



LAS VERSIONES DEL FIN

Nº 1602

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

El fin, en fin, por fin, o fin...

En la vida empresarial las personas se caracterizan por posiciones optimistas, moderadas o pesimistas, según su temperamento, la apreciación y el entendimiento de la realidad y su mayor o menor inclinación al riesgo, al esfuerzo o a la comodidad.

Estas conductas quedan bien descritas con las variantes de la palabra FIN y se vuelven una forma de conducta que identifica las posiciones de los individuos. Comencemos por decir que la palabra FIN, por definición, tiene dos acepciones generales, como son:

- Terminación de algo (el final).
- Motivación para el logro de algo (la finalidad).

Las personas se tipifican en una u otra dirección, según su habitual manera de ser al interior de la empresa.

Hay personas ampliamente positivas y con alta motivación cuya actitud es el logro de "EL FIN", quieren a toda costa que la empresa logre sus propósitos, sus proyectos, sus programas, tenga conquistas, superación y retos. Su principio es la meta, el logro y el progreso.

Estas personas son invaluable en una empresa, su conducta es motivadora y retadora, siempre tienen muchos fines que lograr y hacen los esfuerzos necesarios para obtenerlos, tanto en lo personal como en lo laboral y lo profesional.

Otra tipología de individuos critica severamente cada iniciativa, son opositores sistemáticos al reto y al logro, aunque cuando la empresa lo realiza su actitud es terminar diciendo "POR FIN O AL FIN".

Las personas de esta naturaleza son pasivos, no son líderes y gozan de poca iniciativa propia para desarrollar nuevas o diversas formas del pensamiento y la acción empresarial.

Existen también los conformistas, cuya actitud será siempre "EN FIN" en el desarrollo de nuevas oportunidades o iniciativas empresariales, con una actitud de resignación, de acomodo, pero no de decisión y entusiasmo, apenas de aceptación, porque "toca", es como si se les hubiera impuesto la labor o la decisión, pero no la acompañan con su convicción.

Por último, existen individuos con mentalidad de "FIN", como terminación de toda iniciativa, impidiendo su realización, con lo cual asumen actitudes de fatalismo, negativismo o pesimismo. En este escenario estamos al frente de colaboradores poco convenientes, ya que su



actitud desanima el progreso de las iniciativas o las decisiones empresariales.

Si las personas tienden a obrar en las formas descritas, las empresas deberían también asumir una conducta positiva, retardadora, de progreso y de logro, centrada en “EL FIN”, de tal manera que combatan los esquemas derrotistas de los individuos poco propensos al progreso.

Ser conscientes de las características de los empleados ayudará a una administración eficaz de los recursos humanos y su relación con las realizaciones y posiciones de desarrollo de las empresas.

La motivación es esencial para el progreso empresarial, por lo cual es necesario mantener una buena divulgación sobre la finalidad de la empresa, qué busca y qué quiere lograr y cómo se propone hacerlo. En la medida que esto sea claro, se combatirán las actitudes pesimistas o derrotistas y se fomentarán las de logro y superación.

Lamentablemente la cotidianidad y las urgencias de cada momento invaden el desenvolvimiento de las empresas, impidiendo que el norte y las propósitos afloren. Si a esto se suma una pizca de falta de comunicación al interior de la empresa, estaremos en escenarios de vacíos de direccionamiento y claridad sobre lo que en realidad importa en términos del progreso empresarial.

Cuando “EL FIN” o “LOS FINES” son claros, la ruta es más nítida, aunque imponga esfuerzos y sacrificios, se generan sinergias en el pensamiento y la acción de las personas, pues terminan identificando muy bien su papel, su interacción y su reto frente al logro o los logros que la empresa se propone.

Hace bien la dirección de cada empresa en mantener en la mente de sus empleados, con meridiana claridad, “EL FIN” o “LOS FINES” que la organización se traza como meta, evitando que primen las conductas e influencias de temperamentos negativos o acomodados.

Mientras más claridad y comunicación haya sobre los propósitos de la empresa, mayor será su potencial de desarrollo y crecimiento, por la dinámica que se genera en su equipo de colaboradores.

Planning – Febrero 2016

Si desea conocer más sobre este tema, en Planning ofrecemos una consultoría sobre [Desarrollo de propuestas de valor](#) que se adapta a las necesidades de su empresa.

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síganos en:

