



**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE
ADMINISTRAÇÃO**

MARIANA PINTO SOARES DE SOUZA

**COMO O LÍDER TOMA DECISÕES: UM ESTUDO SOBRE OS
PROCESSOS RACIONAIS E A INTUIÇÃO**

RESTINGA SÊCA, RS

2019



MARIANA PINTO SOARES DE SOUZA

**COMO O LÍDER TOMA DECISÕES: UM ESTUDO SOBRE OS
PROCESSOS RACIONAIS E A INTUIÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso de
Graduação em Administração, Faculdade
Antonio Meneghetti-AMF, apresentado
como requisito parcial para obtenção do
grau de bacharel em Administração.
Orientadora: Prof^a. Esp. Jussara Foletto

RESTINGA SÊCA, RS

2019

MARIANA PINTO SOARES DE SOUZA

**COMO O LÍDER TOMA DECISÕES: UM ESTUDO SOBRE OS
PROCESSOS RACIONAIS E A INTUIÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Banca Examinadora:

Orientadora: _____
Prof.^a Ms. Jussara Foletto
Antonio Meneghetti Faculdade-AMF

Membro: _____
Prof.^a Esp. Almir Francisco Foletto
Antonio Meneghetti Faculdade-AMF

Membro: _____
Prof. Dr. Ricardo Schaefer
Antonio Meneghetti Faculdade-AMF

Restinga Sêca, 09 de novembro de 2019.

DEDICATÓRIA

Eu dedico este trabalho à minha orientadora, Jussara Foletto, por ter me ajudado e auxiliado em todo o processo desse belo trabalho de conclusão de curso

Eu dedico à minha família que dispôs de todos seus recursos para me permitir realizar este trabalho

E por último, eu dedico às pessoas que estudam na Antonio Meneghetti Faculdade para que seja um trabalho que possa ajudar a todos que lerem ele

AGRADECIMENTOS

Sou grata, pela faculdade maravilhosa em que tive oportunidade de estudar e ter muito aprendizado durante esses cinco anos, aos professores, direção e colaboradores por todo apoio que me deram nos momentos em que precisei.

Agradeço minha amiga e orientadora Jussara Foletto por toda ajuda que me deste durante esses seis anos de convivência, é minha segunda mãe.

E por fim, agradeço minha mãe Marlei, e minha dinda Marli, por todo tempo e esforço que fizeram para que me dessem um futuro melhor, e eu sei que estar me formando na Antonio Meneghetti Faculdade significa que sou uma pessoa privilegiada.

Obrigada por todos os ensinamentos e conhecimentos que tive nesta instituição de ensino, a Ontopsicologia mudou minha vida, e com certeza irá mudar a de todos que tiverem contato com ela.

A todos os que fizeram parte da minha caminhada até aqui, meus agradecimentos.

“Sobre esse tema não se terminaria nunca sem aprender, de analisar culturas, experiências, encontros: continuamente o homem está em exercício aberto de aprendizagem do social, porque depois cada vitória no social implica uma vantagem no Em si ôntico”

Antonio Meneguetti

RESUMO

O líder constantemente deve tomar decisões, e, devido ao desenvolvimento acelerado da tecnologia, essas decisões são cada vez maiores e mais significativas, pois esta mesma tecnologia torna uma empresa de fundo de garagem milionária ou uma grande empresa obsoleta. Essas decisões que o líder deve tomar ao longo do seu dia a dia muitas vezes são pautadas na própria experiência, ou seja, baseadas em resultados já obtidos, nos processos matemáticos existentes, conselhos e opiniões de sócios, gerentes, administradores, conselheiros ou mesmo da família. Portanto, este trabalho teve como tema estudar os diversos modos com que o líder toma decisões nos seus negócios além dos processos da racionalidade. Analisou-se qual o método que o líder utiliza na tomada de suas decisões empresariais; verificou-se quais métodos estatísticos ou racionais que o líder utiliza para a tomada de decisão; citou-se quais outras formas de decisão que o líder utiliza além da racionalidade e examinou-se se havia diferença de critérios de decisão entre os líderes que estudam Ontopsicologia e os que não estudam ou que estão iniciando os estudos. Os métodos utilizados para a compreensão deste estudo foi um questionário com perguntas abertas e fechadas, que foi aplicado a dois grupos: sendo um composto por iniciantes do curso da Escola de Negócios e outro grupo pelos alunos da turma mais avançada do MBA – Business Intuition, ambos os grupos localizados na Antonio Meneghetti Faculdade, Restinga Sêca. Também foi realizada uma entrevista com três empresários que estudam a Ontopsicologia há mais de dez anos. O motivo deste trabalho foi para mostrar que existem outras formas que o líder pode utilizar seu critério de decisão, e que não importa o quanto o mundo mude, a escolha ótima sempre virá do nosso Em Si ôntico, porém não significa que devemos deixar de lado a racionalidade, mas unir as duas formas, afinal a racionalidade é necessária para poder colher a intuição.

