedan aprender este arte. Esta alternativa tendría un impacto alto en María, pues la ayudaría a conseguir un nuevo pasatiempo que, además, en un mediano plazo, la ayudaría a generar mayores ingresos para el hogar, iniciativa que anhela. Sin embargo, esta alternativa podría empezar a brindar frutos en un mediano o largo plazo, pues se necesita invertir dinero para poder costear las capacitaciones, charlas, talleres y las primeras herramientas que María y sus amigas empleen para diseñar las artesanías y además implica un gran esfuerzo logístico que impide la implementación del proyecto de manera rápida y esta ONG debería estar preparada para ello.

Una tercera posible alternativa de solución es la implementación de un “Plan de Reforzamiento Escolar” a cargo del gobierno regional y con el respaldo del ministerio de Educación dirigido a la población en edad escolar de la provincia de San Ignacio, con la finalidad de dinamizar el aprendizaje y los adecuados hábitos de estudio que se vean reflejados en el puntaje obtenido en la Evaluación Censal de Estudiantes (ECE). Sería importante contar con el apoyo de docentes universitarios voluntarios que orienten y supervisen el adecuado desarrollo del estudio de los alumnos en los cursos de Comunicación Integral y Matemática. Esta alternativa tendría un alto y valioso impacto en la vida de Teresa y Juan, hijos de María y en sus compañeros, ya que el desarrollo de este plan motivaría a los niños y jóvenes a continuar con sus estudios, ya que tendrían un profesor que los pueda apoyar a absolver sus consultas y reforzar en la materia que lo requieran. Posteriormente podrían aspirar a ingresar a un instituto

de educación superior o universidad e insertarse en el mundo laboral para posteriormente lograr salir de la condición de pobreza en la que actualmente viven. La implementación de este plan puede ejecutarse con el presupuesto del gobierno regional y ya que cuenta con el apoyo del ministerio de Educación, este se pondría en marcha en un corto plazo. Sin embargo, todo depende de la autoridad regional y de su deseo de reducir la pobreza en la región.

Una última posible alternativa de solución es la ejecución de programas de responsabilidad social llevados a cabo por las principales empresas exportadoras de café que operen en la provincia de San Ignacio. También sería necesaria la colaboración de socios estratégicos para lograr un impacto de mayor escala. Estos programas tienen dos objetivos fundamentales: el primero es incrementar la productividad del cultivo del café mediante el fortalecimiento de capacidades de innovación tecnológica y social y el segundo es la reducción de las brechas socio-económicas existentes en la población. Estos programas darían soporte a los caficultores y a sus familias, generando un gran beneficio para las empresas exportadoras, quienes exportarán café de mejor calidad y en mayor cantidad y también generarán un gran beneficio para Manuel, María y su familia, pues aportarán a su adecuado desarrollo y bienestar, brindando alimentación sana; mejor desenvolvimiento en los cursos del colegio y mayores ingresos para la familia. A su vez, también contribuía a la reducción de la pobreza en la provincia de San Ignacio. Por otro lado, con el apoyo económico y el trabajo en equipo con socios estratégicos, se podrá llevar a cabo esta iniciativa que traerá beneficios en un mediano plazo.

2.4 Diseño de la solución

Luego de presentar y analizar posibles alternativas de solución, se define cuál es la que tiene un mayor impacto en el público objetivo y requiere de menor esfuerzo / costo durante su implementación. En esta oportunidad, la última alternativa cumple con lo solicitado.

Las principales empresas exportadoras de café que cuentan con sucursales en la provincia San Ignacio, son: OLAM AGRO PERÚ S.A.C. y Compañía Internacional del Café S.A.C. A continuación, procederemos a brindar una breve descripción de cada una de ellas:

- **OLAM AGRO PERÚ S.A.C:** Es una empresa multinacional que se encarga de procesar y exportar café verde en todo el mundo. Presenta un modelo de negocio particular pues posee relación directa con más de 3,500 caficultores o cooperativas, administrando la cadena de suministros: desde el procesamiento hasta la entrega del café. Esta empresa cuenta con un programa de sostenibilidad centrado en la optimización de la economía

agrícola y la creación de un positivo impacto ambiental y social en las comunidades. Se esfuerzan por desarrollar soluciones para mejorar los rendimientos, la calidad y el acceso al mercado, y proporcionar capacitación sobre preservación y reforestación de bosques. (Olam Group, 2019).

- Compañía Internacional del Café S.A.C: Es una compañía que se encarga de exportar café verde peruano, conocida por ser uno de los mejores y más confiables proveedores. Desempeña un papel esencial llevando el café desde el productor hasta el cliente final en el extranjero. Uno de sus principales objetivos es fomentar relaciones sostenibles con los caficultores, añadiendo valor agregado a sus cosechas. (COINCA SAC, 2019)

Se visualiza que ambas empresas están comprometidas con la generación de un impacto positivo en el bienestar de los pequeños caficultores a quienes consideran actores principales.

