

LA PRODUCCION EN MASA Y LA EDUCACION INDUSTRIAL PARA LA MODERNA EMPRESA

Nos hallamos en medio de un período de cambio revolucionario —tal vez el más profundo de la historia moderna de la raza humana— como advierte Harold Laski. Pero esta revolución mundial a la que asiste el mundo contemporáneo, no es una revolución hecha por pensadores, ni producida por un grupo de hombres en forma deliberada. La revolución mundial de nuestro tiempo, como insinúa Drucker, está configurada por el signo de la producción en masa. Ningún acontecimiento histórico, registrado en la accidentada evolución de la humanidad, puede ser comparado a este extraordinario suceso, que provoca la transformación fundamental de la sociedad actual, el mismo día en que Henry Ford lanzó al mercado el primer “Modelo T”.

Como todo impulso revolucionario, el principio de la producción en masa, fue acompañado de desintegración y conflicto. A un comienzo, fue considerado como una mera técnica aplicada a la industria del automóvil, pero después de las dos guerras mundiales, el principio de la producción en masa no sólo ha penetrado totalmente el ámbito de la manufactura, sino que se ha convertido en el principio general para organizar personas que trabajan juntas.

Este principio activo de la producción en masa, que hoy abarca la manufactura, la investigación científica y la clasificación y colocación de pedidos en un negocio de ventas, no es un principio mecánico. Es un principio social, o más exacta-

mente un principio de organización humana, que responde a las últimas exigencias de la honda transformación industrial y comercial de nuestra era, y que en síntesis comprende dos capítulos: La primera revolución industrial que puso fin en los siglos XVIII y XIX al sistema de producción de taller, y la segunda revolución industrial del siglo XX, que superando los aspectos físicos del trabajo humano, ha dotado a la máquina de mecanismos de detección capaces de tomar a su cargo el trabajo de los órganos sensoriales humanos.

La primera revolución industrial, que no fue ni súbita ni catastrófica, sino la evolución acelerada de un proceso económico, determinó la revolución agraria, la revolución de los transportes, la revolución del comercio y de la política comercial.

Si la revolución en el arte de la agricultura aumentó considerablemente la provisión de víveres, incorporando abonos químicos a las tareas agrícolas, la introducción de nuevos métodos comerciales suplantó los antiguos usos de comprar y vender en las ferias por los procedimientos de compra y venta por muestra. "Este adelanto se debió a la influencia combinada de un número de factores: Al mejoramiento en los medios de comunicación que trajo la revolución del transporte, al desarrollo de la confianza y la honestidad comerciales, y a la aplicación de los varios sistemas de estandarización a los principales artículos de comercio".

La producción en gran escala, que alentaba así la expansión de los mercados, no sólo requería la división del trabajo y la ayuda de herramientas especializadas, sino que también era necesario un sistema organizado de ventas.

No sólo se hacía indispensable la aparición de una nueva clase de hombres calificados, como los capitanes de la industria y del comercio, sino que era menester el surgimiento de elementos humanos destinados a cumplir un rol de importancia en la producción, la comercialización y la distribución.

Y es que si la gran industria requería el aporte de personal técnico y administrativo, la ampliación del comercio exi-

gía el auxilio de organizadores, gerentes, auxiliares, representantes y corredores. La nueva composición de la sociedad, que cuenta ya con un complicado organismo, vuelve imprescindible su utilización.

De esta manera, la descentralización medieval del comercio, que perdía vigencia ante el avance técnico, cedía el puesto a una nueva administración comercial centralizada de tipo profesional. En esta nueva valoración estamental de la sociedad, el director de empresa y el ejecutivo de ventas, alcanzan por efecto de esta transformación, los altos niveles que aconseja y obliga la organización moderna. Si bien por un lado, sustituyen las funciones del maestro artesano medieval, que actuaba como asalariado del mercedero capitalista; por otro, reemplazan como agentes, la función del patrón en las grandes concentraciones de índole industrial, comercial y financiera.

La profunda variación que daba nacimiento al fenómeno contemporáneo del industrialismo, confería rango y prestigio desconocido a esta nueva clase de factores humanos, que se volvían cada vez más necesarios, a medida que el transporte marítimo y terrestre aceleraba el movimiento masivo de mercancías.