Palavras-chave: Administração. Intuição. Líder. Ontopsicologia.

ABSTRACT

The leader must constantly make decisions, and because of the rapid development of technology, those decisions are getting bigger and bigger, because that technology makes a millionaire garage fund company or a big company obsolete. These decisions that the leader must make throughout his day are often based on his own experience, that is, based on results already obtained, existing mathematical processes, advice and opinions of partners, managers, administrators, directors or even the family. Therefore, this work had as its theme to study the different ways in which the leader makes decisions in his business beyond the processes of rationality. The method the leader uses to make his business decisions was analyzed; which statistical or rational methods the leader uses for decision making; What other forms of decision-making are the leader using beyond rationality. It was examined whether there was a difference in decision criteria between leaders who study Ontopsychology and those who do not study or are beginning their studies. The methods used to understand this study was a questionnaire with open and closed questions, which was applied to two groups: one consisting of beginners of the Business School course and another group by students from the most advanced MBA - Business Intuition class, both groups located at Antonio Meneghetti College, Restinga Sêca. An interview was also conducted with three entrepreneurs who have been studying Ontopsychology for over ten years. The reason for this work was to show that there are other ways that the leader can use his decision criteria, and that no matter how much the world changes, optimal choice will always come from our oneness, but it does not mean that we should set aside rationality, but uniting the two forms, after all rationality is necessary in order to reap intuition.

Keywords: Administration. Intuition. Leader. Ontopsychology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: o inconsciente.....	18
Figura 2: uma alcateia trilhando um novo caminho na neve.....	20
Figura 3: elefantes fugiram do tsunami dias antes.....	31
Figura 4: critério de tomada de decisão do líder.....	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Métodos Alternativos: MBA e EN.....	65
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de pessoas de cada sexo.....	37
Gráfico 2 – Cidade dos entrevistados.....	38
Gráfico 3 – Idade dos Entrevistados.....	39
Gráfico 4 – Grau de escolaridade.....	39
Gráfico 5 – Métodos Matemáticos.....	40
Gráfico 6 – Confia totalmente nos métodos matemáticos.....	41
Gráfico 7 – Métodos Alternativos.....	42
Gráfico 8 – Confia totalmente nos métodos alternativos.....	43
Gráfico 9 – Confia totalmente nos métodos alternativos.....	43
Gráfico 10 – Confiam na intuição e confirma nos métodos matemáticos.....	44
Gráfico 11 – Confia no critério não racional na tomada de decisão ou tem medo de errar.....	45
Gráfico 12 – Tem intuição mas decide tomar uma decisão pelo método matemático e erra.....	46
Gráfico 13 – Número de pessoas de cada sexo.....	47
Gráfico 14 – Cidade dos entrevistados.....	48
Gráfico 15 – Idade dos Entrevistados.....	48
Gráfico 16 – Grau de escolaridade.....	49
Gráfico 17 – Métodos Matemáticos.....	50
Gráfico 18 – Confia totalmente nos métodos matemáticos.....	51
Gráfico 19 – Métodos Alternativos.....	52
Gráfico 20 – Confia totalmente nos métodos alternativos.....	53
Gráfico 21 – Tem êxito na utilização de quais dos métodos.....	53
Gráfico 22 – Confiam na intuição e confirma nos métodos matemáticos.....	54
Gráfico 23 – Confia no critério não racional na tomada de decisão ou tem medo de errar.....	55
Gráfico 24 – Tem intuição mas decide tomar uma decisão pelo método matemático e erra.....	56

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 TEMA	9
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	9
1.3 OBJETIVOS	9
1.3.1 Objetivo Geral.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos	10
1.4 JUSTIFICATIVA	10
1.5 ESTRUTURA DA PESQUISA	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 O LÍDER.....	13
2.2 A RACIONALIDADE NA TOMADA DE DECISÃO	15
2.2.1 A intuição como valor intrínseco do humano	19
2.3. PROCESSOS DE DECISÕES ALÉM DA RACIONALIDADE	21
2.3.1. Intuição e racionalidade	22
2.3.2. Critério Organísmico	23
2.3.3. A Imagem e os sonhos	26
2.3.4. Sinais da natureza	29
3. MÉTODO	33
3.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO	34
3.2 SUJEITOS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	36
3.3 ANÁLISE DOS DADOS	36
4. RESULTADO E DISCUSSÃO	37
4.1. RESULTADO QUESTIONÁRIO APLICADO AO MBA BUSINESS INTUITION (GRUPO BI):.....	37
4.2. RESULTADO QUESTIONÁRIO APLICADO A ESCOLA DE NEGÓCIOS (GRUPO EN)	47
4.3. RESULTADO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS:.....	59
4.4. TRIANGULAÇÃO DOS DADOS	64
5. CONCLUSÃO	67
REFERÊNCIAS	70
APÊNDICES	73

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento acelerado da tecnologia vem trazendo modificações de toda ordem no campo empresarial. Em cada canto do globo terrestre, os avanços tecnológicos afetam qualquer setor da economia. Hoje, fala-se na quarta revolução industrial, e que os processos repetitivos nas empresas estão sendo amplamente substituídos pela inteligência artificial.

Essa mesma tecnologia ampliou o sentido de concorrência, não sendo mais somente o vizinho de porta ou o business da mesma região: a internet abriu as portas para que qualquer bem, serviço ou produto possa ser concorrente de qualquer lugar no mundo.

Como se adaptar e decidir nesse cenário tão mutante é um dos grandes desafios do empreendedor. Os modelos de gestão para a tomada de decisão estão se adequando no ritmo das mudanças? Essas e tantas outras indagações fazem parte do universo empresarial nos dias atuais.

Por outro lado, as pessoas deverão realizar um papel cada vez maior dentro das empresas, pois a inteligência artificial não poderá substituir características humanas como a empatia, o saber servir, a criatividade, a liderança, a intuição, o entusiasmo, o calor humano, que serão o diferencial entre as empresas, melhorando sua competitividade neste universo tão global.

O líder, sendo aquele que tem a capacidade de compreender a lógica da economia e adequar os meios para a realização de um escopo, possui em sua própria essência a intuição para adaptar-se às constantes mudanças. Os parâmetros, critérios para suas escolhas, deverão ser rápidos e assertivos para que seu business possa evoluir juntamente com a sociedade.

A racionalidade, como um modelo de reflexão humana, baseada na probabilidade, sempre foi valorizada como um atributo de inteligência. Já a intuição, por ser difícil de quantificar, foi relegada à magia, à religiosidade e a uma capacidade de pouquíssimas pessoas, portanto, não valorizada no universo científico.

Hoomans (2015) cita que o ser humano toma aproximadamente 35.000 decisões ao dia. Desde o momento em que levanta da cama até a hora de dormir, está constantemente sendo impelido a fazer escolhas.

Simon (2008) diz que a racionalidade humana é limitada e por isso não se tem como fazer escolhas com total assertividade.

Kahneman (2012) cita que as decisões são tomadas de forma instintiva, o inconsciente antecipa-se às decisões. Suas descobertas sobre a economia comportamental lhe conferiu o prêmio Nobel de Economia em 2002.

A Ontopsicologia¹, como uma nova ciência que traz ao universo científico o autoconhecimento humano, como base para a tomada de decisão, compreendeu esse ser humano indo além do que foi descrito pelas escolas que a precederam. Recolheu tudo o que foi produzido de forma autêntica sobre o ser humano e trouxe novidades e contribuições implementares.

Chikota e Pozza (2015, p. 51) dizem que “os seres humanos são inteligentes, porém usam instrumentos que nem sempre são critérios exatos, como por exemplo, a consciência, as emoções, a racionalidade”.

Se a racionalidade é limitante para a tomada de decisão, a qual é realizada muitas vezes de forma inconsciente, o ser humano precisa encontrar a forma mais inteligente para realizar as suas escolhas de forma assertiva.

1.1 TEMA

O tema desta pesquisa foi realizar um estudo sobre os diversos modos com que o líder toma decisões nos seus negócios: usando somente os processos racionais matemáticos, por meio de experiências ou usando a intuição.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

O problema da pesquisa foi saber quais são os critérios da tomada de decisão que o líder utiliza no seu processo de gerenciamento?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Analisou-se quais os métodos que o líder utiliza na tomada de suas decisões empresariais.

¹ A Ontopsicologia “significa estudo dos comportamentos psíquicos em primeira atualidade incluída a compreensão do ser”, é o estudo da alma e do ser. (MENEGETTI, 2012, p. 193)

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos secundários do projeto foram:

- Verificar quais métodos estatísticos, racionais ou de opinião, que o líder utiliza para a tomada de decisão.
- Citar quais outras formas de decisão que o líder utiliza além da racionalidade.
- Examinar se há diferença de critérios de decisão entre os líderes que estudam Ontopsicologia e os que não estudam ou que estão iniciando nos estudos.

1.4 JUSTIFICATIVA

No mundo empresarial, onde as decisões dos líderes são fundamentais para que o negócio alavanque, é preciso ter diversas estratégias de resolução de problemas.

O líder é aquele que movimenta os meios para atingir um determinado objetivo e, através de suas movimentações, faz a sociedade a sua volta se desenvolver. Através da sua ambição, ele gera empregos, promove a economia e o progresso do ambiente em que está inserido.

Para tanto, esse líder precisa tomar suas decisões de forma correta, que venha a gerar resultados positivos para a empresa. Os problemas são constantes e muitas são as escolhas, mas, existe somente uma, a cada momento, que é a ótima, a escolha justa.