Es fundamental contar con socios estratégicos quienes brindarán capital económico y humano para poder llevar a cabo la implementación de este proyecto. Existen diversas instituciones dispuestas a brindar soporte, una de ellas es:

- CEDEPAS NORTE: Asociación civil sin fines de lucro, cuyo objetivo es fortalecer capacidades de innovación social y tecnológica; promoviendo experiencias sostenibles de desarrollo inclusivo y reducción de brechas socio-económicas, aún existentes en la población. (CEDAPAS Norte, 2019).

Este proyecto presenta 2 objetivos fundamentales descritos a continuación:

- Incrementar la productividad del cultivo del café, mediante capacitaciones a pequeños caficultores sobre la optimización de recursos y empleo de herramientas tecnológicas.
- Contribuir a generar bienestar en los caficultores y sus familias, brindando información respecto a una alimentación nutritiva y balanceada, además de la implementación de un proyecto de reforzamiento escolar y la elaboración de charlas sobre emprendimiento y talleres sobre la confección de artesanías dirigidas a mujeres adultas (esposas e hijas de los caficultores).

De esta manera, se beneficiará la empresa exportadora de café pues obtendrá un producto de mayor calidad y mayor volumen del mismo, hecho que ayudará a generar más ventas y adicionalmente, generaría confianza y buen relacionamiento con sus principales proveedores. También se beneficiará el caficultor y su familia, pues obtendrán mayores ingresos mensuales

y sus hijos estarán saludables y tendrán la oportunidad de aspirar a salir de la condición de pobreza en la que viven actualmente.

Para poder explicar el diseño de la solución de una manera más estructurada se estará procederá con la división de esta sección en tres sub-secciones:

2.4.1 Difusión

En esta fase se explica cómo comunicar al público objetivo la implementación de este proyecto. Ya que se ha demostrado que las empresas están dispuestas a colaborar, se debe crear una organización sin fines de lucro, que sea el nexo entre las principales empresas exportadores y aquellos socios estratégicos que están dispuestos a colaborar a que este proyecto sea exitoso y genere mayor impacto en la población. Además, esta organización, debe encargarse de la logística del proyecto.

En primer lugar, las empresas exportadoras de café serán quienes comunicarán a los pequeños caficultores y sus familias el lanzamiento del proyecto, aprovechando que tienen relación directa con los mismos. Se armará un plan piloto con un número reducido de familias. Se repartirán boletines en donde se comunicará el lugar y la hora en donde se realizará la charla informativa. Además, es fundamental colocar en el boletín una frase que resuma los beneficios que obtendrán los caficultores y sus familias, que los motivará a asistir a la charla, la cual podría ser la siguiente: “Estamos comprometidos con el bienestar de tu familia...Ven y conoce nuestras propuestas”. Posteriormente, se solicita que cada participante se inscriba. Para realizar la charla informativa, se separa un espacio de área común, en donde un representante de la empresa exportadora expone la estructura del proyecto a ejecutarse, el cuál será financiado por la misma. Es importante que se comuniquen los beneficios que brindará este proyecto para cada público objetivo.

2.4.2. Acción

Este proyecto es ambicioso pues se enfoca en la satisfacción de necesidades de mujeres como María, quien no solo vela por su bienestar sino y principalmente por el de su familia. Se centrará en cuatro actividades fundamentales. Para poder llevarlas a cabo, se requiere que la organización sin fines de lucro cumpla con las siguientes funciones:

- Buscar socios estratégicos, que estén dispuestos aportar capital económico y humano para el desarrollo de las actividades. Un claro ejemplo es el de CEDEPAS NORTE, también, los tostadores alemanes, quienes se han visto complacidos por la calidad del

café peruano podrían brindar apoyo económico, pues de esta manera podrían asegurar la producción de un café aún de mejor calidad.

- Reclutar especialistas y voluntarios que contribuyan al adecuado funcionamiento de las actividades que se realizarán dentro de este proyecto.
- Reservar los espacios en donde se llevarán a cabo estas actividades y realizar el trabajo logístico que implica el desarrollo de estas actividades.

Las cuatro actividades fundamentales que se desarrollarán se describirán a continuación:

- **Desayunos comunitarios:** El primer domingo de cada mes, se brindará desayuno comunitario en un comedor popular de la provincia. Para ello, se debe solicitar el apoyo de nutricionistas quienes serán los responsables de elegir los alimentos que se servirán, los cuales deben contener los nutrientes necesarios para combatir y evitar la anemia. Esta actividad estará dirigida para los caficultores y sus familias, se limitarán los cupos con la finalidad de poder abastecer a todos los asistentes. Durante el desayuno, también se otorgarán charlas informativas respecto a la importancia del consumo de alimentos sanos y nutritivos dentro de una dieta balanceada.
- **Capacitación en optimización de recursos y empleo de herramientas tecnológicas:** Los días martes y jueves, luego de finalizar la jornada laboral y durante un periodo de tiempo determinado, se desarrollará la capacitación en optimización de recursos y empleo de herramientas tecnológicas. Esta actividad está dirigida a los caficultores y se desarrollará en un espacio cerca de la zona de cultivo por miembros de CEDEPAS NORTE. Adicionalmente, las empresas exportadoras de café, financiarán la compra de herramientas tecnológicas. Estas capacitaciones se brindarán por grupos pequeños, de manera personalizada, con la finalidad que incrementar la productividad del cultivo del café y mejorar su calidad. De esta manera, los pequeños caficultores podrán obtener mayores ingresos.
- **Reforzamiento escolar:** Los días lunes y miércoles, durante los meses de marzo a diciembre, se realizará un plan de reforzamiento escolar en los cursos de Comunicación Integral y Matemáticas para alumnos de 2do, 4to y 6to de primaria inicialmente; estas actividades se desarrollarán en aulas de dos de las instituciones educativas más recurridas para evitar que los alumnos se trasladen y quizás pierdan interés en asistir a estas clases por el esfuerzo que implicaría. Esta actividad está dirigida para los hijos de los caficultores que se encuentren en los grados mencionados líneas arriba y contará con cupos limitados. Para ello, será necesario contar con el respaldo de las instituciones