El gran cambio que modificaba substancialmente la estructura social, asociaba al desarrollo de la industria y el comercio, el servicio de la banca y el seguro, instrumentos importantes de protección, sin los cuales el sistema económico impuesto no podía funcionar con eficacia.

Los mercados mundiales de capitales, como los mercados internacionales de consumo, que generaban y extendían las transacciones de valores y productos, reclamaron inmediatamente la incorporación de directivos y ejecutivos indispensables para las labores específicas de la bolsa y el intercambio.

Estos tipos humanos que de súbito promueven, organizan y planifican las actividades industriales y comerciales, dan a la sociedad una fisonomía distinta a la brindada por el espíritu guerrero del noble feudal, que cumplía menesteres importantes en la vida medieval. Los nuevos arquetipos de hom-

bres no exaltan, como los anteriores, la lucha como antesala de la victoria o la gloria. Su prestigio no les llega del brillo de los sables, ni de las proezas físicas, ni de la carga de la caballería contra el enemigo hereje.

Glorifican el progreso, pero por los medios pacíficos del tráfico comercial, sin buscar otra recompensa que el aumento y el éxito de la producción y la venta, que son los vehículos nacientes por donde se nutre y enaltece la vida.

Pero, el mundo optimista que forja el movimiento inteligente de este enjambre humano de directivos y auxiliares en el campo económico, provoca también consecuencias negativas imprevistas, que ponen de manifiesto las contradicciones del sistema basado en la producción de la abundancia, sin mercado propicio.

Es que el progreso técnico que se impulsa no va acompañado de un paralelo progreso moral y social, que promueva las grandes apetencias en las poblaciones. De ahí, la paradoja de los conflictos que sobrevienen y afligen a la sociedad transformada y enriquecida por el aporte de la mecanización introducida por la primera revolución industrial. Conflictos temporales que producen no sólo tensiones y fricciones sociales, sino penurias individuales, que hacen dudar del progreso tecnológico alcanzado. Conflictos, en definitiva, que agudizan el malestar general, y anuncian los grandes problemas sociales de la sociedad contemporánea.

Por ello, puede decirse que la primera revolución industrial distinguida por la mecanización, superada hoy por la segunda revolución industrial caracterizada por la automatización, aumentó la riqueza nacional pero disminuyó el bienestar social. Fomentó la prosperidad material, pero no favoreció el progreso social. La desigualdad social surgida de este acelerado proceso, restó capacidad adquisitiva, hizo penosa la colocación y paralizó la producción, dando lugar a las crisis cíclicas de la nueva economía.

Todo progreso auténtico en el campo humano, debe contar con la adhesión del mayor número para ser valedero y gozar

de auspicio y resonancia. Si un progreso de esta índole no satisface esperanzas, no crea aspiraciones con su fuerza expansiva, y no da perspectivas de plenitud, engendra la queja, la protesta, que en su forma más desesperada se transforma en una filosofía de la disidencia.

Ese descontento de origen, generado por el progreso técnico, e hipertrofiado por los efectos de la automatización presente, que agregó a los trastornos del orden social la desocupación como un flagelo, debe ser conocido y comprendido por el joven dirigente en sus aspectos negativos y positivos. Este conocimiento y esta comprensión significan no sólo un imperativo de ubicación histórica, sino una forma de comportamiento o de conducta frente a la nueva realidad promovida por el prodigioso desarrollo de los dispositivos automáticos que han simplificado el tiempo en la producción y han señalado el camino de la abierta competencia.

Para abrir el período de reflexión que se requiere, como actitud previa a toda preocupación formativa del joven ejecutivo, debemos sintetizar las fases históricas del desarrollo de la tecnología que ha llevado a la automatización:

- 1) "Sustitución de la energía humana o animal, por energía proveniente de máquinas, o de equipos mecánicos, eléctricos o químicos.
- 2) Utilización de la medición como base de patronamiento en la fabricación de productos en serie de partes intercambiables.
- 3) Utilización de técnicas de control mecánico.
- 4) Introducción del principio de retroacción, como el termóstato que permitió el uso de la medición física como agente de control en un proceso de reproducción continua.
- 5) Utilización de procedimientos y equipos de cálculo automático, que confieren a la retroacción toda su eficiencia, tanto en la planta industrial como en los programas de ventas o en el gabinete del calculista".

