

Con el proceso de descentralización iniciado en Venezuela en 1989, el gobierno central, que tradicionalmente había tenido una intervención directa en la producción y gestión de los servicios públicos, cambia su política dentro de un intento de redefinición de su papel en la sociedad venezolana, tendiente a la transformación económica del país, mediante la reestructuración de aquellas actividades que se mantenían en manos del Estado. En materia de servicios públicos, la política intenta, no sólo eliminar las empresas del Estado, sino realizar una transferencia hacia las regiones y las localidades, de servicios manejados por el gobierno central, igualmente de transferencias al sector privado, de servicios tradicionalmente manejados por el Estado. Este paso significativo tenía como objetivo, además de la transferencia de competencia desde el poder central a las regiones y municipios, la introducción de cambios en el financiamiento de los servicios que hasta esa fecha se habían mantenido a cargo del presupuesto nacional.

A partir de entonces, muchas empresas, públicas y privadas, manejan los servicios públicos con una perspectiva distinta a la presentada con anterioridad.

EL SERVICIO DE AGUA Y SANEAMIENTO

C.A. Hidrológica Venezolana (Hidroven)

En el servicio de agua potable y saneamiento, el proceso de reestructuración y descentralización iniciado por el Estado, dio origen en 1991, a la sustitución del Instituto Nacional de Obras Sanitarias (INOS), por una empresa matriz (Hidroven) y diez filiales regionales (Hidrológicas regionales).

Misión

La C. A. Hidrológica Venezolana (Hidroven), tiene como misión, asesorar, dictar políticas, lineamientos y normas y desarrollar acciones dirigidas a mejorar la capacidad de gestión de las organizaciones prestadoras de servicios de acueductos y aguas servidas, mejorar la calidad de los servicios de agua potable y de aguas servidas e incrementar la co-

bertura del servicio para que toda la población tenga acceso. A este fin, la empresa formuló un Plan de Ajuste basado en "el cumplimiento de metas de cobertura bajo esquemas sustentables financieramente, que permitan a su vez prestar un servicio eficiente y a precios razonables, preservando el principio de equidad social, todo ello en el marco de la nueva realidad económica nacional" (Memorias Marrn, 1996:126).

Estrategias

Las estrategias de la empresa son las siguientes:

- Alcanzar el impulso necesario en el proceso de reestructuración, para lograr la vinculación de las comunidades y sus representantes en la prestación del servicio.
- La rehabilitación de los sistemas.
- La recuperación financiera de las empresas filiales.

Política

La política tiene los siguientes fines:

1. Profundizar en el proceso de descentralización del servi-

cio. Esta política consiste en “transferir a las entidades locales actividades y servicios que por su naturaleza y de acuerdo con el ordenamiento jurídico, no corresponden a la administración pública nacional” (127).

2. Reorientar los recursos financieros.

3. Mejorar la capacidad institucional de las empresas responsables del sector. Esta política está enmarcada en los criterios de reforma y modernización del Estado contemplados en el Programa de Estabilización y Recuperación Económica, el cual busca elevar la eficiencia, eficacia, calidad y cobertura en la prestación de los servicios, sincronizando los costos con criterios de equidad social.

Las empresas hidrológicas filiales de Hidroven

Misión

Las hidrológicas tienen como misión fundamental garantizar la recolección, el tratamiento, la distribución y disposición del agua potable y las aguas servidas a las poblaciones respectivas. Planificar,

mantener, supervisar permanentemente las instalaciones y redes de distribución de agua, en cada uno de las regiones. Implementar una tarifa racional acorde para cubrir los costos de operación y mantenimiento de los sistemas y garantizar su continuidad.

