

**Flávio Buononato***

* Administrador e Empresário. Voluntário do CEAEC.

flavio@cybermais.com.br

Palavras-chave

Convivialidade
Cosmoética
Proéxis
Profissionalismo

Keywords

Conviviality
Cosmoethics
Existential program
Professionalism

Palabras-clave

Convivialidad
Cosmoética
Proéxis
Profesionalismo

Empresa de Conscienciólogos

Company of Conscientiologists

Empresa de Concienciólogos

Resumo:

Esse artigo discute aspectos vivenciados pelo autor em diferentes modelos de empresas e objetiva contribuir para o surgimento de mais conscienciólogos empreendedores. O resultado da pesquisa retrata os benefícios que a ciência Conscienciologia faculta ao empreendedor atento à multidimensionalidade a fim de qualificar seu negócio e colaborar na realização de sua proéxis.

Abstract:

This article discusses some aspects of different business models experienced by the author and has the objective of contributing to the forthcoming of conscientiological entrepreneurs. The result of this research portrays the benefits of the science conscientiology on the observant entrepreneur in regards to the multidimensionality, having as a result the qualification of the business and the execution of the existential program.

Resumen:

Este artículo discute aspectos vivenciados por el autor en diferentes modelos de empresas e objetiva contribuir para el surgimiento de más conscienciólogos emprendedores. El resultado de la pesquisa retrata los beneficios que la ciencia Conscienciología faculta al emprendedor atento a la multidimensionalidad a calificar su negocio y colaborar en la realización de la proéxis.

INTRODUÇÃO

Momento. Atualmente (Ano-base: 2006) este autor trabalha em uma empresa *de* conscienciólogos, de prestação de serviço na área de informática, localizada em Foz do Iguaçu, Estado do Paraná, Brasil.

Vivência. Os 26 anos de experiência profissional deste autor se desenvolveram em 3 tipos de empreendimentos, relacionados a seguir, em ordem cronológica:

1. **Empresa convencional:** empreendimento econômico, civil ou comercial, gerado pela iniciativa de uma ou mais consciências, utilizando recursos materiais, humanos e financeiros para a realização de um objetivo.

2. **Empresa convencional com conscienciólogos:** empresa mista com 2 tipos de profissionais: pesquisadores de Conscienciologia e leigos no assunto. Neste caso, o conscienciólogo é minoria entre os funcionários da empresa e se esforça para aplicar conceitos da Conscienciologia no ambiente de trabalho sem, no entanto, *fazer a cabeça* de ninguém.

3. **Empresa convencional de conscienciólogos:** empresa constituída *prioritariamente* de conscienciólogos, com vínculo empregatício e consciencial, interessados em se associar e aplicar a ciência Conscienciologia aos objetivos da empresa.

Lucro. A necessidade básica de sobrevivência para o empreendimento e para seus integrantes, exceto voluntários, conduz a empresa a objetivar a receita financeira. O fator determinante para caracterizar se a empresa tem ou não fins lucrativos está na forma de constituição da sociedade e na distribuição do ganho auferido.

Modelo. A empresa *de* conscienciólogos é modelo de empreendimento com paradigma distinto daquele da empresa conscienciológica.

Paradigma. A empresa conscienciológica fundamenta-se no *materpensene* assistencial, constituindo-se de conscienciólogos autoconscientes quanto à realidade multidimensional e interessados na implantação do paradigma consciencial na sociedade intrafísica (VIEIRA, 1994, p. 312; 1997, p. 89).

Possibilidade. A empresa *de* conscienciólogos é um meio para alcançar os fundamentos da empresa conscienciológica e aperfeiçoar o modelo convencional.

I. ETAPAS

Preparação. Independente do tamanho e tipo do empreendimento, algumas etapas são essenciais para *materializar* a idéia de um bom negócio.

