

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: EXPERIENCIA DE APLICACIÓN EN EL CAMPO
PROFESIONAL

COOPERATIVA DE SERVICIOS DE AGUA Y
ALCANTARILLADO TARIJA “COSAALT LTD.”

Catedrático: Lic. Luis Enrique Gutiérrez

Por: Jhon Cliver Illanes Miranda

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”. Como requisito para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

Diciembre de 2006
TARIJA - BOLIVIA

ÍNDICE

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

1.1.-ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	1
1.1.1.-Aspectos generales.....	1
1.1.1.1.- Aspectos Físicos de la Empresa.....	2
1.1.1.2.- Principales Objetivos de la Cooperativa.....	4
1.1.2.- Características Generales de la Empresa.....	4
1.1.2.1.- Provisión de los servicios.....	4
1.2.- LA EMPRESA EN LA ACTUALIDAD.....	8
1.2.1.- Visión.....	8
1.2.2.- Misión.....	8
1.2.2.1.-Análisis Visión y Misión.....	9
1.2.3.- Objetivos (POA) 2006 Mediano y Corto Plazo.....	11
1.2.3.1.- Objetivo General.....	11
1.2.3.2.- Objetivos Específicos:.....	11
1.2.4.- Servicios que Ofrece la Cooperativa.....	13
1.2.4.1.- Dotación de Agua Potable Domiciliaria.....	13
1.2.4.2.- Servicio de Alcantarillado Sanitario.....	14
1.2.4.3.- Forma de Cancelación del Servicio.....	14
1.3.- ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	15
1.3.1.- Niveles de Decisión y de Autoridad.....	16
1.3.1.1.- Nivel Directivo (Nivel de Decisión Superior).....	16
1.3.1.2.- Nivel Ejecutivo (Nivel ejecutivo-técnico operativo).....	16
1.3.1.3.- Nivel Operativo (Nivel Administrativo y Técnico Especializado)....	17
1.3.2.- Distribución del Personal por Área	17
1.3.3.- Organigrama de la Coop. De Serv. de Agua y Alcantarillado	17

CAPÍTULO II: INTRODUCCIÓN AL ÁREA ESPECÍFICA

2.1.-INTRODUCCIÓN.....	18
2.2.- DESCRIPCIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA COOPERATIVA.	18
2.2.1.-Descripción Gerencia Comercial.....	18
2.2.1.1.- Atribuciones Básicas de la Gerencia Comercial:.....	18
2.2.1.2.- Actividades, Funciones y Tareas que Realiza la Gerencia:.....	19
2.2.1.3.-Políticas a Implementar a Partir del 2006:.....	19
2.2.1.4.- Objetivos de la Gestión Empresarial.....	20
2.2.2.-Descripción d el Departamento en Coordinación, Atención al Cliente...	22
2.2.2.1.- Atribuciones Básicas de la Departamento:.....	23
2.2.2.2.- Actividades, funciones y Tareas que Realiza el Departamento:.....	23
2.2.2.3.- Objetivos Actuales del Departamento.....	23
2.2.2.4.- Descripción del Serv. Brindado por el Depto. Atención al Cliente.	24
2.2.2.4.1.- Atención Vía Teléfono y Personal.....	24
2.2.2.4.2.- Otras Actividades.....	25
2.2.3.-Descripción del Departamento Facturación, Cobranzas y Medición.....	25
2.2.3.1.- Atribuciones Básicas de la Departamento.....	26
2.2.3.2.- Actividades, funciones y Tareas que Realiza el Departamento.....	26
2.2.3.3.- Objetivos Actuales del Departamento.....	26

SEGUNDA PARTE: DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

CAPITULO III: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA

3.1.- DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN LA EMPRESA.....	27
3.1.1.- Actividades preparatorias.....	27
3.1.2.- Actividades Rutinarias en Gerencia y Departamentos.....	28
3.1.3.- Descripción de actividades realizadas más relevantes.....	29
3.1.3.1.- Encargado de la recopilación de información de los departamentos	29
3.1.3.2.- Encargado de la Atención al Cliente 2 veces a la semana	32
3.1.3.3.- Elaboración de folletos informativos.....	33
3.1.3.4.- Participación en la coordinación de Feria Exposur.....	33
3.1.2.- Actividades Propositivas.....	34

TERCERA PARTE: ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES

CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1.- INTRODUCCIÓN.....	35
4.2.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	37
4.2.1.- Objetivo general de la investigación de mercado.....	37
4.2.2.- Objetivos específicos.....	38
4.3.- METODOLOGÍA.....	38
4.3.1.- Diseño de investigación exploratoria.....	39
4.3.2.- Diseño de investigación concluyente.....	39
4.3.3.- Diseño de la investigación descriptiva.....	40
4.4.- FUENTES DE INFORMACIÓN.....	41
4.4.1.- Primarios	42
4.4.2.- Secundarios.....	42
4.5.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	43
4.5.1.- Investigación Exploratoria.....	43
4.5.2.- Investigación Descriptiva	46
4.5.2.1.- Proceso de diseño de la muestra.....	46
4.5.2.1.1.- Definición de la población meta.....	47

4.5.2.1.2 Marco de la muestra.....	48
4.5.2.1.3.-Técnicas de muestreo a emplear	48
4.5.2.1.4.- Determinación del tamaño de la muestra	48
4.5.2.1.5.- Ejecución del proceso del muestreo.....	50
4.6.- PREPARACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	51
4.7.- INFORME FINAL DE AL INVESTIGACIÓN.....	81
4.7.1.- CONCLUSIÓN DE RESULTADOS.....	82
MATRIZ FODA Cooperativa de Agua y Alcantarillado Tarija COSAALT.....	84
CONCLUSIONES.....	87
RECOMENDACIONES.....	90
ANEXOS.....	92.