Esta verdadera revolución alentada por la automatización en el ámbito de la industria y el comercio, debe ser conocida en todas sus perspectivas y alcances, porque para ser efectiva y no provocar los conflictos de la primera revolución industrial acelerada por la mecanización, ella debe estar condicionada a las posibilidades culturales y al carácter de las estructuras sociales de las comunidades donde deba hacer incidencia.

La comprensión de esa realidad podrá indicarnos cómo llevar a cabo la segunda etapa de mejoramiento y elevación de la sociedad humana mediante una dirección inteligente, que acorte las horas de labor, aumente la productividad, satisfaga las aspiraciones educacionales y culturales, desarrolle la capacidad adquisitiva de la colectividad, y establezca un equilibrio social estable y duradero.

Si el proceso de la automación que se ahonda día a día, eleva los índices de producción, reduce los costos y abre, junto con los beneficios que insinúa la energía nuclear, la esperanza de un mundo de niveles más altos de vida, esto significa que las recompensas de esta segunda revolución industrial, corresponderán a los países que adopten urgentemente, una organización económica capaz de dirigir con criterio científico la abundancia.

Una organización de esta naturaleza, como afirma Sam Lilley, que no tema la "saturación" de los mercados, y que por el contrario los multiplique, no sólo evitará la desocupación y las depresiones periódicas y catastróficas, sino que aumentará el crecimiento relativo a la invención.

La organización científica de la empresa moderna, no sólo debe aminorar los efectos perniciosos de una distribución defectuosa, sino que debe estar capacitada para investigar las consecuencias de la mala aplicación de los planes de la producción en masa, los métodos de venta, y la información.

Esta autoconciencia de la nueva realidad, lleva al establecimiento de normas tanto en el campo de las relaciones humanas como en el campo de las relaciones públicas e industriales. Estas normas están referidas a la organización de la empresa, es-

tadísticas, investigaciones de mercados, dirección y jefaturas en la ejecución de los procesos industriales y comerciales, planteamiento y controles, así como publicidad y técnica de la comercialización y las ventas.

Esta nueva concepción de las relaciones económicas, que tiende a unir los intereses de la producción, la distribución y la adquisición, forjando normas para canalizar los bienes de uso y de consumo, atemperando a la vez el conflicto, y racionalizando las múltiples actividades para mejorar los sistemas productivos y de ventas, requiere no solamente el conocimiento de cómo funciona una empresa moderna, su finalidad y su sentido social, sino que plantea el imperativo de la dirección correcta de la organización, que ya constituye un problema técnico evidente.

En este sentido, los objetivos de la empresa moderna, en el terreno de la industria y el comercio, exigen responsabilidades específicas a la función directiva y ejecutiva, que antes no requerían preferente atención.

Dentro de este esquema de responsabilidades, una dirección operante tiene intereses fundamentales que observar:

- 1) “Responsabilidad por la economía de la Empresa, es decir, por la lucratividad, su mercado y su producto.
- 2) Responsabilidad por la organización de los recursos humanos de la empresa, y por su eficaz utilización.
- 3) Responsabilidad de dar una adecuada sucesión a la dirección de la empresa”.

Las tres responsabilidades dan sentido y significación a la función directiva, porque la función de dirección es función de interpretación de planes y normas.

La primera labor esencial de la dirección, es decidir cuáles son los factores y las tendencias económicas que afectarán el futuro y el bienestar de la compañía o empresa.

Debe decidir “hoy” sobre los problemas que debe enfrentar “mañana”. Tal vez, puede expresarse mejor diciendo que la

dirección tiene la responsabilidad de decidir cuál es el verdadero negocio de la empresa.

Corresponde a la dirección llevar a cabo planes para asegurar los recursos y abastecimientos, seguridad del obrero, relaciones gremiales, gobierno de la comunidad fabril, y formación de ejecutivos en el campo técnico de las ventas.