Variáveis. Eis, em ordem de importância, 10 variáveis úteis, entre outras, oportunas no processo de constituição e manutenção da empresa:

A. **Transparência.** Atuar de maneira transparente – *glasnost* – é a melhor alternativa para a formação do empreendimento. A transparência inicia-se na criação da sociedade, momento em que cada sócio expõe sua intenção, expectativa individual e grupal, condição financeira e objetivos dentro da empresa.

Regra. A regra é não deixar nenhuma questão mal resolvida, o assunto aparentemente óbvio para um nem sempre é entendido pelos demais componentes do grupo.

Comunicação. Comunicar-se com clareza, sem omissão de informação ou idéia, favorece as tomadas de decisões. A melhor ferramenta para cancelar se uma simples idéia pode gerar um bom negócio ou evitar problemas é a percepção lúcida da sinalética parapsíquica pessoal.

Autenticidade. O trabalho ombro a ombro sincero dinamiza a intercooperação, combatendo as omissões deficitárias e corporificando os objetivos da empresa.

B. **Respeito.** Reconhecer a própria realidade consciencial, assim como conhecer e respeitar o fôlego do colega é a base para o amadurecimento grupal na empresa.

Trafores. Explorar os trafores individuais facilita a distribuição das responsabilidades no grupo. Negligenciar os compromissos leva à falência da empresa.

C. **Conflito.** Os diferentes traços de personalidade acarretam naturalmente divergências de opinião e, quando carregadas de imposição ou inflexibilidade, perante o grupo, atrasam as tomadas de decisões na empresa.

Entendimento. A convivialidade sadia exige a tolerância ponderada para deixar o outro opinar e escutar cada ponto de vista.

Concessão. O percentual maior de concessão sobre a exigência facilita o consenso.

Oportunidade. Ao encarar os conflitos como condição de melhoria evolutiva individual e grupal, encontra-se a oportunidade de renovação consciencial e o momento de progredir na auto e heteropesquisa.

Crescimento. Essa oportunidade evolutiva pessoal e grupal, gerada pelos conflitos, resulta na qualificação do senso de equipe e da grupalidade lúcida. A maturidade do grupo dissolve a falta de entendimento, agilizando o fluxo de trabalho para o crescimento vertical da empresa.

D. **Legislação.** Todo empreendimento tem direitos e obrigações vistoriados por terceiros. A assessoria especializada na área contábil contribui para a orientação correta dos compromissos legais a serem cumpridos pela empresa.

Atenção. Atuar de maneira multidimensional não valida a condição de ignorância quanto às leis. Pensar que a empresa estará “amparada” contra a fiscalização é ingenuidade.

E. **Política comercial.** A política comercial é a *espinha dorsal* da empresa. Aí entra a negociação, momento de gerar lucro financeiro através da comercialização de bens e ou serviços. Qualquer negociação anticosmoética é sempre um prejuízo holocármico.

Reflexo. A política comercial a ser oferecida ao mercado, seja de bens e/ou de serviços, está refletida nos valores cosmoéticos individuais e grupais.

Conduta. Eis, em ordem alfabética, 7 condutas de comportamento ideal para a empresa:

1. **Atendimento ao cliente:** educação; franqueza; posicionamento.
2. **Cumprimento dos prazos:** metodologia; organização; planejamento.
3. **Elaboração de preços:** concorrência; critério; detalhismo.
4. **Estratégia de divulgação:** confor; cosmoética; originalidade.
5. **Negociações de compra:** orçamento; pesquisa; racionalidade.
6. **Negociações de venda:** coerência; comunicação; convicção.
7. **Qualidade do produto e/ou serviço:** modernização; padrão; utilidade.

F. **Imagem.** A imagem transmitida pela empresa nos relacionamentos comerciais será disseminada pelos clientes e fornecedores.

Intencionalidade. A intencionalidade na negociação define o tipo de cliente e fornecedor afinados em compartilhar o holopense da empresa.

Manutenção. Manter um cliente antigo é tão importante quanto conquistar um novo. Na estatística da empresa vale a pena constar o motivo pelo qual o cliente deixou de utilizar os produtos e/ou serviços.

