

Mediul care te eliberează în plan spiritual

Misiunea mea este o viață trăită pentru a servi

Toate lucrurile pentru care mă rog îmi sunt dăruite deja

Afacerile nu sunt altceva decât o cale de evoluție către un nivel de conștiință mai elevat, ce îi privește pe clienți ca pe niște oameni pe care ai privilegiul de a-i sluji și cu care poți cultiva relații semnificative. Furnizarea unui produs sau a unui serviciu este o modalitate prin care ne putem sluji și conecta unii cu ceilalți. Circularea energiei numite bani este doar un schimb.

În timpul slujbelor de la Agape, noi percepem o colectă. Mesajul pe care îl propovăduiesc eu este că banii sunt un bilet la ordin energetic ce urmează să fie încasat la o dată ulterioară. Cu alte cuvinte, noi nu binecuvântăm banii, ci energia eliberată atunci când aceștia iau forma bunurilor, proiectelor filantropice, donațiilor către organizații care fac bine în această lume, etc. Cred că ai înțeles ideea. Dacă privim banii ca pe un simplu mijloc prin care putem deveni niște consumatori de bunuri, și nu ca pe un instrument al creativității și al frumuseții, ei pot fi de-a dreptul distructivi. Cu cât devenim mai prosperi și mai generoși, cu atât mai mult ne onorăm noi biletul la ordin.

Oamenii care intră în afaceri exclusiv de dragul banilor nu înțeleg cât de mult rău au făcut acestei planete și locuitorilor săi afacerile de dragul profitului. Ei nu înțeleg că oamenii moderni își doresc să își alinieze valorile personale cu mediul exterior și cu ceea ce cumpără. Atunci când muncești exclusiv de dragul profitului, tu nu evoluezi în nici un fel. Profitul nobil este definit ca acel profit folosit nu doar pentru susținerea vieții noastre, ci și pentru crearea unei societăți mai bune și mai drepte.

Spiritualizarea afacerilor

Spiritualizarea afacerilor începe cu „spiritul”, cuvânt care derivă din latinescul *spiritus*, care înseamnă *respirație*. Spiritul este cel care respiră forța vitală creatoare în toate expresiile existenței, inclusiv în afaceri. Convergența științei cu spiritualitatea conduce la concluzia că noi trăim, ne mișcăm și existăm într-un câmp unificat de energie care interconectează toate formele de viață, inclusiv rețeaua comerțului. Granițele dintre sectoarele corporatiste și cele nonprofit devin din ce în ce mai neclare la ora actuală. Cei care lucrează în lumea afacerilor realizează din ce în ce mai mult că noi trăim la intersecția mai multor culturi, având capacitatea de a organiza astfel lucrurile încât să îmbunătățim viața pe această planetă. La ora actuală se răspândește ideea că impactul produselor și serviciilor asupra oamenilor se reflectă asupra companiei și a conducerii ei sub forma unei energii similare cu cea transmisă de acestea lumii exterioare. William W. George, profesor de management la Facultatea Economică din cadrul Universității Harvard, exprimă astfel această idee: „Noi suntem ființe spirituale. De aceea, eliberarea întregii capacități a unui individ – mentală, fizică și spirituală – conferă o putere enormă organizației. Acest lucru nu are nimic de-a face cu religia. Oameni cu credințe diferite, sau fără nici o credință religioasă, se pot reuni pentru o cauză comună și pentru serviciile oferite altora prin activitatea lor”.

Această abordare revoluționară a afacerilor conduce la o serie de rezultate cu totul remarcabile. Dacă vei intra într-un magazin Target la ora actuală, vei găsi aici un afișaj mare care prezintă programele umanitare la care lanțul de magazine contribuie cu trei milioane de dolari săptămânal, 5% din profitul companiei înainte de impozitare, programe dedicate educației, artelor și serviciilor sociale. Tom Chappell, președintele executiv al companiei Tom's din Maine, vestită pentru pastele sale de dinți și pentru săpunurile sale, donează 10% din profitul său înainte de impozitare unor cauze filantropice și le oferă angajaților săi patru ore plătite pe săptămână pentru a lucra voluntar în serviciul comunității.

În timpul unui interviu referitor la produsele pe care le comercializa, de la sosuri de salată și floricele de porumb până la mâncare pentru câini, Paul Newman a răspuns că el și soția sa, actrița Joanne Woodward, au venit la Hollywood pentru a deveni actori bine recompensați pentru arta lor. Deși au avut un mare succes, ceva a continuat să lipsească din viața lor, până când și-au dat seama că doresc să ofere ceva înapoi societății. Începând din anul 1982, ei au donat 200 de milioane de dolari către mii de organizații caritabile din lume, prin intermediul fondului Newman's Own Organics. Cei doi s-au numărat printre cei care au declanșat – împreună cu alți oameni de afaceri precum dr. David Bronner și săpunurile sale, sau compania de înghețată a lui Ben și Jerry – schimbarea la față a manierei de a face afaceri, dar și de a cumpăra. Gândește-te puțin: toți cei care cumpără produse de la companiile ale căror profituri sunt direcționate în beneficiul umanității sunt practic niște filantropi. Deși dividendele acordate acționarilor rămân în responsabilitatea companiilor, acestea își tratează la ora actuală angajații cu un respect din ce în ce mai mare și dăruiesc din ce în ce mai mult comunității, militând pentru protecția mediului, drepturile oamenilor, siguranța publică și îngrijirea sănătății.

Conștiința dă naștere lucidității

Spiritualitatea și profitabilitatea nu se exclud reciproc. Este suficient să intri în orice librărie pentru a găsi aici rafturi întregi cu cărți care reflectă trendul actual de introducere a principiilor spirituale la locul de muncă. Dacă vei analiza Internetul sau revistele, vei găsi aici reclame dedicate unor conferințe care promovează leadership-ul și practicile de afaceri iluminate. În vechea limbă engleză, cuvântul *leadership* însemna „a fi primul”. Acest lucru subliniază cât de mare este impactul pe care îl are leadership-ul unei organizații asupra afacerii propriu-zise, a angajaților săi și a lumii exterioare. *Indiferent dacă este condusă de un individ sau de o echipă, structura unei organizații nu poate evolua colectiv atât timp cât conducerea ei nu trece printr-un proces de transformare a conștiinței.*

Rugăciunea și meditația nu mai sunt o practică exotică în mediul de afaceri. Birourile companiei Apple Computer au o cameră de meditație, iar membrilor personalului li se acordă o jumătate de oră pe zi pentru a medita și pentru a se ruga. Editura mea, *Beyond Words*, încurajează dezvoltarea corpului, minții și spiritului prin oferirea unor cursuri de dezvoltare personală angajaților săi, a unor masaje săptămânale de relaxare și ale tălpilor, precum și a unor mese din alimente organice la cantina companiei. Am auzit că *Sounds True*, o companie de producție audio/video din Colorado, are la rândul ei o cameră de meditație și oferă personalului ei cursuri de meditație. *Rhino Records* din Los Angeles le oferă angajaților săi mese organice și masaje. Alte companii oferă cursuri de yoga, de respirație profundă, de tai chi, și alte practici de reducere a stresului. La Centrul Spiritual Internațional Agape, organizația pe care am fondat-o, noi ne oprim în fiecare zi din ce facem între orele 3:00-3:30 pentru a medita; de asemenea, avem parteneri de rugăciune care oferă suport pentru rugăciunea afirmativă. O dată pe lună, întreaga comunitate Agape, alcătuită din 10.000 de membri locali, este invitată să participe la o ședință de vizualizare pentru a co-crea viziunea și misiunea în continuă evoluție a Mișcării Agape.

Toate aceste organizații (și nu am numit decât o mică parte dintre ele) oferă dovezi empirice că trezirea conștiinței conduce la o luciditate mai mare, care tinde să devină o prezență benefică pe această planetă. Acest mecanism include și minimizarea impactului asupra mediului ecologic, atât de important pentru generațiile viitoare. Copreședintele companiei *Whole Foods* a exprimat minunat acest lucru atunci când a spus: „Noi nu suntem comercianți cu o misiune spirituală, ci misionari care practică comerțul”.