Objetivos

El objetivo fundamental de las Hidrológicas Regionales es la administración, operación, mantenimiento, ampliación y reconstrucción de los sistemas de distribución de agua potable y de los sistemas de recolección, tratamiento y disposición de las aguas servidas. Además:

- Prestar un servicio de abastecimiento de agua y saneamiento de calidad y continuidad adecuados.
- Consolidar la modernización tecnológica y operacional de las empresas.
- Fortalecer las empresas prestadoras del servicio, disminuyendo la vulnerabilidad de los sistemas, formalizando la prestación del servicio en las áreas de bajos ingresos.

- Optimizar los recursos disponibles para obtener la rentabilidad esperada y, por ende, tender al autofinanciamiento.

Estrategias

Sus estrategias están orientadas hacia el ámbito externo, entre ellas se encuentran:

Consolidar las relaciones con las gobernaciones, alcaldías y municipios, con el objeto de lograr la transferencia del servicio de agua potable y saneamiento bajo cualquier modalidad de gestión, cumpliendo así con el proceso de descentralización.

Lograr la participación comunitaria para la búsqueda de soluciones a los problemas del sector agua potable y saneamiento y reducir el porcentaje de agua no contabilizada.

Para llevar a cabo su misión, las Hidrológicas desarrollan los siguientes programas: Información, promoción y difusión, Monitoreo radial, Programa educativo “mi amiga el agua”, Participación comunitaria, Reducción del agua no contabilizable, Atención integral al usuario y de recuperación de clientes.

Gestión del servicio

1. Incrementar el volumen de agua potable entregada a los usuarios.

2. Establecer convenios con las alcaldías para extender racionalmente las redes, a cambio de una garantía de pago de una tarifa adecuada por parte del usuario.

3. Contratar los servicios operativos a empresas operadoras, en lo posible locales.

4. Realizar a través del Ejecutivo Nacional, las gestiones necesarias ante los organismos multi y bilaterales para lograr los fondos necesarios para la ejecución de proyectos para mejorar las condiciones financieras y operacionales de las empresas hidrológicas.

5. Promover la transferencia tecnológica y

6. Establecer contratos de asistencia técnica con empresas locales de consultoría.

Número de empresas hidrológicas

Las empresas hidrológicas regionales, en número de diez

empresas filiales de Hidroven, prestan servicios en las siguientes regiones del país:

C.A. Hidrológica de la Cordillera Andina (Hidroandes) presta servicios a los estados Barinas, Mérida y Trujillo.

C.A. Hidrológica de la Región Capital (Hidrocapital) presta servicio al Municipio Libertador y a los estados Miranda y Vargas.

C.A. Hidrológica del Caribe (Hidrocaribe) presta servicio a los estados Anzoátegui, Nueva Esparta, Monagas y Sucre.

C.A. Hidrológica del Centro (Hidrocentro) presta servicios a los estados Aragua, Carabobo y Cojedes.

C.A. Hidrológica de los Médanos Falconianos (Hidrofalcón) opera en el estado Falcón.

C.A. Hidrológica del Lago de Maracaibo (Hidrolago) opera en el estado Zulia.

C.A. Hidrológica de los Llanos (Hidrollanos) opera en el estado Apure.

C.A. Hidrológica de Occidente (Hidroccidental) presta servicio a los estados Lara, Portuguesa y Yaracuy.

C.A. Hidrológica Páez (Hidropáez) presta servicio en el estado Guárico.

C.A. Hidrológica de la Región Suroeste (Hidrosuroeste) presta servicio al estado Táchira y al municipio Ezequiel Zamora del estado Barinas.

En el estado Bolívar, el suministro de agua potable y la disposición de aguas servidas son prestados por la Corporación Venezolana de Guayana a través de la empresa Obras Sanitarias de Guayana (GOS), corporación que asume todos los servicios públicos del estado Bolívar con excepción del aseo urbano y domiciliario que, en mayo de 1995, fue transferido a la municipalidad de Caroní.

C.A. Hidrológica de la Región Capital (Hidrocapital).

