



ELENCO - Escola de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos

ELENCO - Escuela de Líderes Emprendedores de Negocios Cosmoéticos

ELENCO - School of Entrepreneurial Leaders in Cosmoethical Business

Carlos Henrique Prim, Lindomar Herminio Cunha

Resumo

Este artigo apresenta o contexto de criação da ELENCO – Escola de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos. Ele também introduz seu primeiro produto: o Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos, lançado em fevereiro de 2016. Inicialmente, o artigo faz revisão bibliográfica do empreendedorismo, revelando seu contexto histórico. O empreendedorismo de negócios é abordado como tipo especial de empreendedorismo, e o empreendedorismo de negócios cosmoéticos seu novo paradigma. A ELENCO é apresentada neste novo paradigma com o objetivo de formar e apoiar novos líderes empreendedores em negócios cosmoéticos. A abordagem de ensino, a formatação, o conteúdo, bem como os benefícios e diferenciais do Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos, seu produto inicial, são introduzidos.

Palavras-chave: empreendedorismo; escola de líderes; negócios cosmoéticos.

Resumen

En este trabajo se presenta el contexto de la creación de ELENCO - Escuela de Líderes Emprendedores de Negocios Cosmoéticos y introduce su primer producto: el Curso de Formación de Líderes de Negocios Cosmoéticos, publicado en febrero de 2016. Inicialmente, el artículo hace una revisión bibliográfica del emprendimiento, revelando su contexto histórico. El emprendimiento de negocios se plantea como un tipo especial de emprendimiento y el caracterizado como cosmoético es analizado llevando el nuevo paradigma en cuenta. ELENCO se presenta en este nuevo paradigma con el objetivo de capacitar y apoyar a los nuevos líderes emprendedores de negocios cosmoéticos. También se introduce el método de enseñanza, el formato, el contenido, los beneficios y ventajas del Curso para la Formación de Líderes Emprendedores de Negocios cosmoético, su producto inicial.

Palabras clave: emprendimiento; escuela de lideres; negocios cosmoéticos.

Abstract

This work introduces the context in which ELENCO was created, as well as its first product – a course for entrepreneurial leadership development in cosmoethics business, which was launched in February, 2016. Initially, a literature review in entrepreneurship is carried out, revealing its historical context. Business entrepreneurship is regarded as a special kind of entrepreneurship and cosmoethics business entrepreneurship as its new paradigm. ELENCO is introduced within this new paradigm. It aims to develop and support new entrepreneurial leaders focused in creating and developing cosmoethics business. The teaching approach, schedule, benefits and differentials regarding its first product – the course for entrepreneurial leadership development in cosmoethics business – is introduced.

Keywords: entrepreneurship; cosmoethics business; school of leaders.

INTRODUÇÃO

Indução. No processo evolutivo, a cosmoética individual é ampliada de modo a induzir, na mesma direção, a cosmoética coletiva, formando uma Socin cosmoeticamente mais avançada. O empreendedorismo de negócios é visto como uma forma de promover essa indução. Nele, o líder empreendedor cria um negócio cosmoético, baseado em princípios mais avançados, servindo de exemplo e modelo para outras instituições elevarem o seu nível de cosmoética.

Elenco. Para formar e apoiar novos líderes empreendedores de negócios cosmoéticos, nasceu, em fevereiro de 2015, a ELENCO - Escola de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos.

Objetivo. Este artigo tem como objetivo apresentar, no contexto do estudo científico do empreendedorismo, a ELENCO e seu primeiro produto: o Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos.

Metodologia. Foram realizadas uma pesquisa bibliográfica sobre o empreendedorismo e uma pesquisa participante em relação à criação da ELENCO.

Estrutura. A primeira seção do artigo apresenta revisão bibliográfica sobre o empreendedorismo, fruto da pesquisa bibliográfica sobre o tema. Na segunda parte, a ELENCO – seus objetivos, público-alvo e equipe – e o seu primeiro produto – o curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos – são introduzidos.