educativas, quienes proveerán el plan académico a desarrollar en cada una de las materias, además, es importante también contar con la participación de docentes, responsables de dictar las clases. Estos serán remunerados y se les brindará adicionalmente vivienda y alimentos para que cuenten con la motivación suficiente para aceptar este desafío.

- **Talleres para la confección de artesanías:** Esta actividad se realizará el primer y último sábado de cada mes, por la tarde, en un comedor popular de la comunidad. Esta actividad está dirigida a las esposas de los caficultores, quienes tendrán la oportunidad de desarrollar otra actividad, que, en un futuro, podrán emplear como medio para generar mayores ingresos para el hogar. Para poder llevar a cabo esta actividad, se requiere de un profesional experto en la materia, quien será remunerado. Adicionalmente, para esta actividad se requerirá el apoyo de una organización sin fines de lucro cuyo objetivo sea promocionar el emprendimiento y empoderamiento de la mujer, para que también se programen charlas y capacitaciones para las mujeres que asistan al taller, en donde se podrán compartir testimonios y que servirán también para impulsar a que cada una pueda insertarse en el mundo laboral, de manera independiente.

Es importante mencionar que cada una de las actividades se estará implementando de manera progresiva cuando se logre conseguir los recursos necesarios para implementar cada una de ellas. Así mismo, semanas antes del inicio de cada actividad, los trabajadores de la empresa exportadora, responsables de llevar a cabo este proyecto, repartirán volantes a los caficultores y a sus familias.

Para conocer si estas actividades tienen un impacto positivo en el bienestar de la población, es necesario implementar indicadores de control y seguimiento. Se tendrán en cuenta tres indicadores, que serán medidos antes, durante y después de la implementación de cada actividad.

- Talla para la edad y peso para la edad: Se medirá principalmente en los niños, con la finalidad de conocer el estado nutricional de los mismos, antes, durante y al finalizar la actividad desayuno comunitario.
- Productividad del cultivo de café: Se medirá con la finalidad de conocer si las capacitaciones a los caficultores tuvieron resultados positivos en la calidad y cantidad de café exportado.

- Pruebas de razonamiento verbal y matemático: Se medirán en los niños que cursen 2do, 4to y 6to año de primaria, antes, durante y al finalizar la actividad de reforzamiento escolar.

2.4.3 Resultados

El impacto de la implementación del proyecto tendrá resultados a mediano y largo plazo. Lo que se espera principalmente es:

- Reducir el nivel de desnutrición en los niños principalmente, para que de esta manera se evite en un futuro las enfermedades crónicas que puedan afectar su adecuado desarrollo.
- Incrementar la productividad del cultivo del café para que tanto los caficultores como las empresas exportadoras de café puedan generar mayores ingresos.
- Formar jóvenes mejor preparados con una sólida educación básica, aptos para ingresar a un instituto de educación superior o universidad.
- Desarrollar mujeres emprendedoras capaces de insertarse en el mundo laboral de manera independiente.
- Mejorar el relacionamiento entre las empresas exportadoras de café y los caficultores para evitar conflictos en un futuro que perjudiquen la venta de esta materia.

2.5 Validación de la solución

Para validar si la alternativa de solución seleccionada es viable, se mencionará un caso de éxito desarrollado en el sur de la región Cajamarca. Las principales actividades económicas que se realizan en esta zona de la región son la ganadería y la minería. Es por ello, que en la provincia de Hualgayoc opera Gold Fields La Cima S.A, compañía dedicada a la producción y comercialización de concentrado de cobre con contenido de oro. Su unidad minera “Cerro Corona”, se encuentra localizada en el distrito de Hualgayoc. (KPMG, 2018, p. 9). Gold Fields busca mejorar la competitividad de la compañía y, al mismo tiempo, mejorar las condiciones económicas y sociales de las comunidades en las que opera. (Gold Fields, 2019). Es por ello que, en 2018, los gastos de Gestión Socio-Medioambiental están constituidos por: Compromisos Sociales por 2,149 miles de dólares, Donaciones Caritativas por miles 1,988 miles de dólares y Desarrollo Empresarial, Educación, Nutrición y Salud por 1,607 miles de

dólares. (KPMG, 2018, p. 91). Desde el 2007, se han ejecutado más de 300 proyectos sociales voluntarios directos. (Gold Fields, 2019).

