

January 1996

Sociedad y Servicio

Dr. Mauricio Campo Vasquéz

Universidad de La Salle, Bogotá, revista_uls@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Campo Vasquéz, D. (1996). Sociedad y Servicio. Revista de la Universidad de La Salle, (22), 57-60.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Revista de la Universidad de La Salle by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Sociedad y Servicio

Dr. MAURICIO CAMPO VASQUEZ*
Especializado en Gerencia y Mercadeo
Universidad De La Salle.

El mundo en su vertiginosa carrera de cambios y transformaciones es crucial para todos, las oportunidades se presentan en tiempos frustrantemente cortos. En América Latina la crisis social, política y económica tiene raíces históricas muy profundas, hemos perdido los últimos quince años en el mejoramiento de la calidad de vida y los problemas se nos han agravado: Miseria, pobreza, violencia, injusticia social, marginamiento, enriquecimiento ilícito, drogadicción, desempleo, corrupción, concentración de la riqueza, degradación ecológica, urbanismo explosivo, guerrilla y falta de gobernabilidad.

Avanzamos al tercer milenio en la sociedad de consumo con el dinero como último fin de la existencia para algunos y ahora castigo para otros, con el desaliento y la moralidad ética, con

la violencia demencial, el juego de la paz y la guerra, el neoliberalismo segundo aire del capitalismo y muy seguramente el nuevo modelo sofisticado de colonialismo.

* Administrador de Empresas Universidad Nacional. Profesor Universitario. Asesor Empresarial.

Navegamos en la vida diaria con el desgaste de lo político, con el exoterismo, con el mercado religioso, con la crisis del individuo y la familia con la destrucción de las plantas y los animales en un marco de valores donde fácilmente convive la doble moral, (según los momentos coyunturales), la lealtad con la traición, (cuando se trata de la lucha por el poder), la verdad con la mentira, (cuando de ello depende la libertad) y la educación con la vulgaridad. (cuando nadie nos mira o conoce).

Pero sí hay pesimismo en el entendimiento debemos tener optimismo en la voluntad, una luz de fe y esperanza nos irradia a todos, seguramente hemos llegado al fondo de la problemática y estamos iniciando el regreso a la superficie evitando la caída total donde no existe retorno.

La ley, la ética, la moral, la pluralidad y los valores luchan por sobrevivir y poco a poco se recuperan con la filosofía de que el derecho triunfará sobre la fuerza.

Es la breve descripción de nuestra sociedad actual en la otra orilla el conocimiento, la tecnología, la información y el servicio serán los factores productivos de los próximos



años como valor agregado de la tierra, el capital y el trabajo. Utilizaremos el cerebro más que las manos y el éxito va a depender de tener los pies en la tierra y la mirada en el horizonte.

Conocimientos masivos van a generar nuevas actividades humanas hoy conocidas pero inexploradas: Microelectrónica, superconductibilidad, robótica, electroóptica, bioquímica, biogenética y biotecnología serán las fuentes del desarrollo y van a cambiar la vida significativamente.

Bloques, alianzas y acuerdos corporativos serán la base de la supervivencia, es difícil trabajar solos por los cambios rápidos de los ambientes y la tecnología. Las organizaciones pequeñas buscan recursos para sobrevivir y consolidarse, las grandes se esfuerzan rápidamente por hacer las cosas bien y desarrollar modelos de arquitectura organizacional que les permita integrar empresas de diferentes tecnologías para potencializar sus servicios, (que solas no podrían desarrollar), es la forma de adquirir capacidad sin masa, corporaciones virtuales espontáneas, con lo mejor de cada una para beneficio del cliente, altamente competitivas.

Ninguna organización puede convertirse en isla apartada del mundo solo con el mercado local, seguramente progresan pero tarde o

temprano no escapan a los competidores globales que serán los perros de presa.

Nuevas filosofías empresariales se consolidan para mejorar la oferta y el servicio: Alianzas estratégicas, tecnologías compartidas, excelencia integral para ofrecer al cliente la mejor en todo, confianza de unas empresas con otras, (no es fácil saber dónde comienzan y terminan las organizaciones).

Nuevos valores hacen parte de las relaciones empresariales, seleccione a los mejores socios, juegue limpio, no esconda las cartas o tenga agendas ocultas, dedique sus mejores recursos, sea leal, positivo y aporte sustancialmente a todas las relaciones, siempre recibimos igual a lo que damos y ofrecemos.

La empresa de hoy no tiene como propósito satisfacer al cliente como lo pensábamos en la década de los 80, ahora buscamos que la oferta supere las expectativas del cliente, maximize su complacencia para lograr lealtad, que es algo más que ventas repetitivas.

La valoración por el cliente como principal activo y patrimonio de la empresa, como la razón de ser de la organización y el ente que decide si

*"La ley, la ética,
la moral, la pluralidad
y los valores luchan
por sobrevivir
y poco a poco
se recuperan
con la filosofía
de que el derecho
triunfará sobre
la fuerza".*

permanecemos o morimos, requiere de un cambio profundo en la cultura de las organizaciones. Debemos pasar de la mentalidad del producto a la del servicio integral y no lo lograremos con la modificación de estructuras, procesos, publicaciones, murales o discursos.

La cultura construcción histórica de valores, manifestaciones, rituales y significados no cambia de la noche a la mañana como un acto de magia, evoluciona y se transforma cuando la organización define y comparte con todos, su visión de futuro generando sentido de dirección, cuando es crítica de si misma, cuando hay espacio para la comunicación, la información, el diálogo, las diferencias y la confrontación de la verdad, cuando el plan de desarrollo aterriza los objetivos, metas e intereses de la organización, de sus clientes internos y externos en beneficio de todos por igual.

Las organizaciones dinámicas enfocadas al rendimiento y al servicio van más allá de proteger lo que existe, porque los triunfos del pasado no garantizan la prosperidad del futuro.

El entorno cultural, político, social y económico evoluciona más rápidamente de lo que percibimos, ya no existe el presente constante donde no era necesario aprender del pasado, donde no había suficiente espacio a lo nuevo y a lo distinto, donde lo importante era mantener la realidad existente no importa si no servía, todo ese mundo de quietud quedó atrás y si pretendemos mantenerlo disecado estamos construyendo la auto-destrucción

de la organización, planteado metafóricamente, si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho, vamos a obtener lo que siempre hemos tenido.

El servicio como valor agregado es un trabajo de equipo de toda "la orquesta empresarial", que se dirige desde la cima de la organización, potencializando la calidad del producto, el precio en su relación

costo beneficio, la oportunidad de entrega y los soportes de preventa, venta y post-venta.

Los clientes no crecen silvestremente, igual que todas las personas van donde los atienden bien, donde encuentran ética en las relaciones, donde se hace siempre lo correcto, donde la palabra empeñada vale más que cualquier fianza. ♦

*"Las Organizaciones
dinámicas enfocadas
al rendimiento
y al servicio van
más allá de proteger
lo que existe,
porque los triunfos
del pasado
no garantizan
la prosperidad
del futuro".*