I. EMPREENDEDORISMO

Estudo. O empreendedorismo é tão antigo quanto o comércio. Porém, começou a ser estudado de forma sistemática apenas no século XIX. Desde então, muitos conceitos sobre o tema foram criados. O empreendedorismo envolve muitas variáveis e etapas e ocorre em diferentes contextos. Por esse motivo, muitas áreas do conhecimento têm se interessado em estudar o tema.

A. Evolução do Estudo do Empreendedorismo

1. Pré-história do Empreendedorismo

Recompensa ao Risco. O empreendedorismo sempre foi relacionado com a ideia de alguém obtendo um retorno financeiro em recompensa a um risco assumido. No início, os empreendedores eram encontrados principalmente entre os militares e os comerciantes.

Militares. Líderes militares arriscavam a própria vida em guerras. Em troca, ganhavam benefícios econômicos consideráveis, uma vez que as guerras eram (e ainda são) causadas frequentemente por razões econômicas.

Comerciantes. Assim como os militares, os comerciantes antigos arriscavam a vida, bem como a posse dos seus pertences, ao levar produtos de uma localidade para outra através de rotas perigosas e desconhecidas. Por exemplo, Marco Polo era um aventureiro que procurava estabelecer rotas de comércio para o Oriente, uma terra de muitos produtos novos e fascinantes.

Lucro. Diferentemente dos militares, os comerciantes não eram bem vistos pelos pensadores da época. A coragem no comércio era vista de fora diferente da coragem na batalha. Os antigos gregos interpretavam a atividade econômica como um jogo de soma-zero, no qual o ganho de uma pessoa (o comerciante) era a perda de outra (o comprador). O fato de o comprador obter benefícios com os produtos adquiridos não era levado em conta. Nesta visão, o comércio não fazia nada para aumentar o bem estar agregado da sociedade. As trocas comerciais apenas aumentavam o capital do comerciante. Lucro, o retorno do empreendedorismo bem sucedido, não é bem visto até os dias de hoje muito em função dessa perspectiva negativa em relação aos comerciantes antigos.

2. Economia

Função empreendedora. Depois que os mercados econômicos se tornaram um elemento comum da sociedade, o empreendedorismo começou a ser estudado de forma disciplinada, inicialmente pelos economistas, cuja preocupação principal tem sido a de identificar o papel do empreendedor no sistema econômico.

Agente de mudança. O primeiro economista a conceituar o empreendedor foi o francês Cantillon (1680-1734). Para ele, o empreendedor é um agente de mudança, uma personalidade que assume o risco de produzir determinados produtos sem saber ao certo quantas pessoas irão comprá-los. Para não sofrer perdas, o empreender deve, então, criar demanda para seus produtos. Por outro lado, a introdução de novos produtos na vida das pessoas gera *mudanças* de hábitos em suas vidas.

Modelo do equilíbrio. Mais tarde, o empreendedor começou a ser visto de outras formas na economia, com menos importância. No final do século XIX, a economia passou a ser modelada como um sistema fechado que tende para o equilíbrio (economia clássica). O modelo considera que eventuais desequilíbrios entre a oferta e procura de produtos dentro do sistema econômico são causados por fatores externos ao sistema. Quando isso ocorre, em função da suposição da *racionalidade perfeita*, o sistema volta instantaneamente para o equilíbrio. É um sistema livre de riscos e incertezas. Não há lugar na teoria para um agente de mudança. O empreendedor passou a ser confundido com outros papéis, tais como o de fornecedor de capital (o capitalista) e o de proprietário de empresa (o empresário).

Modelo do desequilíbrio. A ideia do empreendedor como agente de mudança reapareceu mais tarde em três escolas econômicas alternativas: a Escola de Chicago (Knight); a Escola Neoaustriaca (Kizner); e a Escola Alemã (Schumpeter). As duas primeiras pertencem ao paradigma econômico do desequilíbrio. Elas concordam que o sistema econômico tende para o equilíbrio. Porém, sustentam que o equilíbrio é resultado da ação empreendedora. A capacidade do empreendedor de identificar

e explorar oportunidades geradas pelas desigualdades entre oferta e demanda leva o sistema para o equilíbrio.