Misión

Operar, mantener, rehabilitar y ampliar los acueductos que están bajo su responsabilidad

con la finalidad de prestar a los clientes un servicio de agua potable de la más alta calidad mediante el cobro de tarifas justas.

Visión

Hacer de Hidrocapital una empresa autónoma, financiera y operativamente responsable ante sus clientes y el poder municipal en la calidad y eficiencia del servicio que presta.

Los valores

Honestidad
Cultura de servicio
Dedicación al trabajo
Excelencia
Trabajo en equipo

La fuerza laboral

1.523 trabajadores repartidos así:

Hidrocapital, 14%
Producción, 18%
Tratamiento, 7%
Distribución, 28%
Servicios y vigilancia, 7%
Aguas servidas, 3%
Comercialización, 9%
Mantenimiento menor, 9%
Mantenimiento mayor 5%

Fuentes: Ministerio del Ambiente y de los Recursos Natu-

rales Renovables (Marnr). «Memoria y Cuenta» años 1996 y 1997. Hidrocapital. Datos 1997; Hidroven, Gestión de un recurso vital, Caracas, 1997; *Hidronotas*, N° 173, Año IV, 31 de octubre de 1997, Caracas. Hidrollanos, *Fuente Hídrica*, Año 1, N° 2, 28 de febrero de 1997 y N° 4, 30 de abril de 1997, edición especial. San Fernando de Apure; Hidroandes, *El Hidroandino*, Año II N°7, 23 de junio de 1995, Mérida; Hidrolago, ¿Qué es Hidrolago? s/f. Maracaibo. Hidrocentro, *La Gota Amiga*, Año IV, N° 13 s/f. Hidrofalcón, *Visión Interna*, Año , N° 8, Septiembre 1997. *Hidrocaribe*, N° 16 julio-agosto-septiembre 1997, Puerto La Cruz.

EL SERVICIO ELÉCTRICO

C. A. La Electricidad de Caracas

C.A. La Electricidad de Caracas es la empresa que surge al área metropolitana de Caracas y, por ende, se presenta como una de las principales empresas de electricidad del país, que forma parte del sistema interconectado de electricidad a nivel nacional. A partir de la publicación de su Memoria 1997 se explicita su misión, visión, así como principios y valores como empresa prestataria de servicios.

Misión

Se plantea como misión proveer el mejor servicio eléctrico con el compromiso de responder las expectativas de sus clientes, trabajadores y accionistas, contribuyendo así a elevar la calidad de vida de la sociedad venezolana.

Visión

Se aspira que la C.A. La Electricidad de Caracas sea una empresa reconocida nacional e internacionalmente como líder innovador en sus procesos gerenciales, proveedora de servicio eléctrico de alta cali-

dad, con personal y tecnología excelentes, financieramente sólida, y factor fundamental del sector privado venezolano.

Se pretende que el desempeño de la empresa sea a un nivel tal que: los clientes consideren un servicio eléctrico excelente a un precio equitativo; los trabajadores identifiquen a la empresa como el mejor sitio de trabajo y se sientan parte integral de ella; los accionistas reconozcan que están competitivamente retribuidos; los proveedores se encuentren satisfechos de trabajar con la empresa; los entes reguladores observen que se cumplen a cabalidad los compromisos; los interlocutores en los grupos de opinión mantengan con la empresa una relación armoniosa.

Principios y valores

C.A. La Electricidad de Caracas ha elegido construir el futuro sobre la base siguiente: Honestidad e integridad en su conducta, de quienes la integran individualmente, así como empresa en su conjunto; confianza, respeto, lealtad e igualdad en sus relaciones humanas; búsqueda del bien-

estar de sus trabajadores; orientación al trabajo en equipo, al servicio y al aprendizaje proactivo; mejoramiento continuo de sus procesos gerenciales; disciplina, transparencia y seguridad en sus actuaciones; eficacia y eficiencia en la utilización de sus recursos; y conservación del medio ambiente en el cual opera.