Cliente. Ao se comparar a repercussão da divulgação de produto e/ou serviço adquirido por um cliente, verifica-se que o peso do contrapensene do cliente insatisfeito será sempre superior ao pensene do consumidor satisfeito com o *marketshare* ou fatia de mercado da empresa.

Tempo. O período necessário para se construir a imagem da empresa é centenas de vezes superior ao período requerido para sua destruição.

Recuperação. A recuperação de imagem necessita de alto investimento financeiro e não garante a retomada de crescimento sustentável da empresa.

G. Profissionais. Os funcionários são os alicerces da empresa. Aqui cabe a pergunta: Deve-se contratar somente conscienciólogos? Caso se esteja pensando em gerar uma empresa *de* conscienciólogos, o ideal é que seja formada por profissionais afinizados com o holopense da empresa e pesquisadores da ciência Conscienciologia.

Garantia. Ser conscienciólogo não garante produtividade. É importante analisar o perfil do futuro funcionário, respeitando seu conhecimento técnico para o preenchimento da vaga. A oportunidade é oferecida para quem quer e tem condições de executar o trabalho.

Conseqüências. Contratar um profissional apenas por ser conscienciólogo, sem pensar no perfil do candidato e na descrição da função, pode acarretar problemas futuros.

H. Patrimônio. O valor comercial da empresa está representado pelo *PAI*:

1. **Passivo.** Conjunto de dívidas e obrigações.
2. **Ativo.** Conjunto de bens, créditos e aplicações financeiras.
3. **Intelectual.** Conjunto de profissionais.

Balanco. A avaliação patrimonial da empresa ocorre anualmente, momento oportuno de comparar o balanço econômico (subsistência) com o consciencial (cosmoética e assistencialidade).

I. Continuidade. Concluir etapas prevendo os próximos passos a serem executados é fundamental para a estabilidade e credibilidade da empresa.

Acabativa. Toda tarefa iniciada demanda um prazo de conclusão. A falta de continuidade caracteriza a desorganização da empresa, sendo preferível assumir o erro – a falta de acabativa – perante as pessoas envolvidas na atividade a deixá-las sem resposta.

Convergência. Eis, em ordem alfabética, 4 fatores importantes para a performance exitosa nas sucessivas ações realizadas na empresa:

1. **Bom humor.** Desassédio individual e grupal.
2. **Exemplarismo.** Profissionalismo teático.
3. **Flexibilidade.** Reciclagem para corrigir os erros cometidos.
4. **Lucidez.** Manutenção do megafoco.

J. Conseqüência. O conscienciólogo, seja ele empreendedor ou não, pode evoluir através do estudo e aplicação da Conscienciologia aproveitando ao máximo as sincronicidades que ocorrem diariamente em suas atividades.

Análise. A fim de contribuir para a avaliação do nível de aproveitamento pessoal, são propostas 4 perguntas para reflexão, na ordem alfabética do assunto:

1. **Assistência.** *Sou assistencial no trabalho?*
2. **Fatuística.** *Sirvo de exemplo construtivo?*
3. **Oportunidade.** *Aproveito as sincronicidades?*
4. **Saldo.** *Somo ou subtraio de minha conta grupocármica?*

**QUANTO MAIS DINHEIRO, NEGÓCIOS E CLIENTES PASSAM
A COMPOR A REALIDADE DA EMPRESA, MAIS NECESSÁRIA
SE TORNA A HIGIENE CONSCIENCIAL DOS INTEGRANTES
PARA MANTER SADIA A CONVIVIALIDADE.**

II – ESTRUTURA

Estrutura. Para se construir uma empresa *de* conscienciólogos é importante a análise de 4 etapas correlatas ao empreendimento, apresentadas a seguir, em ordem de importância:

A. **Empreendedorismo.** Para iniciar uma empresa não basta ser conscienciólogo ou ter vontade de ser seu próprio chefe. Cabe ao empreendedor conhecer sua empresa e saber responder rapidamente: *O que é o meu negócio?*

Investimento. O primeiro investimento é feito no tempo dedicado ao estudo do futuro empreendimento.