Modelo da revolução-desequilíbrio. A Escola Alemã pertence ao paradigma econômico da revolução-desequilíbrio. De acordo com ela, o sistema econômico não tende para o equilíbrio, mas se desenvolve continuamente através de revoluções geradas internamente. As revoluções são causadas pelos empreendedores através de inovações (novas combinações). O empreendedor é um inovador cuja função é promover o desenvolvimento econômico. Atualmente, esta é a visão mais aceita do empreendedor na economia.

3. Psicologia e Sociologia

Oferta de empreendedores. Uma vez reconhecida a importância do empreendedor para o sistema econômico, pesquisadores da psicologia e sociologia preocuparam-se em estudar a *oferta* de empreendedores na sociedade: onde estão e quem são os empreendedores?

Personalidade empreendedora. Iniciou-se o estudo da personalidade e do *background* cultural do empreendedor. O objetivo era identificar o perfil empreendedor, o conjunto de traços que pudessem diferenciar empreendedores de não empreendedores. Os seguintes traços da personalidade foram associados ao empreendedorismo: necessidade de realização, *locus* interno de controle, alta propensão a assumir riscos e tolerância à ambiguidade.

Perfil demográfico. Estudos demográficos identificaram que os empreendedores tendem a ser mais educados (educação formal); vir de famílias em que os pais possuem negócio; iniciar negócios que tenham relação com um trabalho anterior; iniciar negócio em local onde já tenham vivido e trabalhado.

Ideologia protestante. Max Weber, economista e considerado um dos fundadores da sociologia, associou o empreendedorismo à cultura formada pela ideologia protestante. Ele observou que as culturas mais empreendedoras eram ligadas à religião protestante. A ideologia protestante dá um valor religioso ao trabalho e modifica a visão religiosa sobre o dinheiro. A riqueza, fruto do trabalho, é uma comprovação da religiosidade do indivíduo.

Minorias. Outros pesquisadores explicam o empreendedorismo como um meio pelo qual minorias em desvantagem procuram alterar o seu *status* social. Um exemplo são os judeus em muitos países.

4. Administração

Diversidade. Depois que muitos estudos sobre os traços e o *background* cultural do empreendedor foram realizados, os pesquisadores concluíram que não existe um perfil empreendedor ideal. O empreendedor pode se apresentar de diversas formas, em diferentes personalidades e culturas. Existem muitos outros fatores além da personalidade e do meio social e cultural que podem influenciar o sucesso de um empreendimento, tais como a saúde da economia local, a natureza da equipe de empreendedores, o mercado local de trabalho, o acesso às informações e ao capital e a situação de vida atual do empreendedor, incluindo o seu tempo e vitalidade.

Criação de empresas. A partir de então, muitos estudos do empreendedorismo se tornaram mais contextuais e processuais. O empreendedorismo foi associado à criação de novas organizações, dando origem ao estudo do comportamento empreendedor. Nesse contexto, o empreendedorismo pode ser definido como a identificação e exploração de oportunidades através da criação e desenvolvimento de novas organizações. O empreendedor é uma parte desse processo complexo, embora central.

5. Habilidades Cognitivas e Aprendizagem do Empreendedor

Cognição empreendedora. Mais tarde, pesquisadores ligados à psicologia começaram a estudar as habilidades cognitivas do empreendedor. Ao contrário dos traços, as habilidades cognitivas podem ser desenvolvidas. Para esses pesquisadores, empreendedores são indivíduos cognitivamente preparados para identificar oportunidades. Em função de seu *background* pessoal único, certos indivíduos estão preparados para reconhecer certas oportunidades, e não outras. Assim, para o empreendedorismo ocorrer, deve haver um nexo entre o indivíduo e a oportunidade.

Aprendizagem empreendedora. Uma alternativa recente para o estudo do empreendedor é a perspectiva da aprendizagem empreendedora. Pesquisadores dessa concepção verificaram que o empreendedor está continuamente aprendendo e se desenvolvendo no processo empreendedor. A aprendizagem empreendedora é parte integral do empreendedorismo. O empreendedor nunca está totalmente desenvolvido; é um “tornar-se empreendedor” permanente.

B. Empreendedorismo: Comportamento Independente do Contexto

Comportamento. Embora boa parte dos estudos do empreendedorismo tenha relação com o sistema econômico e a criação de empresas, o empreendedorismo pode ser visto como um comportamento independente do contexto.