Uno de los proyectos más interesantes fue la instalación de los servicios eléctricos y de agua potable en diferentes comunidades aledañas al punto de extracción. Este proyecto implementó electrificación domiciliaria y alumbrado público, con una inversión que superó los 400 mil dólares. (CAMIPER, 2019). Adicional a ello, Gold Fields ejecuta proyectos que han contribuido al adecuado desarrollo de las comunidades como:

Agua para todos; el 87% de las familias de las comunidades del área de influencia directa, cuentan con alguna potable.

Empleo y empresa local; Gold Fields cuenta con una política de promoción de empresas locales y generación de mano de obra local, que incluye un procedimiento específico para que las gerencias promuevan el empleo local, y se establecen los mecanismos necesarios para ofrecer puestos de trabajo, en primer lugar, a los pobladores de las comunidades de las zonas de influencia directa e indirecta de la compañía.

Construcción de infraestructura educativa, contratación y capacitación a docentes, donación de materiales educativos, becas universitarias y transporte escolar.

Saneamiento básico, proyectos nutricionales, campañas de salud, construcción de centros de salud.

Electrificación e infraestructura vial. (Gold Fields, 2019).

Gold Fields ha logrado incrementar los ingresos en 21 comunidades del distrito de Hualgayoc. (Diario Perú 21, 2019).

Todo lo mencionado anteriormente, corrobora que la solución planteada puede llegar a brindar gratificantes beneficios a la comunidad de San Ignacio, si se replica el caso de éxito de minera Gold Fields.



Conclusiones

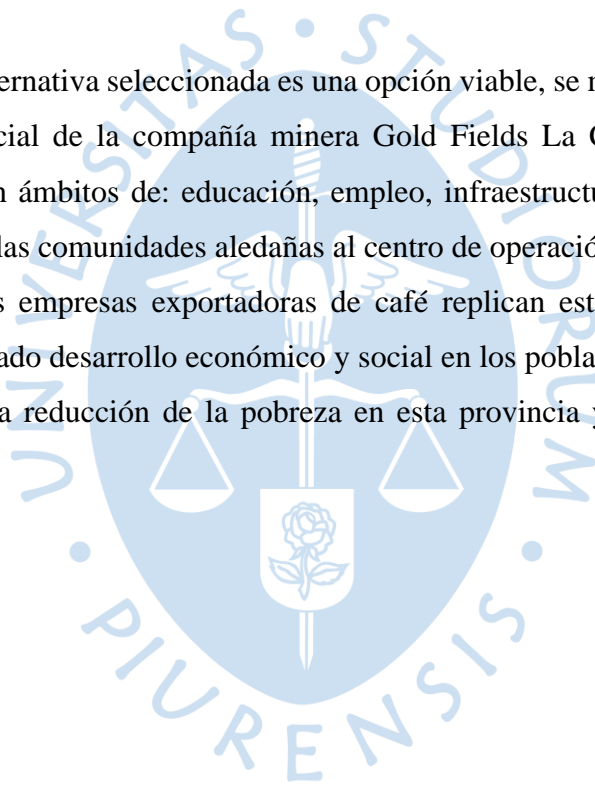
Estudiar la carrera de Economía en la universidad de Piura, le ha permitido al autor, obtener un buen rendimiento en los puestos de trabajo en los que se ha desempeñado, permitiéndole afrontar retos y participar en proyectos en los que ha alcanzado la meta propuesta y el éxito deseado. Los cursos que contiene la malla curricular de esa carrera, le han dado la posibilidad de analizar e interpretar de manera apropiada bases de datos macroeconómicas para posteriormente elaborar documentos de trabajo y presentaciones, así como la posibilidad de comprender las necesidades de los clientes para brindarles el producto apropiado a un precio competitivo y proyectar las unidades vendidas y la ganancia obtenida por las mismas al cierre de cada trimestre. Los valiosos conocimientos adquiridos y su dedicación al momento de desempeñar sus labores lo han llevado a ser reconocido en diferentes oportunidades.

El departamento de Cajamarca enfrenta un nivel de pobreza monetaria entre 37.4% a 46.3%, cifras que lo convierten en el departamento más pobre del Perú en 2018. La población en situación de pobreza presenta características particulares que condicionan su óptimo desarrollo personal y profesional. Esta condición no se podrá revertir en un corto plazo, sin embargo, se puede emplear la metodología Design Thinking, que permite desarrollar soluciones innovadoras centradas en el usuario afectado por el problema. Se plantearon cuatro alternativas de solución y se analizó su nivel de impacto y el nivel de costo / esfuerzo requerido para poder llevarlas a cabo. Las tres primeras alternativas de solución contemplaban impactos medios/altos, sin embargo, solo satisfacían una de las necesidades del público objetivo o requerían mucho esfuerzo y dinero. Lamentablemente se ha demostrado históricamente que las autoridades regionales no ejecutan el presupuesto asignado en infraestructura, salud, educación o alimentación, pilares bases que benefician a la población. Se especula que caen en la corrupción.