La segunda función importante de la dirección es la organización y utilización de los recursos humanos de la empresa, porque en una empresa moderna no son los individuos los que producen, sino la organización humana. Una organización defectuosa, deficiente, es improductiva y lleva inevitablemente, en las circunstancias de subversión y distorsión social que el mundo actual vive, a la fricción, la insatisfacción y la ineficiencia.

La tercera función principal de la dirección, es proporcionar una dirección operante. Esto quiere decir que la dirección está obligada a tomar medidas para su propia sucesión, porque toda institución de carácter eminentemente social, depende de un claro principio de sucesión ordenada para su conservación.

Conviene establecer, sin embargo, que la dirección es radicalmente diferente a la de los operadores ejecutivos. Pero, es indispensable que el personal de la dirección, sea reclutado en las filas de los ejecutivos. Las exigencias presentes no pueden evitar la aplicación de esta sabia y útil política comercial. Tal vez, falte un sistema apropiado de normas para medir la actividad potencial de los directores, pero es indudable que los grandes negocios, especialmente en los Estados Unidos, son manejados aún por los "brillantes jóvenes de 1929", los hombres que empezaron a dirigir en los primeros años de la depresión. Pero actualmente estos "jóvenes brillantes" tienen un promedio de 60 años de edad.

Compete de igual forma a la dirección, la atención comprensiva del obrero y el empleado, lo mismo que la alta consideración que exige el ejecutivo, gerente o administrador, en

cuanto a prerrogativas y libertad en el cumplimiento de sus legítimas responsabilidades.

En el primer caso, se deberá tener en cuenta las metas fundamentales de los trabajadores y empleados:

- 1) "Seguridad, o sea el derecho a trabajar en forma continúa y con salarios razonables.
- 2) Oportunidad de progresar, o sea el derecho de ascender de un puesto a otro de mayor jerarquía.
- 3) Ser tratado como un ser humano, o sea la comprensión de que todo individuo que se halla sometido a un régimen de trabajo, es un ser con vida y mundo propio, con problemas personales, que tiene tentaciones, ambiciones, odios y amores.
- 4) Deseo de alcanzar una dignidad auténtica y sencilla, o sea el anhelo de todo hombre que trabaja de sentirse estimulado, y que determina la aptitud de la dirección para valorar un desempeño meritorio que produce "la íntima felicidad del género humano".

En el segundo caso, o sea en lo que hace al ejecutivo y su valor preponderante, debe considerarse que una empresa moderna es una especie de micro-sociedad poseedora de una cultura, de modo parecido a la macro-sociedad de la cual forma parte, porque las costumbres y las normas que en su interioridad prevalecen, sirven para regular los roles y la conducta de los diversos factores que la componen.

Y es que la calidad de las relaciones sociales dentro de una empresa, está en relación directa a las buenas cualidades antropológicas y psíquicas del joven ejecutivo. De su capacidad y su destreza, depende en la actualidad, que el fabuloso perfeccionamiento técnico no se frustre, y que en vez de llevarnos a mejores satisfacciones de orden individual y colectivo, con la conquista de mayores logros, nos conduzca a situaciones calamitosas de conflicto y distorsión social.

De ahí que mientras las nuevas exigencias determinan la

formulación perentoria de planes de expansión en el terreno de la economía mundial, surge casi con rasgos dramáticos la pregunta: ¿Qué clase de ejecutivos necesitamos para la nueva realidad?

El interrogante que plantea el problema crítico de la falta de personal entrenado para la dirección ejecutiva de la producción en masa, y su eficiente descongestión por orgánicos programas de ventas, demanda la formación urgente de un nuevo tipo de ejecutivo, que sin despreñar los aportes recibidos por herencia, esté capacitado no sólo para el manejo de maquinarias y presupuestos, sino que practique el arte de la administración inteligente y las relaciones humanas, porque la primera finalidad de un ejecutivo, es el bienestar de la empresa entendida como una institución social.

En este sentido, el moderno ejecutivo, debe responder, por sus nuevas responsabilidades a una caracterología distinta al "Jefe" de hace 20 años, que históricamente cumplió su cometido.

