

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
“ESTRATEGIAS PARA REDUCIR LA MORA Y DISMINUCION DE RECLAMOS
EMPRESA SETAR TARIJA-CERCADO”
POR: BENITEZ DONAIRE NILA MABEL
ROMERO ALARCON YESSICA
DOCENTE GUÍA: LIC. ARAOZ MONTOYA LUIS

27 de octubre 2020

Tarija – Bolivia

DEDICATORIA

A mis padres, que son mi pilar fundamental y apoyo en mi formación académica, por la confianza que pusieron en nosotras y los valores que nos enseñaron de niñas, que nos enseñó que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se aprende por sí mismo, incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez, a mi compañera de tesis por haber sido perseverante en el desarrollo del trabajo y lograr juntas una de las metas anheladas en la vida.

ÍNDICE

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Pensamiento	
Resumen Ejecutivo	
	Página
1. ANTECEDENTES	1
2. JUSTIFICACIÓN	1
2.1. Justificación Teórica.....	1
2.2. Justificación Práctica.....	2
2.3. Justificación Social.....	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3.1. Descripción del Problema.....	3
3.2. Formulación del Problema.....	3
4. HIPÓTESIS	4
4.1. Variables.....	4
5. OBJETIVOS	4
5.1. Objetivo General.....	4
5.2. Objetivos Específicos.....	4
6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	4
6.1. Tipos de Investigación.....	4
6.2. Técnicas de Investigación a ser Aplicadas.....	5
6.2.1. Entrevista.....	5
6.2.2. Observación.....	5
6.2.3. Encuesta.....	5
6.3. Fuentes de Información.....	6

6.3.1.	Información Primaria	6
6.3.2.	Información Secundaria	6
7.	ALCANCE.....	6
7.1.	Alcance Espacial.....	6
7.2.	Alcance Temporal.....	6
8.	DEFINICIÓN DE MOROSIDAD	7
8.1.	Tipos de deudores morosos	7
8.2.	Efectos de la morosidad.....	8
8.3.	La importancia de cobrar puntualmente las facturas	9
8.4.	Medidas para prevenir la morosidad.....	9
8.5.	Técnicas de cobranza.....	10
8.6.	El proceso de cobranza	12
8.7.	Estrategias de cobranza.....	12
8.8.	Políticas de cobranza	12
8.9.	Formas de combatir la morosidad	13
8.10.	Mantén tus finanzas organizadas	14
8.11.	Estrategias para prevenir la morosidad.....	14
8.12.	Formas de pagos	14
9.	ATENCIÓN AL CLIENTE	15
9.1.	Definición de atención al cliente	15
9.2.	Plataformas virtuales	16
9.3.	Fidelización del cliente.....	17
10.	ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE	18
10.1.	Ambiente Político Legal	18
10.1.1.	La autoridad de fiscalización y control de electricidad “AE”	20

10.2.	Ambiente económico	20
10.2.1.	Producto Interno Bruto en Bolivia	20
10.2.2.	Producto interno bruto de Tarija	21
10.2.3.	Las empresas en Tarija	22
10.2.4.	Tasa de desempleo en Tarija	23
10.2.5.	Ambiente tecnológico	24
10.2.6.	Redes sociales	24
10.3.	Ambiente ecológico	25
10.4.	Ambiente Social	26
10.5.	Ambiente demográfico	26
11.	ANÁLISIS DE MICRO ENTORNO.....	27
11.1.	Análisis interno de la empresa SETAR	27
11.2.	Objetivos Estratégicos	28
11.3.	Estructura jerárquica de SETAR	28
11.4.	Proveedores	30
11.4.1.	Empresa Nacional de electricidad “ENDE”	30
11.4.2.	Sistema interconectado Nacional “SIN”	30
11.4.3.	Plantas hidroeléctricas	30
11.4.4.	Planta termoeléctrica del Sur.....	31
11.4.5.	Canales de distribución	33
11.4.6.	Clientes.....	34
11.5.	Comparación del crecimiento de morosidad en la empresa SETAR.....	37
12.	ANÁLISIS FODA	38
13.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	39
13.1.	Objetivos específicos de la investigación de mercado.....	39

13.2.	Diseño de la investigación.....	39
13.3.	Técnica e instrumentos de investigación.....	39
13.4.	Población y muestra.....	40
13.4.1.	Población.....	40
13.4.2.	Determinación de la muestra.....	40
13.4.3.	Diseño de la encuesta.....	41
13.4.4.	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	41
14.	ANÁLISIS UNIVARIADO	41
15.	ANÁLISIS BIVARIADO	56
15.1.	Comparando los resultados de las preguntas 2 y 3.....	56
15.2.	Comparación entre los resultados de las preguntas 13 y 14.....	57
15.3.	Comparación entre los resultados de las preguntas 15 y 16.....	57
16.	ESTRATEGIA DE CONTROL Y RECUPERACIÓN DE MORA.....	58
16.1.	Objetivo.....	58
16.2.	Problema.....	58
16.3.	Meta.....	58
16.4.	Estrategia.....	58
16.5.	Política.....	58
16.6.	Táctica.....	59
16.7.	Actividades.....	59
16.8.	Resultados.....	59
17.	MEJORAMIENTO DE LA PÁGINA WEB	59
17.1.	Control de atención al cliente.....	59
17.2.	Pagos del servicio a través de tarjeta de crédito y debito.....	59
17.3.	Consultas sobre deudas pendientes.....	60