Se seleccionó la cuarta alternativa de solución para ser implementada, pues se había comprobado que las principales empresas exportadoras de café están dispuestas a contribuir con el bienestar económico y social de sus principales proveedores, los caficultores. Sin embargo, también sería necesaria la alianza con socios estratégicos para llevar a cabo este proyecto que presenta cuatro actividades principales cuya organización y desarrollo estará a cargo de una organización sin fines de lucro. Estas actividades benefician al caficultor y a su

familia en diferentes ámbitos, pues propone: reducir el nivel de desnutrición, incrementar la productividad del cultivo de café, formar jóvenes mejor preparados con una sólida educación básica y desarrollar mujeres emprendedoras capaces de generar ingresos para el hogar de manera independiente. Este proyecto beneficiaría a las empresas exportadoras de café ya que se produciría café de mejor calidad y en mayor cantidad que será exportado, generando mayores ingresos para las mismas y también originará buen relacionamiento entre estas empresas y los caficultores evitando futuros conflictos que puedan perjudicar la exportación de esta materia. También beneficiaría a los caficultores y sus familias, quienes podrían generar entre otros beneficios mayores ingresos y aspirar en un futuro a salir de la condición de pobreza en la que viven.

Para validar si la alternativa seleccionada es una opción viable, se mencionó el caso de éxito de responsabilidad social de la compañía minera Gold Fields La Cima. Esta compañía ha ejecutado proyectos en ámbitos de: educación, empleo, infraestructura, salud y saneamiento que han beneficiado a las comunidades aledañas al centro de operación de minera Gold Fields, es por ello que, si las empresas exportadoras de café replican este caso ejemplar, podrán proporcionar un adecuado desarrollo económico y social en los pobladores que habitan en San Ignacio y así, lograr la reducción de la pobreza en esta provincia y por ende, en la región Cajamarca.



Referencias Bibliográficas

PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura (2019). *Nuestra escuela*. Recuperado de: <https://pad.edu/nuestra-escuela/>

Lenovo (2019). *Sobre Lenovo*. Recuperado de: <https://www.lenovo.com/pe/es/about?orgRef=%2F%2Fwww.google.com%2F>

Gestión (2019). *Pobreza en Cajamarca es diez veces mayor a la que existe en Ica y Cajamarca*. Recuperado de: <https://gestion.pe/peru/pobreza-cajamarca-diez-veces-mayor-existe-ica-madre-dios-263819-noticia/>.

Perú 21 (2019). *Cajamarca continúa siendo la región más pobre del país*. Recuperado de: <https://peru21.pe/politica/cajamarca-continua-siendo-region-pobre-pais-472145-noticia/>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019). *Pobreza monetaria disminuyó en 1.2 puntos porcentuales durante el año 2018*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/pobreza-monetaria-disminuyo-en-1-2-puntos-porcentuales-durante-el-ano-2018-11492/>

Peru 21 (2019). *Cajamarca es la región más pobre, pero con más potencial minero*. Recuperado de: <https://peru21.pe/peru/cajamarca-region-pobre-potencial-minero-405353-noticia/>

Banco Central de Reserva del Perú (2018). *Caracterización del Departamento de Cajamarca*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/cajamarca-caracterizacion.pdf>.

La República (2018). *Cajamarca se posiciona como principal exportador de café*. Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/1306566-cajamarca-posiciona-principal-exportador-cafe/>

Ministerio de Agricultura y Riego (2019). *Exponen Programa Nacional del Café en Cajamarca*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/25472-exponen-programa-nacional-del-cafe-en-cajamarca>

Instituto Peruano de Economía (2018). *Agro de Cajamarca es el segundo menos productivo del Perú*. Recuperado de: <https://www.ipe.org.pe/portal/agro-de-cajamarca-es-el-segundo-menos-productivo-del-peru/>.

Instituto Peruano de Economía (2019). *Huánuco, Cajamarca y Huancavelica: Las regiones más pobres y menos competitivas*. Recuperado de: <https://www.ipe.org.pe/portal/huanuco-cajamarca-y-huancavelica-las-regiones-mas-pobres-y-menos-competitivas/>

Instituto Peruano de Economía (2019). *Índice de Competitividad Regional*. Recuperado de: https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2019_FINAL.pdf