Fuente: C.A. La Electricidad de Caracas. «Memorias 1997». Caracas, 1998.

SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES

Compañía Anónima Teléfonos de Venezuela (Cantv)

La Cantv, principal empresa de teléfonos de Venezuela, nace en 1930, a partir de un contrato de construcción y explotación de una red telefónica privada. Ésta, en un principio pequeña red, se ampliaría a través del tiempo, para constituirse, dentro de un proceso de nacionalización, que culmina en 1973, en la gran y única empresa de teléfonos de Venezuela. La empresa ha sufrido otros procesos de transformación entre los cuales se encuentra el proceso de privatización, al ser adquirida por privados el 40 por ciento de las acciones en diciembre de 1991 y el 34,8 por ciento en noviembre de 1996, presentándose a finales del siglo XX en el marco del complejo mundo de las telecomunicaciones, signado por el proceso de globalización.

En este sentido, Cantv viene desarrollando la aplicación del Plan Estratégico, el cual aspira transformar a la empresa en una organización competitiva. El Plan Estratégico compren-

de una ruta integrada, políticas para el cambio organizacional y programas prioritarios de desarrollo de la empresa. La ruta estratégica comprende procedimientos para lograr la transformación de Cantv, la cual será exitosa en la medida en que se desarrollen tres líneas de acción: la transformación de la organización, de la infraestructura y de la viabilidad regulatoria. Estas líneas de acción se plantean en el marco de una visión y misión de empresa que tiene como meta revolucionar el campo de las telecomunicaciones en Venezuela.

Visión

La Cantv pretende ser proveedor preferido de servicios integrales de telecomunicaciones de Venezuela y satisfacer plenamente las necesidades específicas de los clientes, siempre bajo exigentes patrones de ética y rentabilidad.

Misión

La Cantv aspira ser una compañía de servicios orientada hacia el cliente, responder a las necesidades de Venezuela y apoyar su desarrollo económico, incorporando las últi-

mas tecnologías y mejorando en forma continua la calidad, confiabilidad y disponibilidad del servicio de telecomunicaciones, debiendo ser percibida así por sus clientes. Para ello se plantea mantener una fuerza de trabajo productiva, competitiva y motivada, apoyada en altos niveles éticos y profesionales, así como obtener retorno óptimo sobre la inversión de sus accionistas.

Logros 1997

A partir de un proceso de transformación, durante 1997, la Cantv mostró una serie de logros, entre los cuales resaltan:

- El inicio de la transformación estructural de Cantv en Unidades de Negocio, diseñadas para satisfacer las necesidades de servicios de telecomunicaciones de los clientes en diferentes segmentos de mercado.
- El progreso en la reducción de gastos sin dejar de optimar el servicio.
- El mejoramiento de las relaciones laborales.
- El crecimiento de los ingresos, impulsado por una ex-

pansión de la base de clientes, por el incremento de las tarifas y por el lanzamiento de nuevos servicios.

- El fortalecimiento de la competitividad mediante la continua revisión de las tarifas y eliminación de subsidios.

Nuevos retos

A raíz del proceso de la apertura del mercado venezolano de telecomunicaciones a la competencia programada para noviembre del año 2000, la compañía se está preparando para triunfar en este ambiente competitivo mediante cambios radicales en la cultura corporativa, a través de tres lineamientos fundamentales:

- Atención permanente a las necesidades por segmento de clientes y a las dinámicas del mercado.
- Gerencia de recursos financieros.
- Suministro de una gama completa de servicio de telecomunicaciones a través de una confiable red de calidad mundial.

Fuentes:

LEONARD, Adolfo y FUENTES, Magaly. "El teléfono. Historia, llegada a Venezuela y la aparición de la Compañía Anónima Teléfonos de Venezuela". Mimeo, Caracas, 1989; Cantv. "Informe Anual 1996". Caracas, 1997; Cantv. "Informe Anual 1997". Caracas, 1998.