Cada vez que um dirigente toma a decisão correta, ele reforça a empresa e sua própria capacidade de decidir. Dessa forma, muitas vezes ele acaba utilizando o mesmo modelo de decisão quando impactar um novo problema. Assim o faz sucessivamente. O ser humano costuma usar a memória como forma de escolha. Porém, a vida é sempre nova e exige de cada ser humano formas criativas de resolver um problema, mesmo que pareça igual, sempre é diferente, e exige sempre do líder formas diferentes de escolha.

Para que a decisão seja assertiva, não só os métodos matemáticos são importantes, existem outros modos que podem contribuir para as decisões de um

líder. É relevante compreender como cada líder decide, pois contribui para que outros líderes desenvolvam a si mesmos, dessa forma pode-se agregar valor à sociedade.

Esse tema foi escolhido pela autora devido a participação em um curso sobre como tomar decisões além da racionalidade. O conteúdo foi de fundamental importância para que a pesquisadora pudesse compreender que este conhecimento é de enorme relevância para o ser humano. Por ter assistido a esse curso na cidade de Santa Maria, pôde observar que na Antonio Meneghetti Faculdade (AMF) este estudo é aprofundado e disponível à sociedade junto à formação Ontopsicológica.

Por estes motivos a aluna compreendeu o real valor da ciência ontopsicológica na vida do indivíduo. Este trabalho, portanto, serviu para o autoconhecimento e para promover a Ontopsicologia no universo empresarial, uma vez que a autora trabalha como secretária de cursos de formação e desenvolvimento de líderes.

1.5 ESTRUTURA DA PESQUISA

Uma pesquisa científica é um modo criterioso e metódico de investigação da realidade que se apresenta. A vida neste planeta tem suas regras e suas dinâmicas, a falta de compreensão dessas leis não redime a responsabilidade do ser humano, portanto, é fundamental compreender como a vida é. Para que se possa acertar mais nas escolhas e decisões.

Para compreender determinadas formas de decisão do líder e atingir os objetivos propostos, será realizada uma pesquisa de campo, através de um questionário aplicado a empresários.

Esta pesquisa foi estruturada da seguinte forma: o primeiro capítulo introdutório, que contém o tema, o objetivo principal e objetivos específicos, a justificativa e um breve resumo do modelo de pesquisa a ser utilizado.

O segundo capítulo foi uma revisão da bibliografia acerca do tema proposto, em que se estuda o líder, a racionalidade e a intuição, sendo alguns modos da intuição se apresentar os sonhos, o cérebro viscerotônico e as imagens. Neste capítulo os principais autores abordados foram Antonio Meneghetti, Herbert Simon e Bernabei.

O terceiro capítulo foi reservado aos modelos utilizados nesta pesquisa, o quarto capítulo foram as discussões acerca dos resultados alcançados com a utilização dos métodos definidos a priori.

Por fim, as conclusões referentes a este trabalho e o referencial teórico que serviu de base para esta obra.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo referiu-se a que os autores já estudaram sobre o assunto. Foi dividido em sub capítulos, sendo o estudo do líder, a racionalidade na tomada de decisão, processos de decisões além da racionalidade, critério viscerotônico, a imagem, sinais da natureza e os sonhos.

2.1 O LÍDER

Na natureza, o líder é aquele que exerce uma influência maior sobre os demais membros de sua espécie. No mundo animal é evidente aquele que lidera seu grupo, geralmente são os mais fortes e mais aptos.

Para o ser humano não é diferente, há aquele que é o vetor força, que vai à frente indicando o caminho e organizando os meios para se alcançar um objetivo, que se torna comum a todos. Meneghetti (2012, p. 150) conceitua líder:

O líder é o centro operativo de diversas relações e funções, é aquele que sabe individualizar a proporção de como se movem as relações da vida e sabe aplicar, situação a situação, a fórmula justa para resolver e realizar econômica, política e socialmente.

Pelo conceito acima pode-se observar que o líder detém um papel primordial no desenvolvimento da sociedade, pois é ele quem opera as relações e os meios para resolver momento a momento a situação problema a fim de gerar crescimento a todos, seja no meio econômico, político ou social.

Goleman (2001, p. 1) descobriu que:

Líderes efetivos possuem semelhanças cruciais: todos têm uma forte inteligência emocional. Na verdade, a pesquisa de Goleman em quase 200 empresas globais revelou que a inteligência emocional - principalmente nos patamares superiores da empresa - é o fator indispensável para a liderança. Sem isso, uma pessoa pode ter treinamento de primeira linha, uma mente incisiva, e um suprimento infinito de boas ideias, mas ela ainda não será um bom Líder.

Goleman (2001) define que para ser um bom líder não se pode apenas pensar em saber fazer processos matemáticos, mas que, hoje em dia, o seu interior, sua cabeça, o seu emocional precisam ser fortes o suficiente para que consiga alcançar o seu escopo e o da sua empresa, pois esses são elementos obrigatórios para liderar.

A história mostra que o líder sempre influenciou de modo direto os fatos históricos e que foi estudado desde os filósofos e pensadores devido a sua relevância para a humanidade. (SCHAEFER, 2015).