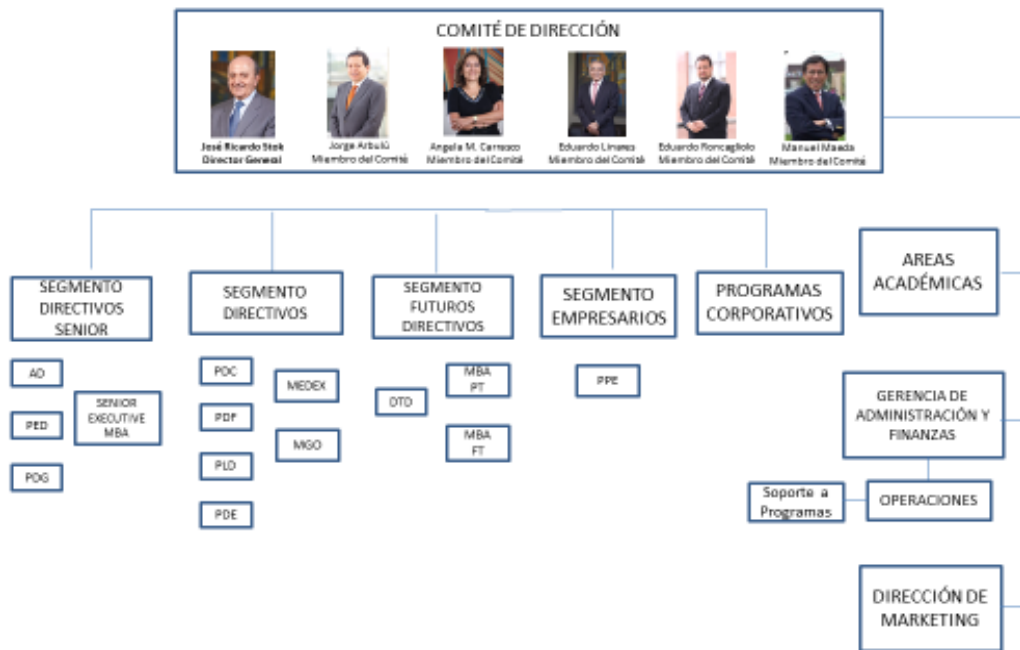
COINCA S.A.C. (2019). *Mercado a Mercado*. Recuperado de: <https://es.coinca.com.pe/aboutus/branchoffices>.

Gold Fields (2019). *Estrategia de Valor Compartido*. Recuperado de:
<https://www.goldfields.com.pe/estrategia-de-valor-compartido.html>



Anexos

Anexo1: Organigrama del PAD- Escuela de Dirección de la Universidad de Piura



© 2018 PAD – Escuela de Dirección

Fuente: PAD- Escuela de Dirección de la Universidad de Piura



Anexo 2: Constancia de trabajo PAD – Escuela de Dirección



Lima, 21 de agosto de 2019

CERTIFICADO DE TRABAJO

La Universidad de Piura con RUC 20172627421, por medio de la presente deja constancia de que la Srta. Fadia Salwa Yapur Pazos laboró en nuestra Institución como Asistente Académico del Área de Economía del PAD – Escuela de Dirección, desde el 21 de agosto de 2015 hasta el 17 de abril de 2018, desempeñando con responsabilidad, puntualidad, diligencia y de acuerdo a las exigencias de la institución las tareas asignadas

Emitimos el correspondiente certificado a solicitud del interesado para los fines que crea convenientes.

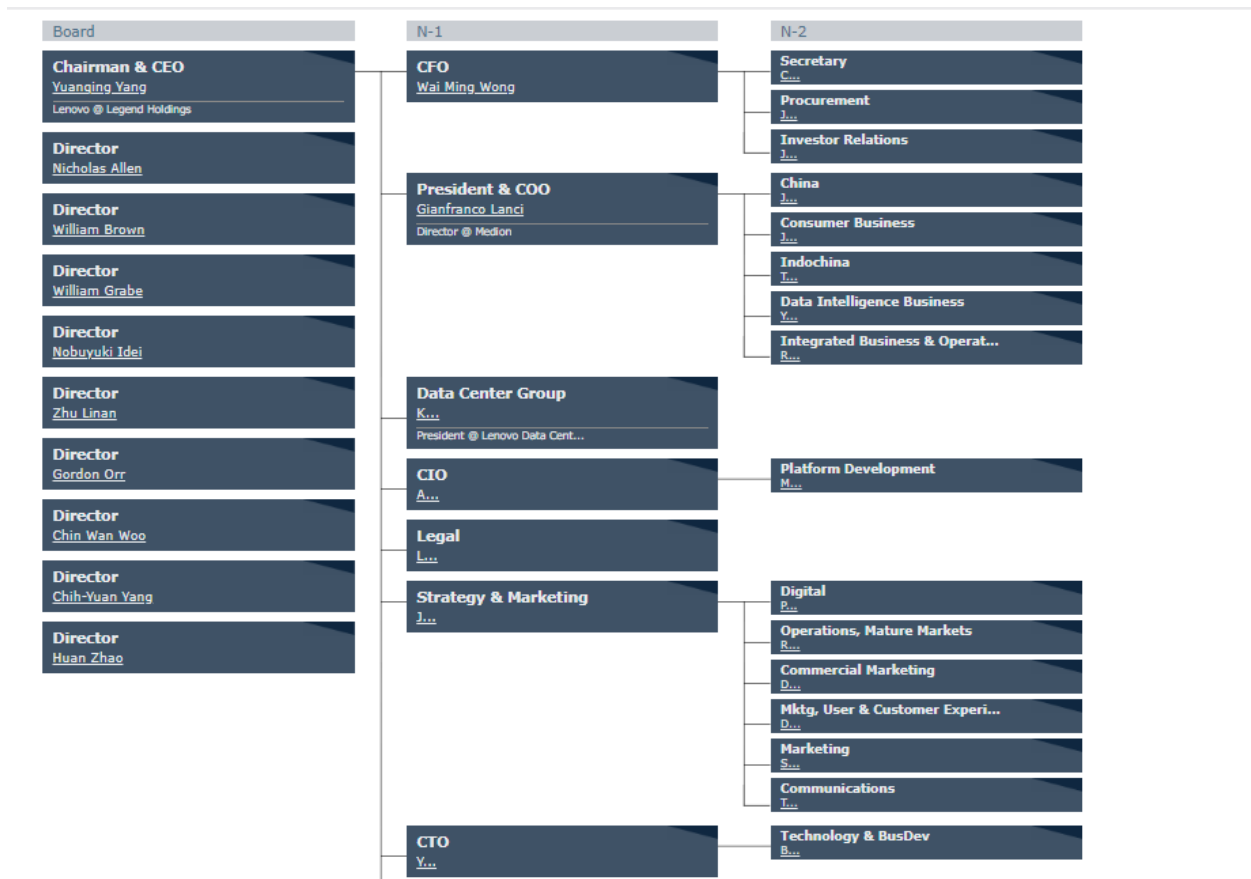
Sin otro particular, quedamos de ustedes.