17.4.	Control de facturación del medidor	60
17.5.	Dar a conocer la página Web con la que cuenta la empresa SETAR	60
17.6.	WhatsApp Business	62
17.7.	Anuncio publicitario del manejo de la pagina web de SETAR	62
17.8.	Facebook SETAR	63
17.9.	Convenio con instituciones financieras	63
17.10.	Reservación para la atención al cliente (evitar las filas)	65
17.11.	Reforzar los procedimientos de cobranza	66
17.12.	Segmentar la cartera deudora como normal, morosa y pesada	67
17.13.	Implementar la Comunicación en el Cliente	67
17.14.	Conoce la tecnología que tus clientes utilizan.....	67
17.15.	Dar opciones de pago	67
17.16.	Dar seguimiento.	67
17.17.	Clasificar a los clientes después de la pandemia COVID-19	68
10.18.	Políticas motivacionales en la empresa SETAR	68
18.	PRESUPUESTO	71
CONCLUSIONES		
RECOMENDACIONES		
BIBLIOGRAFÍA		
WEBGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Número de hogares en el departamento de Tarija 2016 – 2018 (en Miles)	26
Tabla 2. Hogares por tipo de viviendas en el departamento de Tarija 2016-2018.....	27
Tabla 3. Clientes de la empresa SETAR.....	35
Tabla 4.Usuarios de la ciudad de Tarija año 2019	36
Tabla 5.Reporte de clientes morosos en la empresa SETAR año 2019	37
Tabla 6.Comparación del crecimiento de la mora	37
Tabla 7.Análisis FODA.....	38
Tabla 8.Resumen de usuarios que se encuentran en mora año 2019	40
Tabla 9.Sexo del entrevistado	41
Tabla 10.Categoría a la que pertenece	42
Tabla 11.Cantidad de reclamos.....	43
Tabla 12.Tipo de reclamos.....	44
Tabla 13. Mejoramiento del servicio eléctrico.....	45
Tabla 14.Calificación de los atributos del servicio	46
Tabla 15.Cantidad de medidores.....	47
Tabla 16.Tipo de medidor.....	48
Tabla 17. Ubicación del medidor.....	49
Tabla 18. Número de personas en los hogares.....	50
Tabla 19.Situación del cliente.....	51
Tabla 20.Cancelación de la factura.....	52
Tabla 21. Cuál es la causa para no cancelar sus facturas a tiempo	53
Tabla 22. Monto no cancelado.....	54
Tabla 23. Avisos de cobranza	56
Tabla 24. Entidades financieras a las que podrá acceder a la cancelación de los pagos de electricidad.....	60
Tabla 25. Presupuesto para el mejoramiento de la página web.	71
Tabla 26. Publicidad para conocer la página web con la que cuenta la empresa SETAR	71
Tabla 27. Realización de convenios con entidades financieras	71
Tabla 28. Presupuesto de reservaciones para la atención al cliente	72

Tabla 29. Procesos de cobranza	72
Tabla 30. Presupuesto para políticas motivacionales	72
Tabla 31. Presupuesto total	73

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1.Producto interno bruto - tasa de crecimiento.....	21
Figura 2. Inscripción de empresa de la gestión 2019 y 2020	22
Figura 3. Tasa de desocupación urbana de Bolivia.....	23
Figura 4. Estructura jerárquica de la empresa SETAR	28
Figura 5. Estructura estratégica de la empresa SETAR	29
Figura 6. Canales de distribución en la ciudad de Tarija	34
Figura 7. Crecimiento de la mora 2019-2020	37
Figura 8. Sexo del entrevistado.....	41
Figura 9. Categoría a la que pertenece	42
Figura 10. Presento algún reclamo el año 2019	43
Figura 11. Tipo de reclamo.....	44
Figura 12. Aspectos importantes para brindar una buena atención	45
Figura 13. Mejoramiento del servicio.....	46
Figura 14. Calificación de los atributos del servicio.....	47
Figura 15. Cantidad de medidores	48
Figura 16. Tipo de medidor	49
Figura 17. Ubicación del medidor.....	50
Figura 18. Número de personas en el hogar.....	51
Figura 19. Situación del cliente.....	51
Figura 20. Cancelación de sus facturas.....	53
Figura 21. Causas para no cancelar sus facturas a tiempo	54
Figura 22. Monto no cancelado	55
Figura 23. Requisitos para los planes de pago	55
Figura 24. Aviso de cobranza	56
Figura 25. Redes sociales.....	62
Figura 26. Banners	64
Figura 27. Programación para la atención al cliente	65
Figura 28. Software para el proceso de cobranza en la unidad de mora.....	66
Figura 29. Sorteos en días festivos.....	69

Figura 30. Folleto de información al cliente70