Os fenômenos da história relativos à energia vêm do líder. Quando se fala de energia, pensa-se em algo relacionado aos recursos utilizados para formá-la, como o petróleo, o carbono ou o urânio. No entanto, não se percebe que a energia-base que justifica todos esses recursos é a inteligência. Esse grande poder que se tem é capaz de controlar e criar qualquer energia, pois, afinal, o que existe hoje foi criado através da intelectualidade do homem (MENEGETTI, 2013).

Meneghetti (2013) diz que o homem tende a ser carente da própria verdade interna, em desacordo com o projeto da natureza, encontra-se distraído e confuso. Os estereótipos que foram desenvolvidos ao longo da vida humana são concepções que impuseram uma moral na sociedade através da lei, porém não são formas de vida. A moral foi um modelo que o homem achou para que o indivíduo tenha um convívio harmônico entre si. Dessa forma, o homem é inconsciente de si mesmo, ou seja, possui uma parte de sua própria natureza que não conhece; e por não conhecer a si mesmo não tem como dominar.

O universo acadêmico busca conhecer e desenvolver este ser humano que promove o desenvolvimento da sociedade, para tanto, os cursos de administração promovem pesquisas que possam compreender este líder.

Segundo Schaefer (2015, p. 342):

As pesquisas em Administração também se voltaram ao entendimento e descrição deste personagem-chave dos contextos organizacionais, investigando, ao longo do tempo, desde os traços de personalidade e características do líder, passando por seus estilos de comportamento, fatores contingenciais e situacionais que influenciam a sua ação, até como o líder passa a ser agente e promotor de valores e significados nos ambientes empresariais.

Portanto, conforme evidenciado, tem-se um ser humano dotado de um potencial do qual muitas outras pessoas dependem de suas assertivas, para que também possam crescer em todos os aspectos da vida. Esse ser humano – o líder – possui uma responsabilidade consigo mesmo para que possa desenvolver, primeiro a si mesmo e, depois, a sociedade a sua volta.

2.2 A RACIONALIDADE NA TOMADA DE DECISÃO

No mundo dos negócios, para o líder estar sempre em progresso, tem de estar atento às suas tomadas de decisões, pois implicam diretamente no desenvolvimento da empresa. Por isso, os critérios que ele utiliza para sua escolha são importantes para que sejam os mais assertivos possível.

Saber como procede a forma como o homem pensa sempre intrigou os estudiosos, e, desde os antigos filósofos, houve interesse de investigação para compreender a mente humana.

Meneghetti (2010, p. 82) diz que a “mente segue um processo racional que, segundo Aristóteles, é feito de dois momentos: indução, o percurso racional do “particular” ao “universal”, e a dedução, o percurso racional do “universal” ao “particular”.

Conforme define Cunha (2011, p. 544), o termo “raciocínio deriva do latim *rattiocinium* e refere-se ao ato ou efeito de raciocinar, de reflexão”. Pela própria definição verifica-se que raciocinar é um ato humano e refere-se ao fato da reflexão, do pensamento inerente ao humano.

Meneghetti (2012, p. 230) cita que a razão refere-se a uma “faculdade de verificar o igual. Conjunto de princípios lógicos, com verificação na realidade, nas coisas, assumidos como categóricos de sucessivos conhecimentos”. A racionalidade “significa intelecto aplicado, que mede”. O processo de medir já põe a crítica e o limite como ponto de partida (MENEGETTI, 2010, p. 145).

Segundo Abbagnano (2012, p. 966), a racionalidade passou a ser estudada em vários setores da ciência.

Na economia e nas ciências sociais o problema da racionalidade é posto de modo formal, utilizando-se de instrumentos lógico-matemáticos, como a teoria dos jogos e a teoria das decisões. Essas teorias aventam como hipótese que os sujeitos sociais avaliam objetivos, interesses e valores como base em sua utilidade, que são capazes de comparar as diferentes utilidades e fazem as escolhas que têm o mais elevado grau de probabilidade de maximizar a utilidade esperada. A maximização da utilidade, rigorosamente determinável em termos lógicos e probabilísticos, constitui portanto um critério racional de escolha.

Observa-se que na essência a racionalidade é a faculdade de conhecer o real, porém, passou a ser utilizada como um termo que se refere a cálculos matemáticos e probabilidades, a reflexão do pensamento de forma quantitativa. As pesquisas, os

métodos estatísticos, os modelos de administração, as formulas e conjuntos contáveis, fluxos econômicos, apenas alguns modos de se referir a processos racionais para tomada de decisão.

A partir de René Descartes com o método científico, a humanidade passou a supervalorizar a razão, os processos matemáticos e tudo aquilo que é mensurável.