SERVICIO DE ASEO URBANO Y DOMICILIARIO

Desde el 1º de enero de 1994, el servicio de Aseo Urbano y Domiciliario, en el área metropolitana de Caracas, es realizado por empresas privadas mediante contratos de concesión otorgados por licitación pública abiertos por los municipios que integran la ciudad en 1993. Como consecuencia de este proceso, se otorgaron concesiones a empresas privadas, por un lapso de diez años, incluyendo la recaudación de tarifas. Mediante el proceso de licitación abierto en enero de 1994, las alcaldías dejaron de pagar a las empresas privadas por la prestación del servicio de aseo urbano y domiciliario, las que asumen los costos y beneficios de la prestación; en contrapartida, las alcaldías reciben ingresos por los derechos de concesión.

A continuación mencionaremos algunos datos de dos empresas que operan fundamentalmente en el área metropolitana de Caracas.

Cotécnica Inversiones

Es una empresa privada de

capital mixto, venezolano y norteamericano. En el proceso de licitación abierto por las alcaldías del área metropolitana en 1994, concursó la empresa matriz, Cotécnica, y una vez obtenida la concesión, creó dos empresas filiales: Cotécnica Chacao C.A. y Cotécnica Caracas.

A continuación presentamos la misión, visión y programas especiales que tiene dicha empresa.

Misión

Cotécnica es una empresa de servicios que nace dentro de la industria de la administración de desechos. Tiene como misión la recolección de desechos domiciliarios, comerciales e industriales y la recolección de desechos hospitalarios, la limpieza de calles y avenidas, la recolección de profilaxia animal y la limpieza de plazas y bulevares.

Visión

La empresa cuenta con los equipos de la más avanzada tecnología y en consecuencia puede asesorar en el manejo integral de los desechos. Además, tiene como misión pro-

yectar, construir y operar estaciones de transferencias, rellenos sanitarios, centros de recuperación y clasificación de residuos.

Programas especiales

La empresa desarrolla una labor orientada a la educación ambiental y a la participación ciudadana. Esta labor la realiza a través de dos programas especiales: uno, dirigido especialmente a la educación de los niños y otro a las comunidades, donde se realiza un trabajo conjunto con las juntas parroquiales y las asociaciones de vecinos, para resolver problemas particulares.

Servicios especiales

Además del barrido de calles y la recolección de desechos domiciliarios, industriales y hospitalarios, Cotécnica realiza los siguientes servicios especiales:

- Recolección de escombros, chatarras y cachivaches
- Recolección de desechos tóxicos o peligrosos
- Limpieza de quebradas
- Poda y tala de árboles
- Mantenimiento de áreas verdes
- Profilaxia vegetal

- Limpieza con ocasión de eventos especiales
- Transporte de agua a particulares.

Cotécnica Caracas C.A.

Esta empresa presta servicio a diez parroquias del municipio Libertador del área metropolitana de Caracas: Sucre, Antímano, Caricuao, Macarao, La Vega, El Paraíso, San Juan, San Agustín, El Junquito y parte de Santa Rosalía.

Recolección de basura: 1.000 toneladas por día. Fuerza laboral: 1.250 trabajadores.

Cotécnica Chacao C.A.

Esta empresa presta sus servicios al municipio Chacao del área metropolitana de Caracas. Recolección de basura: 170 toneladas por día. Fuerza laboral: 250 trabajadores.

Esta empresa presta servicios además en el municipio Iribarren de Barquisimeto, y en marzo de 1998 ganó la licitación para operar el Relleno Sanitario de La Bonanza, estado Miranda.

Fuentes:

COTÉCNICA INVERSIONES. Su garantía en saneamiento

ambiental. Gerencia de Relaciones Institucionales. Caracas, 1998. Ing. Rafael Swartz, Presidente, Conferencia a la Maestría de Planificación Urbana. Mención Política y Acción Local, 18/3/98.