Atentamente,


Luis Rivera Castilla
Área de Gestión Humana
PAD – Escuela de Dirección
Universidad de Piura

Fuente: PAD – Escuela de Dirección de la Universidad de Piura.

Anexo 3: Organigrama de Lenovo



Fuente: Lenovo



Anexo 4: Constancia de trabajo Lenovo Perú

Lenovo.com/pe

Calle Dionisio Derteano 144
Piso 16, San Isidro, Lima, Perú

Lima, 26 de Agosto de 2019



A quien pueda interesar.

Presente. -

Estimados Señores:

Por medio de la presente hacemos constar que la siguiente persona es empleado de **Lenovo (Asia Pacific) Limited Sucursal del Peru** y sus datos personales son los presentados a continuación:

Nombre y Apellidos:	Fadia Yapur
Documento de Identidad:	74043807
Fecha de Ingreso:	18/04/2018
Posición Actual:	Inside Sales Specialist
Ingreso Bruto Mensual:	PEN 4,800.00

Se expide a petición de la parte interesada y la misma no representa ninguna obligación explícita o implícita para **Lenovo (Asia Pacific) Limited Sucursal del Peru** o sus afiliados.

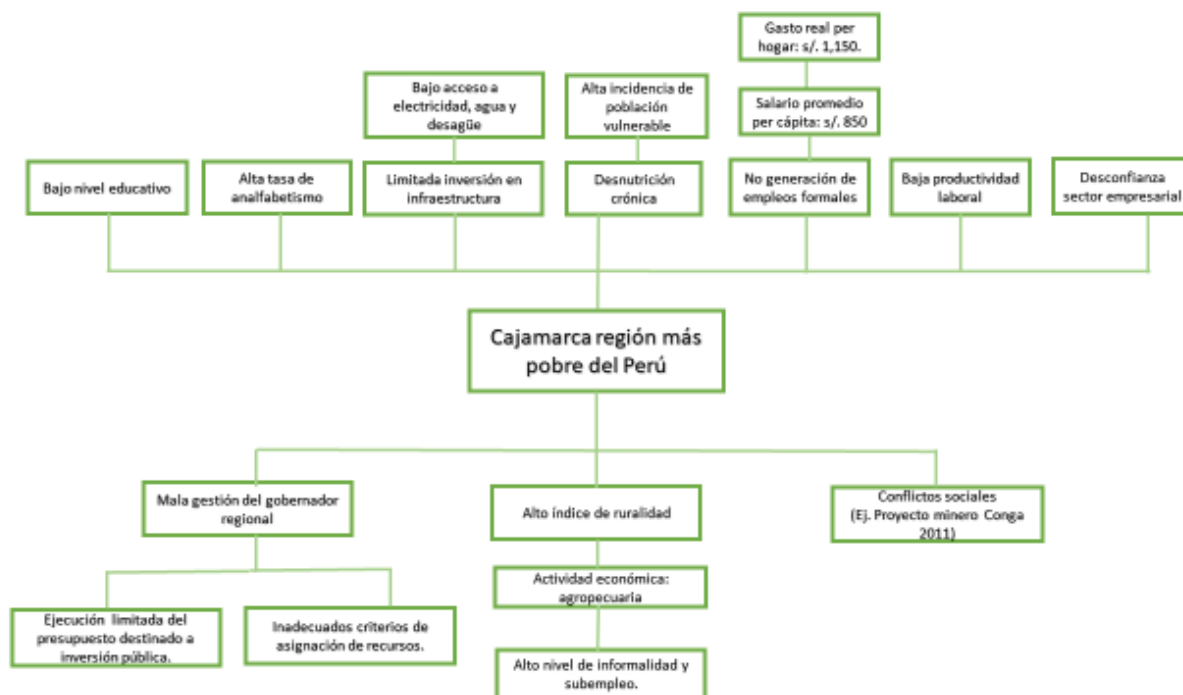
Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Valeria Abanto Valladares", is written over a horizontal line.