Faria (2006, p. 1) diz que:

Foi na obra “Discurso do Método” que René Descartes (1596-1650) lançou de fato, os fundamentos do método científico moderno. Embora Descartes tenha concordado com Bacon no sentido de que a natureza deve ser entendida e modificada em favor do homem, ele discordava no sentido de que para ele os sentidos devem ser questionados e não constituem o caminho para o conhecimento verdadeiro. Segundo Descartes a única coisa da qual não se pode duvidar é o pensamento (o que o leva à máxima “cogito ergo sum” – “penso, logo existo”) que é fruto da razão, a única da qual se pode ter certeza. O método cartesiano (de “Descartes”) foi o que possibilitou o desenvolvimento tecnológico e científico sem precedentes das Eras Moderna e Contemporânea.

Conforme o método, o ser humano existe porque pensa, coloca assim a racionalidade como centro da inteligência humana. Embora o método científico tenha possibilitado o desenvolvimento tecnológico e científico ele renegou a religião ou ao misticismo tudo aquilo que não pode medir e quantificar por processos matemáticos. Portanto, só tem valor aquilo que se pode provar pelo método.

Muitos autores e estudiosos ao longo do tempo contestaram o método científico como sendo a única verdade aceita da realidade. Um grandioso filósofo chamado Edmund Husserl percebeu que as ciências perderam a real verdade do homem e, por conta disso, defende que para recuperar a capacidade da exatidão científica, o caminho a ser seguido é a psicologia. Essa exatidão científica não quer dizer somente em questões da racionalidade, mas no dilema de como decidir a vida aqui e agora, isto é, o critério a ser utilizado para enfrentar bem a própria vida e a própria existência, tanto em nível pessoal, quanto nos negócios. (MENEGETTI, 2013).

Simon (2008) descreve o limite da racionalidade humana:

O limite da racionalidade, é, na minha concepção, amplamente entendido como uma advertência aos economistas, que não podem prever o comportamento humano pela montagem de modelos abstratos do que é racional, da estrutura comportamental, pois nós não temos como saber sobre a tremenda quantidade de informação que está na cabeça das pessoas e sobre a bagunça que são os interesses pessoais, para os cálculos...O limite da racionalidade, em si mesmo, não é uma teoria, embora faça sugestões

para algumas teorias, estabelecendo conexão com elas. Antes disso, é uma forte advertência de que, como em qualquer outra ciência empírica que se propõe a explicar o mundo temos que observar o mundo.

Segundo Simon (2008), que em 1978 foi agraciado com o Prêmio Nobel de Economia, pela sua pesquisa sobre o processo de tomada de decisões dentro de organizações econômica, a racionalidade humana é limitada. Barros, (2004) ao descrever sobre a teoria de Simon cita que:

Os propósitos e a racionalidade da ação estão ligados através de uma hierarquia de decisões, afinal a racionalidade é definida com relação aos propósitos da ação. O esquema meios-fins tem limitações para avaliar objetivamente a racionalidade de uma escolha.

Segundo os autores, verifica-se a dificuldade de assertividade de escolhas usando o processo racional metódico.

Kahneman (2012, p. 19) apresentou “uma visão de como a mente funciona baseando-se em progressos recentes na psicologia cognitiva social”. O ser humano possui duas únicas formas de pensamento, uma rápida, onde estão as reações imediatas a determinados acontecimentos, e uma devagar, onde há o pensamento mais estruturado.

Segundo Kahneman (2012), o ser humano muitas vezes pensa que domina e controla suas decisões e escolhas, porém, elas são frutos de uma “intuição” que a pessoa não domina e não compreende, ou seja, a lógica e os fatos puros nem sempre devem ser utilizados para se chegar a conclusões ou julgamentos. As circunstâncias de uma pessoa, seu estado de espírito e outros fatores também devem ser considerados, ou seja, ela depende de variáveis psicológicas.

Cada vez mais os cientistas verificam que a racionalidade, os processos matemáticos são falhos na tomada de decisão. O humano é muito mais complexo na tomada de decisão, pois possui um inconsciente² que, muitas vezes se antecipa no processo de escolha.

Segundo Garcia-Roza (2009), Freud identificou o inconsciente e cita que este é um reservatório de sentimentos, pensamentos, impulsos, e memórias que está fora do alcance da consciência. De acordo com Freud, o inconsciente influencia o

² Do latim: *inconcius* = não sabedor. Quântico de vida e de inteligência por meio do qual nós existimos, mas não conhecemos, isto é, do qual não temos qualquer reflexão consciente; é uma parte divina, contemporaneamente espiritual e animal, anjo e monstro... mas que age de qualquer modo, para além da lógica da consciência. (MENEGETTI, 2012, p. 135)

comportamento e as escolhas, mesmo que o indivíduo não tenha conhecimento dessas influências. A Figura 1, abaixo, mostra o inconsciente conforme definido por Freud.

Figura 1: o inconsciente



Fonte: Página da Internet.³

O ser humano, então, verifica que o seu processo racional pode não ser o mais adequado para decidir dentre as diversas alternativas que deve fazer, parte então para a tecnologia, como um instrumento fiel e ser seguido.