Perfil. Eis, relacionados na ordem alfabética do assunto, 15 aspectos conscienciais facilitadores da identificação do conscienciólogo empreendedor:

01. **Autoconfiança.** Persistir diante de obstáculos ameaçadores da estabilidade da empresa.
02. **Automotivação.** Saber usar o discernimento, promovendo o *trinômio automotivação-trabalho-lazer*.
03. **Comunicação.** Desenvolver as relações comerciais visando à satisfação dos clientes e buscando sempre o *feedback*.
04. **Coragem.** Ter coragem de correr riscos calculados, enfrentando novos desafios.
05. **Disponibilidade assistencial.** Confiar no parapsiquismo, afinizando-se com os amparadores através da mobilização das ECs.
06. **Originalidade.** Ser polivalente na execução dos projetos; inovar para surpreender.
07. **Pensar grande.** Estabelecer metas objetivando o crescimento planejado da empresa.
08. **Pesquisa.** Estar permanentemente atualizado com as tendências de mercado.
09. **Profilaxia.** Estar lúcido para prevenir possíveis assédios, atuando de maneira rápida e eficiente.
10. **Profissionalismo.** Buscar melhorar a empresa através da qualificação dos profissionais contratados.
11. **Racionalidade.** Zelar pela saúde econômico-financeira da empresa.
12. **Realização.** Ter iniciativa na execução de projetos e metas estabelecidas, evitando o comodismo.
13. **Responsabilidade.** Assumir as conseqüências decorrentes das tomadas de decisões.
14. **Teática.** Dividir esforços com os funcionários visando ao trabalho em equipe.
15. **Visão.** Buscar oportunidades visando à expansão e à geração de novos negócios.

Cosmoética. De nada adianta ser um empreendedor capaz de realizar seus objetivos e gerar oportunidades de emprego se a base do sucesso profissional está calcada em princípios anticosmoéticos.

B. **Profissionalismo.** Sem profissionais não se materializa uma idéia. O *mentalsoma* da empresa está no conjunto de profissionais, o patrimônio intelectual construído pela contínua reciprocidade de demanda entre a empresa, os fornecedores e os clientes.

Conceito. O profissional é a conscin realizadora de atividades com seriedade, responsabilidade e competência.

Sucesso. Descobrir o trafor pessoal e aprender a usá-lo é o diferencial do profissional bem sucedido.

Qualificação. A trilha rumo a construção de uma empresa estável exige profissionais capazes de permutar conhecimento. A empresa incubadora de idéias empenha-se em agregar e qualificar profissionais habilitados para produzir e evoluir em equipe.

**A EMPRESA É ANTES DE TUDO UMA EQUIPE.
A SOMA DOS TRAFORES DO GRUPO
POSSIBILITA A DIVISÃO DOS ESFORÇOS
E A MULTIPLICAÇÃO DOS RESULTADOS.**

C. Empreendimento. Para sustentar um empreendimento não basta ter dinheiro. É necessário que o empreendedor esteja familiarizado com seu negócio.

Diagnóstico. A fim de contribuir para o diagnóstico da empresa, eis, na ordem alfabética, 13 questões para o empreendedor refletir, corrigir falhas e expandir seus negócios:

01. **Capacitação.** Investir em tecnologia e profissionais. *Quanto investi nos últimos 6 meses?*
02. **Competição.** Modernizar. *Sou competitivo no mercado?*
03. **Comunicação.** Inter-relacionamento. *Qual o feedback dos meus clientes e fornecedores?*
04. **Contribuição.** Assistencialidade. *Sei trabalhar com as ECs?*
05. **Disponibilidade.** Atendimento rápido. *Tenho disponibilidade para o meu cliente?*
06. **Divulgação.** Força presencial. *Estou visível para meu público-alvo?*
07. **Estruturação.** Sociedade sólida, *glasnost*. *Estou satisfeito na empresa?*
08. **Identificação.** Holopensene. *Qual é o materpensene da empresa?*
09. **Inovação.** Criatividade. *Ofereço algo original em produtos e/ou serviços?*
10. **Interação.** Multidimensionalidade. *Aplico a Conscienciologia ou sou apenas teórico?*
11. **Objetivação.** Equilíbrio. *Qual o percentual do trinômio automotivação-trabalho-lazer?*
12. **Qualificação.** Constância. *Meu produto e/ou serviço segue um padrão?*
13. **Reinvestimento.** Maturação. *Tenho a consciência de que, durante muito tempo, todo o dinheiro gerado será reinvestido no crescimento da empresa?*

D. Evitacões. O sucesso do empreendimento está na permanente atenção para evitar condutas equivocadas passíveis de transformar o sonho do negócio próprio em pesadelo.

Discernimento. O discernimento permite identificar situações de perigo, evitando acidentes de percurso, que quase sempre levam as micro e pequenas empresas a fecharem antes dos primeiros 2 anos de funcionamento.

Erros. A fim de contribuir para o diagnóstico de condutas equivocadas, estão relacionados a seguir, em ordem alfabética, 14 fatores que podem despertar a atenção do empreendedor:

01. **Assédio:** ações anticosmoéticas.
02. **Ausência energética:** gestão a partir do funcionário e não do empreendedor.
03. **Baixos investimentos:** economia em tecnologia e recursos conscienciais.
04. **Desatualização:** desconhecimento técnico e administrativo.
05. **Desinformação:** desconhecimento do mercado.

06. **Desorganização:** descontroles contábeis e administrativos.
07. **Dívidas:** nível insustentável de dívidas bancárias.
08. **Falta de planejamento:** otimismo cego e ingênuo.
09. **Financeiro:** falta de capital de giro.
10. **Inocência:** saque de dinheiro para despesas pessoais.
11. **Local:** ponto-de-venda errado em relação ao tipo de negócio.
12. **Modismo:** efeito bolha – *negócio do momento* de curta duração.
13. **Morosidade:** concorrentes mais ágeis e com preços melhores.
14. **Turnover:** alta rotatividade de profissionais.

CONCLUSÃO

Conduta. O empreendedor que faz uso corretamente da ponderação prática nas ações diárias da empresa amplia a margem de acertos no alvo da conduta cosmoética.

Ponderação. “A ponderação é a qualidade de quem age com equilíbrio, examinando atentamente perfis conscienciais, objetos, ambientes, contextos e dimensões, refletindo sobre as idéias e forças contrárias, a fim de tomar decisões baseadas em critérios racionais e autodiscerníveis dentro do momento evolutivo” (VIEIRA, 2003, p. 268).

Questionamento. *Qual o percentual diário de ponderação aplicada na conduta pessoal básica?*

O CONSCIENCIÓLOGO É SEMPRE O MAIOR BENEFICIÁRIO QUANDO REALIZA NEGÓCIOS COSMOÉTICOS VISANDO DIMINUIR O SALDO NEGATIVO DA SUA CONTA CORRENTE GRUPOCÁRMICA.

Benefícios. Eis, na ordem alfabética, 5 possíveis benefícios proporcionados por empresas *de* conscienciólogos:

1. **Conscin comunitária.** Proporcionar a cada integrante da empresa a possibilidade de fazer preponderar a intenção assistencial comunitária sobre o egocentrismo materialista.
2. **Esclarecimento.** Esclarecer o público-alvo sobre os benefícios da ciência Conscienciologia no que se refere à evitação dos aspectos negativos da Socin patológica.
3. **Laboratório.** Promover, através das relações interpessoais, dentro e fora da empresa, o material de pesquisa para a reeducação consciencial.
4. **Proéxis.** Fomentar a execução de proéxis individuais e grupais por todas as consciências envolvidas.
5. **Reconciliação.** Catalisar sincronicidades otimizadoras para a correção de erros pretéritos.