De la supraviețuirea lui Darwin la înflorirea culturală

Afacerile au un triplu scop: împlinirea nevoilor vii ale societății și crearea unui mediu în care fericirea și dezvoltarea de sine să poată înflori, iar arta și frumusețea să fie încurajate. Orice altceva este o invazie a egoului în mediul de afaceri.

Cu mult timp în urmă, viața noastră se baza pe un model de supraviețuire care conducea la o competiție între triburi, sate, afaceri și națiuni. Teoria darwinistă a propovăduit supraviețuirea celui mai puternic într-un mediu bazat pe raritate, în care indivizii cei mai puternici erau cei care primeau bunurile. Acest model nu mai este valabil la ora actuală, întrucât s-a dovedit că noi trăim de fapt într-o lume a abundenței. Cei care construiesc afaceri, cooperează și colaborează – nu numai că supraviețuiesc, dar chiar înfloresc.

Afacerile și leadership-ul care se focalizează asupra lipsurilor (rarității) și competiției își fac rău singure, dar și comunității în care trăiesc, clienților lor și umanității în general. Ele nu evoluează. Modelul unei afaceri de succes se bazează pe practici economice sănătoase, iar serviciul combinat cu principiul unității (care afirmă că întreaga viață este interconectată) reprezintă un punct de vedere iluminat ce oferă beneficii pe termen lung. Specia care experimentează nivelul cel mai înalt de cooperare și de colaborare manifestă tendința cea mai avansată de a înflori și de a evolua, demonstrând astfel puterea interioară a intenției.

Afacerile iluminate susțin rețeaua vieții

Revista *BusinessWeek* afirmă într-un articol că 95% dintre americani nu mai susțin conceptul potrivit căruia unicul scop al unei corporații este profitul. Președinții executivi ai unor corporații puternice care au obținut profituri de miliarde de dolari, dar au dat afară mii de oameni, făcându-i să își piardă casele, din cauza lăcomiei și managementului lor greșit, au fost la rândul lor restructurați. Oamenii maturi consideră banii un produs secundar de-a lungul călătoriei către împlinirea menirii lor în viață. Ei nu își privesc afacerile ca pe o simplă resursă de bani cash, ci mai degrabă ca pe un instrument de manifestare a creativității lor, de împărtășire a darurilor, talentelor, pasiunilor și resurselor lor.

Atunci când o companie își furnizează produsele sau serviciile cu scopul de a-și manifesta creativitatea, generozitatea, serviciul, excelența, integritatea și frumusețea, întreaga rețea a vieții are de profitat. Oamenii vor da năvală pentru a cumpăra aceste produse și servicii. Chiar dacă există și alte afaceri care oferă aceleași produse sau servicii, oamenii sunt dispuși adeseori să plătească mai mult atunci când percep energia creativității și serviciului, conștienți că primesc cu adevărat ceva în plus.

Dintr-o perspectivă progresistă, dacă ai obținut succesul în carieră, înseamnă că este timpul să susții rețeaua vieții prin aplicarea principiilor care te-au ajutat să ai un succes personal pentru crearea unui succes global, care să conducă la împlinirea nevoilor tuturor oamenilor. A face bani numai de dragul de a face bani înseamnă a rămâne blocat într-o lume interioară claustrofobă și egoistă. A sosit timpul să joci un joc la o scară mai mare, aducându-ți o contribuție sporită la bunul mers al planetei, și nu doar la succesul tău personal (acesta din urmă nefiind decât un aspect al dezvoltării tale generale). *Scopul este să crezi un sistem în care oamenii să nu lucreze exclusiv pentru bani sau pentru un câștig personal, ci și pentru a susține progresul planetei și al locuitorilor săi pe următorul nivel evoluționist.* Acest lucru echivalează cu o amplificare a reciprocității, colaborării, cooperării, compasiunii, păcii și prosperității pentru toată lumea.