La complejidad de la sociedad contemporánea impone como condición inexcusable el entrenamiento directivo. El joven ejecutivo no puede basar su actividad en el poder de la inteligencia natural solamente, ni en sus cualidades personales de mando, en el oportunismo audaz o en la sagacidad temeraria, que fuerza al éxito.

Debe, y ya se ha empezado a practicar en alguna medida, aunque aisladamente, elevar los niveles de su formación especializada, enriquecer el universo de sus conocimientos específicos, sin despreñar el saber universal que lo integra y le da significación. Leer la literatura última en su campo y observar con espíritu científico.

De este cambio de actitud depende su pleno prestigio y la alta consideración que necesita el liderazgo moderno. Debe sin jactancia, alentar las condiciones de los subordinados y estimular al máximo el rendimiento. Debe obtener la cooperación espontánea, en vez de demandar obediencia ciega. Usar el clo-

gio prudente como estímulo, en lugar del castigo por errores cometidos.

Más que un mero dictador "asignador" de tareas, debe ser un orientador visionario en la división de funciones. Antes que inspirar sus procedimientos en sistemas coactivos, debe fundar su influencia en las nuevas técnicas del conocimiento del hombre, y en los modernos métodos de la administración científica.

En algunos centros de gran actividad industrial y comercial, se han establecido ya programas ambiciosos de "desarrollo de ejecutivos". Y en esta sabia política profesional radica el predominio alcanzado por empresas como General Electric, Standard Oil, Westinghouse, y General Motors, entre otras. El rápido progreso económico generado por los países occidentales, puede ser explicado por la gran evolución de la ciencia y la técnica, pero también y en gran parte, por la intervención de elementos humanos con talento dirigente.

Teóricamente, ya no es un secreto para las empresas que sin ejecutivos bien entrenados para organizar y dirigir en forma correcta, no hay progreso en el ámbito de la producción y la venta. Para que esto ocurra, es menester que el joven ejecutivo avance con los tiempos, porque la dirección moderna es sinónimo de interacción de roles, trabajo en equipo, cooperación de autoridad y responsabilidades.

En este armazón de referencias, el principio de autoridad, en que descansa todo ordenamiento social, ya no presupone, en el marco concreto de la moderna empresa, el símbolo clásico del poder, sino la armonía de las referencias, porque el principio de autoridad ahora se fundamenta en el éxito que determina la fe y la confianza en los hombres, el respeto por la dignidad y la habilidad del individuo, y el esfuerzo para crear buenas relaciones humanas entre dirección y personas a cargo.

Esta jerarquización del ejecutivo, que confiere a su función directiva un nuevo rango de dimensión psicológica, promueve en los subordinados el entusiasmo y el orgullo que anteriormente deriva en dedicación y eficacia.

... El clima humano que surge de esta comunión de ideales, hace posible la tolerancia y la comprensión, la imparcialidad y la justicia, permitiendo a la vez una comunicación permanente, sin reticencias, por cuyo conducto fluye el intercambio provechoso de opiniones en beneficio de la empresa.

De ahí, que como afirma Gracey, el joven ejecutivo no sólo debe disponer de virtudes y sabiduría, sino tener cualidades científicas en el área de su dominio. Como el científico, debe tener buenos poderes analíticos para llegar a buenas decisiones. Como él, debe alejarse de los prejuicios y las opiniones personales al reunir y examinar hechos. De su habilidad analítica y su destreza, depende la marcha normal y el engrandecimiento de la empresa.

De esta alta capacidad de discernimiento y raciocinio del joven ejecutivo, nace la posibilidad de perfeccionamiento en la conducción de la moderna empresa, la sagacidad para comunicar y delegar, y el alto criterio para seleccionar agentes apropiados, e inspirar y alentar espontánea contribución.

Para cumplir así su cometido, el joven ejecutivo, no sólo deberá conocer las técnicas que exigen el planeamiento, la organización y la evaluación científica de resultados, sino reunir cualidades profesionales ajustables a la nueva realidad, y que en apretada síntesis son :

- 1) Alto grado de vivacidad mental, visión y sabiduría.
- 2) Conocimiento completo de su cargo.
- 3) Disposición para las experiencias prósperas en cualquier ámbito de la actividad.
- 4) Gran facilidad de análisis como base para tomar buenas decisiones.
- 5) Habilidad para organizar y delegar.
- 6) Previsión e idoneidad planeadora.
- 7) Sentido del orden, regulación del tiempo y distribución.
- 8) Perspectiva para "ver el conjunto".