Valeria Abanto Valladares
HR Business Partner

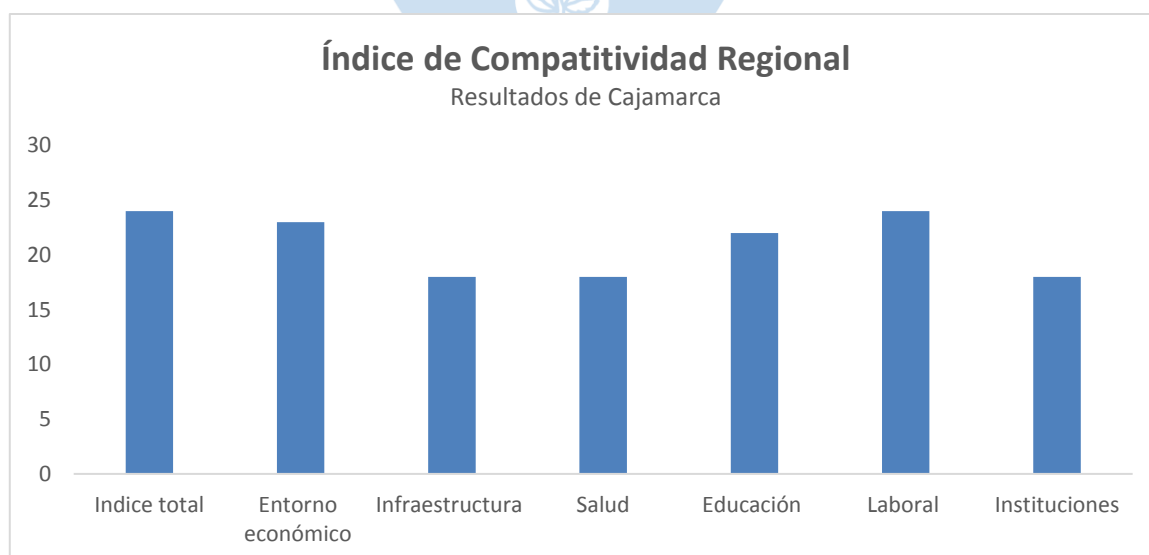
Apéndices

Apéndice 1: Árbol del Problema



Fuente: Elaboración Propia

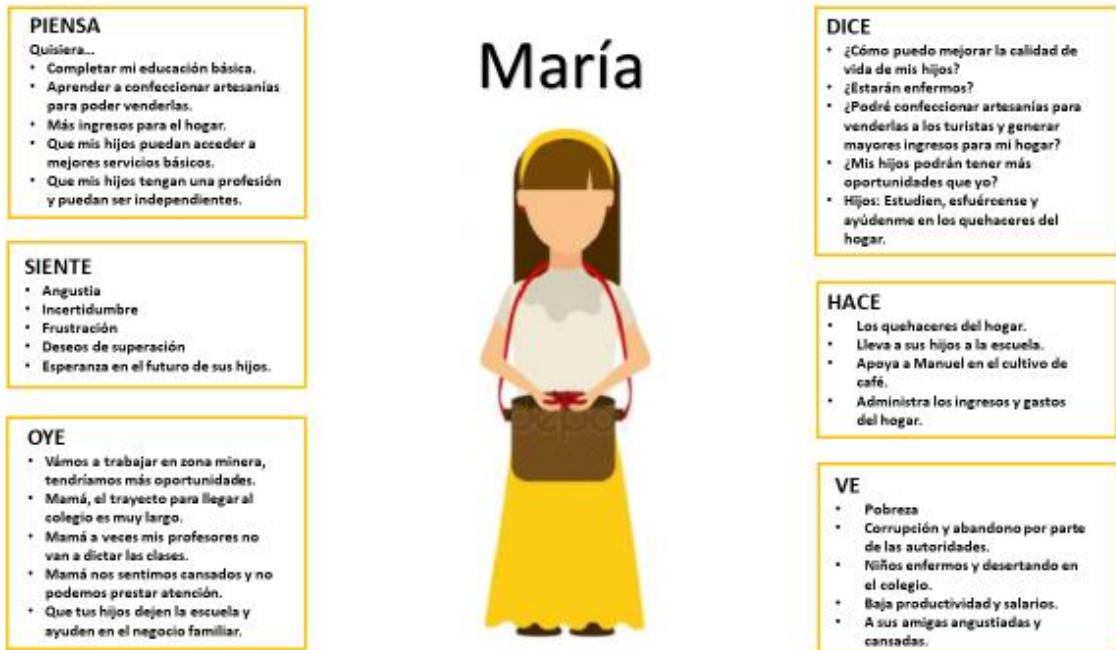
Apéndice 2: Resultados de la región Cajamarca en el Índice de Competitividad Regional



Puesto (de 25)

Fuente: Instituto Peruano de Economía

Apéndice 3: Mapa de Empatía



Fuente: Elaboración Propia



Apéndice 4: Customer Journey



Fuente: Elaboración Propia