A grande necessidade de resolver os problemas de todos os indivíduos do planeta está movendo certas pessoas a investir na complexidade da tecnologia e nascem assim grandes empreendedores em suas garagens que estão utilizando nada mais ou nada menos do que dispositivos *online* (ISMAIL, SALIM. MALONE, MICHAEL. GEEST, YURI, 2015).

Nada garante que o negócio estará vivo amanhã, mas a resposta está em conseguir criar uma organização que seja ágil e brilhante, e que possa ser mudado a todo o instante por meio da tecnologia avançada e respostas rápidas ao que o mercado exige.

Fazem-se tantas previsões com cálculos matemáticos em que a probabilidade do erro é tão pequena, e mesmo assim, analistas, especialistas e empresários erram em tamanha grandeza o resultado. Por que o método racional sempre prevalece

³ Disponível em: <https://psicoativo.com/2015/12/o-que-e-inconsciente-e-por-que-e-como-um-iceberg.html>. Acesso em: 03 jun. 2019.

mesmo às vezes estando errado? Confiam-se em modelos e métodos que funcionam até o certo ponto que deixam de funcionar, e, em vez de trocar de método, continua-se insistindo no erro. A importância de estar informado para não ser pego de surpresa no mundo tecnológico é crucial (ISMAIL, SALIM. MALONE, MICHAEL. GEEST, YURI, 2015).

Modelos matemáticos ou a própria tecnologia não são referências de infalibilidade para um líder. Vidor (2018, p.56) diz que a “consciência sempre se faz redutiva do saber e erroneamente pode falsificá-lo, quando condicionada pelas delimitações das percepções fixas aprendidas...”. O autor explica que o saber, a compreensão verdadeira de algo, depende do quanto a pessoa percebe suas limitações; o saber será limitado.

2.2.1 A intuição como valor intrínseco do humano

Bernabei (2013) cita que dentre as várias formas para realizar uma decisão, pode-se verificar que uma das ferramentas de grande importância é a Intuição. Porém, atualmente, os empresários têm vivido um dilema sobre: o que é? Será que funciona? Há tantos livros e cursos falando sobre intuição, mas também há muitos que não acreditam que a intuição possa ser um instrumento de extrema ajuda na área empresarial. Sempre há dúvidas sobre aquelas sensações de “eu sinto que devo escolher isso”, mas não se escolhe por medo do erro.

O mais cômodo nas decisões dos líderes está em se guiar pela racionalidade, em virtude de que números são concretos, são estatísticas baseadas em cálculos matemáticos, dificilmente haverá erros.

Porém, a autora Bernabei (2013, p. 346) sustenta que “existe uma inteligência, todos a temos, alguns mais: procuremos compreendê-la”. Essa inteligência refere-se à intuição, em que cada ser humano possui essa capacidade de acessá-la, porém, antes, é necessário conhecer “como se move a atividade psíquica e tudo o que lhe é conexo”.

A autora fala que:

Para usufruir da intuição e distingui-la de tudo o que é emoção, voluntarismo, complexo etc., é preciso colher como está se movendo a atividade psíquica. Para fazer isso, devemos tornar o Eu lógico-histórico transparente a todos os estereótipos, complexos etc., para que reflita como ela está se movendo. Para isso, é necessário saber qual é a radicalidade da atividade psíquica, ou

seja, qual é o critério (ISO) com o qual ela se move e se formaliza. (BERNABEI, 2013, p. 349).

Esse mundo da vida é constituído pela intuição verdadeira, a Ontopsicologia descobriu uma forma para alcançar essa intuição fiel que o indivíduo tem por natureza através de um método técnico que se liga ao surgimento da intuição verdadeira, ela se chama Em Si ôntico (MENEGHETTI, 2013).

Segundo o autor, a intuição é um “*flash* de inteligência” que dá ao indivíduo ver aonde está a escolha correta. O líder de posse de uma racionalidade intuitiva logo vê a solução para um problema. (2008, p. 74). “A intuição chega em um momento, é um *flash* que não se pensa, sabe-se; é como se dissesse: “eis o ponto, eis a causa”. (MENEGHETTI, 2008, p. 290).

A imagem a seguir é um exemplo de intuição na natureza, que mostra uma alcateia trilhando um caminho na neve. O líder vai à frente e, sem nenhuma informação tecnológica ou racional, busca a melhor escolha. O que o faz decidir entre um lado ou outro é uma intuição nata.

Figura 2: uma alcateia trilhando um novo caminho na neve



Fonte: Página da Internet:⁴

⁴ Disponível em:

https://www.google.com/search?biw=1386&bih=679&tbn=isch&sa=1&ei=96wGXa2IDc7Y5OUPiYiH4AI&q=lider+lobos&oq=lider+lobos&gs_l=img.3..0j0i8i30.6447.9014..9129...1.0..0.111.1247.3j9.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i30j0i24.RfhBtauAsPk#imgsrc=CW3h0gkOPXfdxM: Acesso em: 3 jun. 2019.