- 9) Facilidad de expresión.
- 10) Habilidad para inspirar, enseñar y desarrollar.

En el terreno personal, el joven ejecutivo deberá, tanto como en el profesional, disponer de cualidades definidas:

- 1) Iniciativa y confianza en sí mismo.
- 2) Integridad y sinceridad.
- 3) Creatividad e imaginación.
- 4) Tolerancia, equidad e imparcialidad.
- 5) Sensibilidad a las relaciones humanas, atemperada por la humildad ante las propias limitaciones.
- 6) Voluntad de aceptar y realizar responsabilidades.
- 7) Buen criterio.
- 8) Devoción y lealtad hacia los objetivos.
- 9) Energía, entusiasmo y perseverancia.
- 10) Buen humor.
- 11) Balance y control de las emociones.
- 12) Fe y confianza en las gentes.
- 13) Interés y habilidad para desarrollar el trabajo en equipo.
- 14) Realismo para evaluarse a sí mismo y grandeza de ánimo para comprender las limitaciones de los otros.

Esta definición caracterológica del joven ejecutivo, que se postula, no supone una mera estimación valorativa. Entraña la fundamentación esencial de la estructura profesional e intelectual del mismo, porque si bien la moderna empresa debe dar en su organización interna la sensación de una democracia administrativa, no es menos cierto que su estabilidad y progre-

so está en relación directa a la interacción funcional entre el líder y su grupo.

Es que psicológica y sociológicamente considerado, el concepto de autoridad del ejecutivo ha cambiado en las relaciones económicas actuales. El concepto de autoridad, no es ya el criterio infalible, personal e intransferible. La autoridad es hoy, la capacidad combinada del grupo, lograda a través de relaciones afectivas.

El líder moderno, tiene autoridad de grupo, no autoridad individual. Es el centro de interés, el alma y principio motor de un equipo de hombres, ante quienes manifiesta el profundo sentido de la responsabilidad, y la provoca.

Porque el funcionamiento de la empresa moderna, no es el movimiento de una máquina compuesta de engranajes mecánicos, sino la vida estructural-funcional de un sistema social, como observa Persons respecto de la sociedad, o sea un sistema uniforme de vínculos sociales entre agentes, voluntario y normativo, con metas y horizontes, capaz de reaccionar emocionalmente y promover acciones.

Considerada desde este aspecto, una empresa moderna como estructura-función, descansaría esencialmente en un sistema de expectativas normativas, que son las que en definitiva delimitan el comportamiento correcto de las personas que desempeñan papeles, dentro de un marco concreto de normas, objetivos e ideales.

Sin duda que la finalidad del lucro, explica y justifica la vida de una empresa, pero la empresa moderna no supedita su existencia a este estímulo únicamente. Debe asegurar científicamente la producción, la distribución y la venta. Y en esta labor substancial debe valorar los elementos que las hacen posible y las acrecientan.

Esa responsabilidad que transforma a la empresa en una institución, exige una dirección científica que sólo puede ser ejercitada por un dirigente preparado para conmovir y enseñar, alentar la circunspección y la conducta decorosa, a la par que dar dividendos y utilidad social.

Porque el éxito o la fortuna de una organización comercial, puede ser favorecido por circunstancias fortuitas o casuales, pero lo que da renombre y prestigio es la vigencia de un comportamiento. Y esto sólo se alcanza cuando se conjugan los principios éticos con los medios instrumentales, humanos, financieros y sociales.