Realização. Empreender é agir; é transformar; é fazer acontecer; é concretizar objetivos. A revitalização de um bairro é um ato empreendedor. A criação e publicação de um livro é outro exemplo de empreendedorismo. Assim, o empreendedorismo pode ser definido como o processo pelo qual um ou mais empreendedores identificam a oportunidade de mudar alguma coisa e transformam essa oportunidade em algo concreto, com efeitos reais.

C. Empreendedorismo de Negócios

Comércio. No empreendedorismo de negócios, o resultado final do processo é um produto ou serviço comercial, que dá origem a novo negócio.

Negócio. Convencionalmente, um negócio é entendido como atividade econômica com o objetivo de dar lucro. Um negócio possui as seguintes dimensões definidas: um produto ou serviço; um público-alvo (mercado); uma área geográfica de atuação; e, geralmente, um ou mais concorrentes.

Lucratividade. Um negócio tem vida própria. Possui centro de receitas e despesas independente, gerenciado por pessoa responsável pelo seu lucro. No final de um período, um ano, por exemplo, pode-se concluir se o negócio foi lucrativo ou não naquele período.

Cliente. Peter Drucker, considerado o pai da administração moderna, procurou dar um novo sentido para o conceito de negócio. Para ele, um negócio não pode ser definido ou explicado em termos

de lucro. “O lucro não é a explicação, a causa ou a razão das decisões de negócio, mas o teste da sua viabilidade.” (DRUCKER, 1974; p. 55). O lucro deve ser visto como um fator limitante, uma restrição para as decisões de negócio. É uma condição necessária para o negócio, caso contrário ele não sobrevive ao longo do tempo. Porém, a razão de ser de um negócio deve ser outra: “criar um cliente” (DRUCKER, 1974; p. 56).

D. Empreendedorismo de Negócios Cosmoéticos

Cosmoética. Um grande passo no empreendedorismo de negócio é dado quando associado ao conceito de cosmoética e inserido no paradigma consciencial. “A cosmoética é o conjunto de valores que regulam a conduta da consciência em todas as dimensões em que a mesma se manifesta.” (VIEIRA, 1994; p. 640).

Evolução. Desta maneira, o empreendedorismo ganha um foco assistencial, multidimensional e evolutivo. É definido como o processo pelo qual um ou mais empreendedores identificam uma oportunidade de melhorar a manifestação de outros princípios conscienciais e transformam essa oportunidade em um produto ou serviço com efeitos positivos reais sobre os mesmos.

Condicionante. A razão de ser de um negócio cosmoético é melhorar as condições de vida do outro. É assistir; esclarecer. Contudo, ela é mais ampla do que isso. Envolve a busca pela criação e sustentação de relações cosmoéticas e assistenciais com todos os que se envolvem com o negócio: fornecedores, colaboradores, governo, meio ambiente e qualquer outra instituição ou coletividade que interaja com o negócio. A cosmoética torna-se nova e fundamental condição limitante de um negócio; uma restrição para as suas tomadas de decisão e ações.

II. ELENCO

Elenco. A Escola de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos – ELENCO – é resultado de uma das ações do projeto Cognópolis Foz 2035, criado e desenvolvido pelo Conselho das Empresas Conscienciocêntricas (ECs), vinculado à UNICIN. Na configuração atual, as atividades da ELENCO foram iniciadas em fevereiro de 2015, embora suas raízes sejam mais anteriores.

Objetivos. Entre os objetivos da ELENCO estão:

1. Formar líderes empreendedores de negócios dentro do paradigma consciencial.
2. Criar oportunidades de trabalho qualificado para os intermissivistas residentes na cidade de Foz do Iguaçu e região.
3. Formar comunidade de negócios cosmoéticos.
4. Contribuir para a formação de socin mais cosmoética.

Equipe. A equipe da ELENCO é formada por profissionais que possuem experiências empreendedores diversas, práticas e teóricas, e que visam fomentar e desenvolver o empreendedorismo cosmoético.