Fomento de Servicios Públicos de Caracas (Fospuca)

Fospuca, Fomento de Servicios Públicos de Caracas, es una empresa privada, con capital mixto, venezolano y español. Forma parte de la empresa española FCC (Fomento de Construcciones y Contratos), de quien recibe una importante asistencia técnica basada en su experiencia de más de 90 años en el campo del aseo urbano y saneamiento ambiental.

Servicios especiales

Recolección de escombros. Realiza el servicio entregando al solicitante sacos especiales de recolección, cuyo tamaño varía según la cantidad de escombros a recoger.

Áreas Verdes. Fospuca presta el servicio de mantenimiento, poda, limpieza, desmalezamiento de áreas verdes, a través de solicitudes o contrataciones municipales.

Recolección de cachivaches. Efectuado a modo individual y a comunidades.

Jornadas especiales de limpieza, se realizan a través de

alcaldías, concejos municipales o asociaciones de vecinos, para lo cual la empresa cuenta con brigadas especiales de diez hombres cada una, apoyada por medios mecánicos.

Limpieza de pantallas, mediante una cuadrilla de obreros conocidos como escaladores, especialmente preparados para realizar trabajos en zonas de dificultad topográfica.

Fospuca hoy

Recolecta 1.500 toneladas al día Barre manualmente 1.700 kilómetros de calles.

Barre con motobarredoras 315 kilómetros de brocales.

Lavado con cisternas 400 kilómetros de calles.

Fuerza laboral: 2.000 trabajadores para servir una población de 1.700.000 habitantes.

La empresa presta servicios de barrido de calles y de recolección de basura, en el recién creado estado Vargas y en las siguientes parroquias del municipio Libertador: La Candelaria, San Bernardino, La Pastora, Catedral, El Recreo, 23 de Enero, San Pedro, Valle, Coche, San José, Altigracia y Santa Rosalía. Ade-

más del área metropolitana, la empresa presta servicios en las siguientes regiones: en el estado Miranda, presta servicio a los municipios Baruta, Carrizal, Guacaipuro y Zamora. En el estado Nueva Esparta, al municipio Santiago Mariño y en el estado Monagas, a la Alcaldía Maturín.

Otras empresas prestatarias del servicio de aseo urbano y domiciliario

Existen otras empresas prestatarias del servicio de aseo urbano y domiciliario, dentro de las cuales mencionaremos algunas de ellas:

Inversiones Sabempe presta servicios en los municipios Sucre y El Hatillo del área metropolitana de Caracas.

Alfangel presta servicios en el municipio Los Taques, estado Falcón.

Asotrave presta servicio en la ciudad de San Cristóbal Tadeo, presta servicios en el municipio Urbaneja del estado Anzoátegui, en el municipio Sucre, (Ciudad de Cumaná y en el municipio Bermúdez (Ciudad de Carúpano) del estado Sucre.

Fuentes:

FOSPUCA y COTÉCNICA.



LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA CONSEJO DE DESARROLLO CIENTÍFICO Y HUMANÍSTICO

Los frutos ciertos de la siembra

El Vicerrectorado Académico y el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, en el marco de su trigésimo quinto aniversario celebrado en el mes de mayo de 1997, han conferido por tercera vez el Botón de la Ciencia como estímulo y reconocimiento público a los profesores de la Universidad del Zulia adscritos al programa de Promoción al Investigador.

El incremento en el número de investigadores adscritos al Programa de Promoción al Investigador ha sido significativo (de 73 en 1994 a 177 en 1997) y esto es revelador de la principal política de gestión que, como organismo coordinador y promotor de esta actividades, ha desenvuelto el CONDES: la siembra de la Cultura Científica.

Se está cumpliendo la meta de elevar el nivel de nuestros profesores y de nuestras revistas científicas a través de estrategias de financiamiento de proyectos y de publicaciones.