En la dinámica social del mundo actual, esta tarea de dirección que requiere el desarrollo de aptitudes intelectuales y profesionales manifiestas, está referida a la responsabilidad del joven ejecutivo, que en el caso concreto del dirigente de ventas, debe conocer no sólo la evolución de los mercados locales y exteriores, sino la importancia que tienen los recursos tecnológicos, aumentados por la invención, sobre los límites permisivos del habitat; las normas del consumo y los niveles de vida; el cielo de producción y el cielo de alimentación; las necesidades que hay que satisfacer; los bienes usos y servicios de bienes con que se cuenta para satisfacer esas necesidades; los recursos de los que depende toda producción de bienes; la capacidad de la organización humana para asegurar la realización de esos procesos que abarcan el conocimiento de la organización social, de la producción y la distribución en su conjunto”.

Y, por último, los dilemas del equilibrio económico, que no sólo hacen a la relación entre inversión y formas de consumo, sino esencialmente a los obstáculos externos que se oponen a la producción de bienes para satisfacer sentidas apetencias; la naturaleza de las mismas, la elevación de la utilidad, y el mejor aprovechamiento del consumidor.

Es que el joven ejecutivo de ventas debe mantener abiertos los canales de la comunicación que alientan el intercambio de valiosas ideas, permiten disciplinarse en el conocimiento de la realidad que le circunda, y conducen a realizar experiencias provechosas.

Porque en una civilización compleja y frágil, como la nuestra, las relaciones públicas como las humanas, tienen la misma

importancia que la investigación científica para la supervivencia de las estructuras institucionales.

Esta visión comprensiva de lo social, quizás no le permita comprender, al joven ejecutivo, los grandes fines de la vida, pero lo llevará, sin duda, a conocer las constantes tragedias del cielo comercial, la desigualdad entre la potencia de la producción y la potencia del consumo, y las causas de los perpetuos conflictos que niegan el bienestar social.

Tal vez, ese conocimiento no le permita cambiar de golpe la fealdad de la vida, las casas humildes, los bajos salarios, y la fatiga de las jornadas de trabajo, porque esta labor es específica del poder político, pero le revelará que la salvación del hombre, en el marco de nuestra civilización, está en las entrañas de la sociedad industrial libre, altamente especializada, con alto poder competitivo, pero también con grandes apetencias adquisitivas ocultas.

Sometido a la tensión de los graves conflictos que perturbaban la sociedad contemporánea, el joven ejecutivo, no puede escapar —como todo individuo que cumple una función preponderante— a la responsabilidad de contribuir, dentro de su campo, a lograr la libertad humana, no como postulado filosófico sino como un poder creador del hombre de acuerdo con las realidades sociales de nuestro tiempo.

La moderna sociedad industrial, que con la producción en masa ha superado todos los niveles del abastecimiento en la historia de la humanidad, puede corregir los errores de origen con la aplicación práctica de un nuevo principio: la expansión de la iniciativa privada, pero con fines sociales.

Este “camino intermedio”, como sostiene Davenport, mira el desarrollo de la iniciativa privada como una fuerza social dominante en una sociedad libre. De manera que así como existe una iniciativa económica privada, existe una iniciativa social ejercida por elementos privados, que actúa en tres campos: El cultural que se refiere a los valores; el político que se refiere a los derechos humanos, y el económico que se refiere a la producción y al consumo de los bienes.

Si no se tiene presente este nuevo contenido filosófico de la vida, la segunda revolución industrial, a que asistimos, caracterizada por la producción en masa, seguirá ahondando el proceso de agudización de los problemas sociales, que paralizan la circulación y el movimiento de mercancías.

Por el contrario, si una nueva filosofía de la vida, basada en la libertad humana y en la iniciativa privada, consigue profundas resonancias sociales, no sólo quedará garantizada la acción recíproca entre los hombres, sino que permitirá la ingente utilización racional de los productos.

Una concepción económica de esta índole, que posibilita elevar el volumen de las demandas, no sólo podrá llenar los requerimientos de apetencias más hondas en la órbita del bienestar social, sino que permitirá acrecentar la producción y las ventas, bajo el auspicio creador de una fecunda y afortunada sociedad industrial libre.

