

Servicio: más allá de una actitud... Un viaje al mundo interior

Ximena Campos García

RESUMEN

Algunas acciones que parecen caracterizar al servicio hoy en día son: un protocolo, un conjunto de reglas o acciones, un acto limitado a ciertos oficios particulares o, quizás, en el mundo corporativo, es aquello que se hace con el afán de parecer diferentes generado ventajas competitivas.

Pero la realidad es que “el servicio es la vocación fundamental e innata de todo ser humano”.¹ Para cada persona el servicio afecta la esencia, lo más profundo, lo básico y fundamental. Esta llamada vocación o actitud innata se hace presente especialmente en el momento en que una persona interactúa con otra; por tanto la persona es ejecutor, receptor y núcleo del servicio. Todos somos dadores y receptores de servicio.

Sigamos la ruta de este viaje al mundo interior para descubrir lo que hace posible esta actitud, iniciando por

¹ Salcedo Plazas, H. Ponencia “El servicio, vocación fundamental del hombre”, p. 13. Seminario de Servicio, 8 de abril de 2013, Universidad de La Sabana.

conocer la intimidad, mirar al otro, comunicar, servir; para terminar en la felicidad.

Palabras clave: servicio, intimidad, felicidad, vocación, industria del servicio.

SERVICE: MORE THAN AN ATTITUDE... A TRIP TO THE INNER WORLD

ABSTRACT

Some of the actions that seem to portray service today are: protocol, a set of rules or actions, an act limited to certain particular trades or, perhaps, in the corporate world, something that is done in an effort to seem different in order to generate competitive advantages.

However, the truth is that “service is the fundamental and innate vocation of every human being”, this is because service affects the essence, the core, the basic and fundamental part in every person. This call, vocation or innate attitude is present mainly when a person interacts with another, every person being therefore the executor, receiver, and the core of service; we are all both givers and receivers.

Let us follow the path of this journey into the inner world to discover what makes this attitude possible, beginning by finding intimacy, seeing the other person, communicating, serving and finally being happy.

Keywords: service, person, love, intimacy, serve.



Gráfico: Ximena Campos García

PRIMERA PARADA: CONOCER LA INTIMIDAD

Para comenzar el viaje al mundo interior es importante empezar por hablar de la intimidad de la persona, espacio donde confluyen pensamientos, afectos, deseos e intenciones que no son siempre perceptibles desde fuera, que sólo cada persona conoce, a no ser que quiera difundirlo.

La actitud de darse o donarse, propia del servicio, surge por tanto de la intimidad. Implica la decisión de abrir su mundo interior a otros con quienes coexiste o se relaciona, da paso a un establecimiento de interacciones y faculta la posibilidad de servir o de recibir un servicio.

SEGUNDA PARADA: MIRAR AL OTRO

Conociendo el “yo” de nuestra intimidad es posible reconocer la existencia de otro “yo” en las personas que me rodean. Gracias a la apertura de la intimidad del otro le conocemos, y ésta se manifiesta a través del cuerpo, la palabra y la acción, para insertarse en el mundo. El cuerpo es la condición de posibilidad de la manifestación humana para comunicarse, coexistir y donarse.²

Cuando somos capaces de entender o captar la singularidad de cada persona, sus necesidades particulares, se da inicio a la actitud de servir pues somos más asertivos en dar con justicia, amor y con el mayor aprovechamiento de quien recibe.

TERCERA PARADA: COMUNICAR LA INTIMIDAD

La persona es dueña de su intimidad, de sí misma, y por tanto de manifestarla voluntariamente. Es libre, por su capacidad de elegir, tiene el dominio de hacer de sí lo que quiere y da origen de esta forma a sus actos.

La apertura y entrega de la intimidad, ese sacar de sí para dar tal presente en el momento de servir a otro, manifiesta la capacidad de amar, característica propia del ser

² Universidad de La Sabana. Asesoría académica personalizada Cap II.

humano. Quien se guarda y no se da, libremente ha elegido no amar, no es capaz de realizar esta actividad tan alta que perfecciona al hombre.

Amar equivale a dar. Es decir, que ser persona humana significa en su sentido más alto un dar destinado a ser aceptado. Amar, por tanto, corresponde sólo a las personas y compromete su libertad: sin libertad, no se ama. Además, el amar es recíproco, nunca solitario; quien ama da, ofrece, y queda a la espera de la aceptación de la otra persona.³

CUARTA PARADA: SERVIR

La donación de la intimidad posibilita el servicio, al que antecede el amor, que no es más que servir al otro en un interés genuino por su bien, felicidad, desarrollo y ser. El servicio es un efecto directo del amor. Ahora, el hombre es capaz de añadir con su trabajo, cultura, técnica y economía, porque él es puro añadir. La persona siempre puede dar, servir, porque el dar no se agota.⁴

El hombre en realidad es un ser dinámico que se despliega en su actividad y puede decir: “Yo actúo con una finalidad. Puedo actuar para alcanzar aquello que no soy y que creo debo ser... Para crear o para destruir, para poseer o para regalar, para transformar el mundo o la sociedad. En

³ Salcedo Plazas, H. *Op. cit.*, p. 10.