Público-alvo. O público-alvo da ELENCO são os intermissivistas empreendedores. O intermissivista empreendedor é a consciência que possui potencial empreendedor e deseja criar um negócio

cosmoético. Ele não visa apenas o lucro financeiro, embora reconheça a sua importância, mas se preocupa também com o papel do negócio para o seu autodesenvolvimento, a interassistencialidade e a formação de uma sociedade mais avançada e sustentável.

Produtos e Serviços. A ELENCO desenvolverá diversos produtos e serviços para o alcance dos seus objetivos, tais como preceptorias, workshops e oficinas para o desenvolvimento de novos negócios. Seu primeiro produto foi lançado em fevereiro de 2016 – o Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos, apresentado a seguir.

A. Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos

Produto mínimo viável. O curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos foi desenvolvido sob a própria filosofia em que é embasada: lançar no mercado, o mais rápido possível, um produto ou serviço para que o mesmo possa ser continuamente aperfeiçoado. A base do aperfeiçoamento é o entendimento cada vez mais profundo das necessidades do público alvo, entendimento que somente a prática possibilita.

Turma inicial. A primeira turma iniciou-se em 13/02/2016 e foi formatada em 12 módulos. Os encontros ocorreram no segundo sábado de cada mês, das 8h30 às 12h e das 14h30 às 18h. Em cada sábado, foram conduzidos 2 módulos, totalizando 6 meses de curso.

Conteúdo. Os 12 módulos do primeiro curso são apresentados a seguir, com os seus principais tópicos.

Módulo 1. Empreendedorismo na Prática:

1. O empreendedorismo de negócios cosmoéticos.
2. As manifestações do empreendedor de negócios cosmoéticos.

Módulo 2. Autoavaliação Empreendedora:

1. Alinhamento do empreendedorismo de negócios cosmoéticos à proéxis pessoal.
2. Forças empreendedoras pessoais positivas e negativas.

Módulo 3. Criatividade e Geração de Ideias de Negócios Cosmoéticos:

1. Fontes de ideias de negócios.
2. Autodesenvolvimento da capacidade de identificação de ideias de negócios.

Módulo 4. Análise de Oportunidade de Negócios Cosmoéticos:

1. Critérios de validação de ideias de negócio.
2. Minha ideia é uma oportunidade real de negócio cosmoético?

Módulo 5. Empatia e Perfil do Cliente:

1. Aprofundamento da compreensão das manifestações do público-alvo através de técnicas de empatia.

Módulo 6. Proposta de Valor:

1. Criação de soluções abstratas e geradoras de valor para o público-alvo.

Módulo 7. Materialização de Oportunidades de Negócios Cosmoéticos:

1. Técnicas para materializar soluções abstratas em produtos ou serviços reais, com efeitos positivos, cosmoéticos, para o público-alvo.

Módulo 8. Modelos de Negócios Cosmoéticos:

1. Formas de produzir e entregar valor para o cliente e lucrar com isso cosmoeticamente.

Módulo 9. Inteligência Financeira:

1. A lógica do dinheiro em negócios cosmoéticos.
2. Gestão financeira de negócios cosmoéticos.

Módulo 10. Parcerias Cosmoéticas:

1. Criação e sustentação de relações cosmoéticas com clientes, fornecedores, colaboradores, sociedade, meio-ambiente e outras partes interessadas.

Módulo 11. Gestão de Negócios Cosmoéticos:

1. Ferramentas para a gestão de negócios cosmoéticos.
2. O líder empreendedor como modelo cosmoético.

Módulo 12. Comunicação Cosmoética:

1. Como divulgar a empresa e seus produtos de forma cosmoética.

Diferenciais. O curso apresenta os seguintes diferenciais em comparação com outros cursos de empreendedorismo na socin:

1. Trabalho com bioenergias e conexão com equipex de amparadores empreendedores.
2. Temática da cosmoética permeando todas as discussões.
3. Autoanálises ampliadas do empreendedor.
4. Vínculo do empreendedorismo com a proéxis.
5. Trabalho de uma ideia de negócio ao longo do curso, passando por *todas* as suas fases, podendo resultar em novo negócio real.
6. Uso do parapsiquismo cosmoético na criação e desenvolvimento do negócio.