No obstante este optimismo, que sugiere la moderna integración económico-social de la producción y el consumo, en niveles cada vez más altos, la nueva realidad contemporánea que se caracteriza y tipifica, fundamentalmente, por el advenimiento de la segunda revolución industrial denominada automatización, está todavía interferida por tres factores sociales, que debe comprender en toda su magnitud el Joven Ejecutivo de Ventas, para operar con eficacia:

- 1) "El defectuoso sistema de distribución, que crea la dificultad crónica en la venta de productos y disminuye, por consiguiente, el incentivo necesario para introducir en las empresas, las técnicas avanzadas. Esta anomalía en la forma de comercialización produce una falsa superproducción. Las ventas no pueden aumentarse sino a costa de un gravoso sistema de publicidad. Por el contrario, un fácil y rápido acrecentamiento de la producción, favorecido por elementos técnicos modernos, a base de bajos costos, dará un alza inminente de la capacidad adquisitiva, lo que a su vez, proporcionará un aumento considerable del índice de las ventas.

2) La desocupación en masa, que crea el desaliento a la invención de métodos de producción más perfectos, obliga a ocupar mano de obra servil, en vez de máquinas automáticas, disminuyendo así la capacidad de adquisición, y por ende, el monto de las ventas.

3) El monopolio, con su tendencia a defender sus propios intereses, frente al empobrecimiento de la población, sin poder de compra, impide también el progreso técnico y la profusa colocación de productos, porque se opone la congestión de los stocks paralizados”.

Esta profunda comprensión, debe llevar al Joven Ejecutivo de Ventas, a dominar sabiamente la realidad social del mundo que vive, para advertir con sagacidad que la revolución mundial que presenciamos, determinada por la producción en masa, para ser real y colmar las aspiraciones humanas, debe abrir el camino de la abundancia.

Esta certidumbre, le dará la aptitud necesaria para intervenir con eficiencia en el movimiento universal y nacional de las relaciones comerciales, que hoy más que nunca debe fundarse sobre el imperativo de la economía social, y cuya síntesis pareciera reducirse a una exacta interpretación del fenómeno masivo contemporáneo :

“Producción abundante, a base de bajos costos y adquisición espontánea de la producción, en gran escala, científicamente canalizada por renovados y ambiciosos sistemas de ventas”.

LAZARO BARBIERI

General Paz 540, Tucumán

BIBLIOGRAFIA

- BIESANZ, John y Mavis, *La Sociedad Moderna*. Edit. Letras. México, 1858.
BIRNIE, Arthur, *Historia Económica de Europa*. Edit F. de C. E. de México, 1944.
DAY, Clive, *Historia del Comercio*. Tomo II. Edit. F. de C. E. de México, 1941.
DOBB, Maurice, *Salarios*. Edit. F. de C. E. de México, 1941.
DRUCKER, Peter F., *La Nueva Sociedad*. Edit. Sudamericana, 1954.

- FREYER, Hans, *Teoría de la Epoca Actual*. Edit. F. de C. E. de México. (Breviarios).
- GRACEY, Harry, *La importancia vital de Líderes y Ejecutivos para el futuro de Colombia*. En "Ciencias Sociales", Revista semestral de Economía, Sociología y Derecho. Año III. Vol. I. N° 5. Colombia, 1960.
- HERSKOVITS, Melville J., *Antropología Económica*. Edit. F. de C. E. de México, 1954.
- LASKI, Harold, *La Revolución de Nuestro Tiempo*. Edit., Abril. Buenos Aires, 1948.
- LILLEY, Sam, *Hombres, Máquinas e Historia*. Edit., Galatea, 1957.
- MANNHEIM, Karl, *El Hombre y la Sociedad en la Epoca de Crisis*. Edit. Leviatán, 1958.
- MAX, WEBER, *Historia Económica General*. Edit., F. de C. E. de México, 1956.
- PARSONS, Talcot, *La Teoría estructural Funcional de los Sistemas Sociales*. En Sociología del Siglo XX. Tomo I. George Gurvitch y Wilbert Moore.
- POVEDA RAMOS, Gabriel, *Aspecto de la Automación y su Evolución Histórica*. En Ciencias Sociales, Revista semestral de Economía, Sociología y Derecho. Año III. Colombia, 1960.
- SÉE, Henri, *Origen y Evolución del Capitalismo Moderno*. Edit., F. de C. E. de México.
- SOMBART, Werner, *Lujo y Capitalismo*. Edit., Guillermo Dávalos. 1958.