⁴ Sellés, J. F., (2006), *Antropología para inconformes*, Madrid: Ed. Rialp p. 489.

todos los casos busco un objetivo, y en el servicio es satisfacer la necesidad, la expectativa del otro”.⁵

La actitud de servicio debe fundamentarse en el respeto por cada persona, consecuencia del reconocimiento de la dignidad humana, sin la cual no es posible respetarse incluso a sí mismo. Esto implica reconocer a personas concretas, sus necesidades personales, cultura, historia personal, situación particular, etcétera.

De lo contrario existe el gran riesgo de ver al otro no como un fin en sí mismo, sino como un medio para lograr un resultado, un beneficio económico o cualquier objetivo egoísta, vaciando el contenido del servicio de su vocación trascendente.

QUINTA PARADA: FELICIDAD

Aristóteles dice: “Sólo le conviene ser libre a aquel ser viviente que es capaz de dar felicidad”. La libertad se alcanza en la medida que el hombre se dirige al bien que lo perfecciona, que lo hace ser mejor persona. Cuando una persona sirve a otra libremente, reconociendo la dignidad humana del otro y su valor como fin en sí mismo, se da, se entrega, ama al otro supliendo sus necesidades. En ese darse, en ese servir, se perfecciona como persona, aunque

⁵ José María Escrivá de Balaguer, “La libertad don de Dios”, Homilía pronunciada el 10 de abril de 1956, Servicio de documentación, 1ª. Edición colombiana, Medellín, 1976 p.

⁶ Burgos, J.M., (2003), *Antropología una guía para la existencia*, Madrid: Ed. Palabra, pp. 221-227.

suponga el esfuerzo de vencer la comodidad y el olvido de sí mismo. Esa acción repitiéndose una y otra vez deja una huella en la inteligencia y la voluntad, y forjando ese hábito estable manifestado en la actitud de servicio.

La felicidad que se produce al servir se hace permanente gracias a las virtudes, hábitos de la voluntad que se fraguan con base en la constancia, en el empeño progresivo y nunca completo, pues el ser humano siempre es susceptible de perfeccionarse. Virtudes fundamentales como la prudencia, justicia, fortaleza y templanza, hacen posible la actitud de servicio, manifestándose en alegría, amor, generosidad, solidaridad, desprendimiento, respeto, veracidad, tolerancia, comprensión, etcétera.

Entonces se produce la satisfacción por haber servido a otros; persiste el recuerdo del apoyo dado, de la generosidad de la que fuimos capaces, del impacto que nos generó hacer algo por alguien, desde una sonrisa, unos minutos de atención, una escucha o un día a día de actuar en beneficio de otras personas.

CONSIDERACIONES FINALES

Si en lo personal el servicio implica vivir la ruta expuesta, surge la pregunta: ¿En el ámbito empresarial y social cómo se manifiesta esa vocación fundamental del hombre? ¿Qué fundamenta la industria de servicio?

El reconocimiento del servicio como la actitud que nace de la persona, siguiendo la ruta mencionada, permea a la

organización, sus procesos, y va más allá de los protocolos de servicio presentes en muchas empresas, dejan ver el sentido trascendente y humano de lo que a lo largo de la historia ha sido el servicio; genera procesos y acciones que privilegian en la organización a la persona desde sus clientes internos o colaboradores hasta sus clientes externos, usuarios o receptores del servicio, posibilitando su capacidad de dar y recibir.

La industria del servicio se fundamenta en las necesidades de las personas, las cuales se han venido supliendo históricamente desde la buena voluntad y amor, desde las familias o comunidades, para protegerse y proteger a los otros de las situaciones del día a día, acoger al viajero cuando la noche lo sorprendía en el camino; la atención al enfermo brindando compañía y consuelo; el cuidado de los niños y los adultos mayores; que posteriormente se vieron como oportunidad de empresa surgiendo así la industria de servicio. Este artículo busca devolverse a este principio para no olvidar el origen noble del servicio, no materializarlo y recordarnos que la empresa se debe a la persona, por ende, a la creación de riqueza personal y social que trasciende en los resultados económicos.

FUENTES DE CONSULTA

Salcedo Plazas, H. Ponencia “El servicio, vocación fundamental del hombre”. Seminario de Servicio, 8 de abril de 2013, Universidad de La Sabana.

Universidad de La Sabana. Asesoría académica personalizada Cap II.

Sellés, J. F., (2006), *Antropología para inconformes*, Madrid: Rialp

José María Escrivá de Balaguer, (1976), “La libertad don de Dios”, Homilía pronunciada el 10 de abril de 1956, Servicio de documentación, 1ª. Edición colombiana, Medellín:

Burgos, J.M., (2003), *Antropología una guía para la existencia*, Madrid: Palabra.

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.