Teática. Além disso, o curso utiliza as ferramentas e técnicas mais avançadas do ensino do empreendedorismo, utilizadas pelas principais escolas do empreendedorismo no mundo.

Benefícios. O curso apresenta os seguintes benefícios para os alunos participantes:

1. Ampliação da visão pessoal sobre o empreendedorismo de negócios.
2. Criação de vínculos com os amparadores empreendedores.
3. Possibilidade de empreender o seu próprio negócio cosmoético.
4. Desenvolvimento do fraternismo nos negócios, sem perder de vista a lucratividade.
5. Exemplarismo dentro de novo paradigma de negócios.
6. Contribuição para a formação de sociedade mais avançada.

CONCLUSÃO

Fragmentação. O empreendedorismo, enquanto fenômeno, existe desde a antiguidade. Seu estudo, porém, é recente. Além disso, é fragmentado, sendo conduzido por pesquisadores com visões parciais sobre o fenômeno.

Novo Paradigma. Este artigo procurou dar visão holística do fenômeno e contribuir para a construção de novo paradigma de negócios, baseado nos princípios da cosmoética e do paradigma consciencial.

Propósito. Para que esse novo paradigma seja colocado em prática, é necessário que líderes empreendedores de negócios cosmoéticos sejam formados. A ELENCO surgiu com este propósito.

Cosmoética coletiva. Através de seus produtos e serviços, dentre eles o Curso para Formação de Líderes Empreendedores de Negócios Cosmoéticos, apresentado neste artigo, líderes empreendedores interessados no novo paradigma podem ampliar a cosmoética pessoal e induzir, através do seu empreendimento, a cosmoética coletiva da socin, trazendo resultados pessoais e sociais positivos.

REFERÊNCIAS

1. DRUCKER, Peter; *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*; Butterworth-Hinemann; London, UK, 1974.
2. VIEIRA, Waldo; *700 Experimentos da Conscienciologia*; Instituto Internacional de Projeciologia (IIP); Rio de Janeiro, RJ; 1994.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. BAUMOL, William J.; Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds; *Journal of Business Venturing*; V. 8, N. 3, p. 197-210; 1993.
2. GARTNER, William B.; 'Who is an Entrepreneur?' is the Wrong Question; *American Journal of Small Business*; V. 12, N. 4, p. 11-31; 1988.
3. HÉRBERT, Robert F. & LINK, Albert N.; *Historical Perspectives on the Entrepreneur*; *Foundations and Trends in Entrepreneurship*; V. 2, N. 3, p. 261-408; 2006.
4. KIRCHHOFF, Bruce A.; *Entrepreneurship's Contribution to Economics*; *Entrepreneurship Theory and Practice*; V. 16, N. 2, p. 93-112; 1991.
5. LOW, Murray B. & MACMILLAN, Ian C.; *Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges*; *Journal of Management*; V. 14, N. 2, p. 139-161; 1988.
6. RAE, Davi; *Entrepreneurial Learning: a Narrative-based Conceptual Model*; *Journal of Small Business and Enterprise Development*; V. 12, N. 3, p. 323-335; 2005.
7. RAE, David; *Understanding Entrepreneurial Learning: a Question of How?*; *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*; V. 6, N. 3, p. 145-159; 2000.
8. SHANE, Scott & ECKHARDT, Jonathan; *The Individual-opportunity Nexus*; ACS; in ZOLTAN J. & AUDRETSCH, David B. (Eds.); *Handbook of Entrepreneurial Research: an Interdisciplinary Survey and Introduction*; Springer; New York, USA; 2003; cap.8, p.161-191.

Carlos Henrique Prim, graduado em Engenharia Mecânica; mestrado em Engenharia de Energia Sustentável; especialização em Finanças Empresariais, doutorado e pós-doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento; professor universitário; voluntário em Conscienciologia desde 2003; atualmente membro do Conselho das Empresas Conscienciocêntricas e voluntário e docente na ELENCO.

E-mail: chprim@gmail.com

Lindomar Hermínio Cunha, graduado em Psicologia; voluntário em Conscienciologia desde 2010; membro do Conselho das Empresas Conscienciocêntricas; voluntário e docente na Reaprendentia e ELENCO.

E-mail: lindomarcunha1@gmail.com