Concentração. Nos últimos 3 anos (Ano-base: 2006), Foz de Iguaçu, no Estado do Paraná, recebeu centenas de profissionais conscienciólogos, atuando em diferentes modelos de empresas e Instituições Conscienciocêntricas. O acolhimento desses profissionais pela cidade tem contribuído para a execução das proéxis individual e grupal de todos.

Retribuição. Essa oportunidade ímpar pode ser retribuída pela *Comunidade Conscienciológica Cosmoética Internacional* (CCCI), fortalecendo a implantação de holopense empresarial mais ético, a partir

do exemplarismo de cada profissional-conscienciólogo. A renovação de paradigma na sociedade convencional alcançará, ao longo do tempo, esferas mais abrangentes, reverberando, inclusive, em uma gestão política mais idônea e apartidária.

Empenho. O alcance multidimensional dos rastros sadios deixados através do trabalho realizado pela empresa dependerá da intencionalidade, motivação e empenho do empreendedor e equipe.

Síntese. Eis a síntese deste assunto através de megapensene trivocabular: – *Autofinanciemos nossa proéxis.*

REFERÊNCIAS

01. **Folha de São Paulo**; Redação; *Negócios*; Jornal; Diário; Seção: *Classificados*; 05.09.04.
02. **Guyomarc'h, Pol**; *Dicionário da Empresa*; 202 p.; alf.; ono.; Plátano Edições Técnica; Lisboa; Portugal; 1997.
03. **O Estado de S. Paulo**; Redação; *Está na Hora de Investir nas Pessoas*; Jornal; Diário; Seção: *Painel de negócios*; São Paulo, SP; 26.10.93; página 4.
04. **O Estado de S. Paulo**; Redação; *Manual Ensina a Lidar com Pessoas Difíceis*; Jornal; Diário; Seção: *Comportamento*; São Paulo, SP; 18.10.98; página 4.
05. **Stewart, A. Thomas**; *Comprar a Riqueza do Conhecimento*; Campus; Rio de Janeiro, RJ; S. D.
06. **Teles, Mabel**; *Traforismo*; *Conscientia*; Revista; Trimestral; Vol. 7; N. 4; out./dez. 2003; páginas 163 a 167.
07. **Vieira, Waldo**; *200 Teáticas da Conscienciologia*; 260 p.; 200 caps.; 13 refs.; alf.; 21 x 14 cm; br.; Instituto Internacional de Projeciologia e Conscienciologia; Rio de Janeiro, RJ; 1997.
08. **Vieira, Waldo**; *700 Experimentos da Conscienciologia*; 1.058 p.; 700 caps.; 300 testes; 8 índices; 2 tabs.; 600 enus.; ono.; 5.116. refs.; geo.; glos. 280 termos; 147 abrevs.; alf.; 28,5 x 21,5 x 7 cm; enc.; br.; Instituto Internacional de Projeciologia e Conscienciologia; Rio de Janeiro, RJ; 1994.
09. **Vieira, Waldo**; *Homo sapiens reurbanisatus*; 1.584 p.; 479 caps.; 40 ilus.; 7 índices; 102 sinopses; ono.; 7.653. refs.; geo.; glos. 214 termos; 139 abrevs.; alf.; 28 x 21 x 7 cm; enc.; br.; Centro de Altos Estudos da Conscienciologia; Foz do Iguaçu, PR; 2003.
10. **Vieira, Waldo**; *Projeciologia: Panorama das Experiências da Consciência Fora do Corpo Humano*; 1.248 p.; 43 ilus.; 1.907. refs.; geo.; glos. 300 termos; 150 abrevs.; ono.; alf.; 27 x 18,5 x 6 cm; enc.; 4ª Ed.; br.; Instituto Internacional de Projeciologia e Conscienciologia; Rio de Janeiro, RJ; 1999.