Observa-se a dificuldade em quantificar a intuição, pois não é um processo estatístico, parametrizável, onde a razão cria esquemas, pelo contrário, é uma inspiração do que fazer, uma visão clara, rápida, que deve ser logo compreendida pelo indivíduo.

Porém, existem formas de como a intuição se apresenta: uma imagem, através dos sonhos, da percepção viscerotônica e sinais da natureza, que o ser humano deve compreender para poder colher a escolha ótima.

2.3. PROCESSOS DE DECISÕES ALÉM DA RACIONALIDADE

Se a racionalidade pura e simples não é um critério exato para realizar uma escolha e se a intuição depende da pureza de si mesmo, sem complexos e estereótipos que distorcem a verdadeira imagem do Em Si ôntico, então, o ser humano deve buscar o autoconhecimento para que possa usar todo o seu potencial e assim, poder escolher.

O conhecimento é como ascender uma luz interna, porém, se abaixo da luz existem “quiquilharias” a luz só vai refletir sombra, portanto é essencial conciliar o conhecimento externo com o interno.

Meneghetti (2005, p. 368) diz que

o nosso cérebro craniano não é mais funcional porque é invalidado pelo banco de dados de memes; sofremos uma sobreposição de indicadores adjuntos, hospedados, definíveis em jargão como “operadores vírus”, não específico do orgânico vivente sobre o qual se apoiam. Nós, portanto, somos armazéns e transportadores de memes.

O autor argumenta que a mente é colonizada por memes que determinam “a ser robôs de um sistema antívida”. E diz que para recuperar o inconsciente deve-se iniciar “a recuperação do tônus visceral, os impulsos do útero e do estômago, as variações dos genitais, as alterações epidérmicas”. Quem colhe essas informações é a racionalidade, portanto, “não se trata de excluir a razão, mas de adicionar à razão intacta o critério víscero-emotivo: exatamente como quando ajudamos a visão com tato, o olfato com o paladar.” (MENEGETTI, 2005, p. 102).

Vidor (2018) elucida que a consciência é uma mediadora e que ela depende do grau de percepção que o indivíduo tem através dos “receptores de informação orgânica” (p.56).

O autor complementa que o acesso ao real depende dos modos como a pessoa percebe, quais canais utiliza para compreender esse real. “quando a percepção colhe o que sensorialidade dos cinco sentidos informa e exclui o que se mostra nas variações endoviscerais, o conhecimento limita-se ao setor do mundo-ambiente externo” (VIDOR, 2018, p.56).

2.3.1. Intuição e racionalidade

A vida, momento a momento, nos faz realizar escolhas, mesmo que a pessoa não realize uma opção já é uma forma de escolher, e o critério que faz com que a pessoa realize uma opção, diante de tantas que se apresentam, é que faz da sua vida ter o sucesso ou insucesso, que dá alegria ou dor. “Em cada momento da vida de um homem existe uma só ação ótima⁵, e essa é refletida como Eu a priori⁶, porque é exatamente o projeto formalizado ou sublimado da pulsão ôntica (Em Si ôntico)” (MENEGETTI, 2010, p. 220).

Segundo Cunha (2010, p 363), a palavra intuição deriva do latim *intuitus* e significa “ato de ver, percepção de verdades sem raciocínio, visão beatífica”. Pela definição dada pode-se verificar que intuição é o ato de saber antes da ação e é uma forma de ver que é a verdade, pois ele diz: visão beatífica.

Aristóteles (2016, p. 61) diz que:

Aqueles que afirmam que a escolha é um apetite, ou uma impulsividade, ou um desejo, ou uma forma de opinião, não parecem falar corretamente. Os homens desprovidos de razão não exercem a escolha, mas eles sentem desejo e paixão. Além disso, o homem incontinente age por desejo, e não por escolha, enquanto o homem continente, ao contrário age por escolha e não por desejo... ainda menos se pode dizer que a escolha é um impulso, pois os atos motivados pela impulsividade parecem ser ainda menos objeto de escolha do que os outros.

O filósofo grego escreveu há 320 a.C. sobre a forma como o homem escolhe. Revela que à sombra da razão estão os desejos e que muitas pessoas não se controlam, desprovidas da razão não exercem uma escolha, mas são impulsivas. A razão passa a ser o centro de escolha do homem moderado, correto.

⁵ Escolha ótima, ação ótima é a escolha que dá crescimento, auto realização. Nota do autor.

⁶ O Eu antes da escolha ou interação. Possibilidade ótima anterior à interação aporética. (MENEGETTI, 2012, p. 105).

Intuição e Racionalidade são dois modos distintos de compreender a realidade, mas ambos se completam, pois, a intuição passa pela racionalidade para que o homem possa compreendê-la. A intuição como uma imagem do real à consciência, precisa que a racionalidade, a mente humana possa colhê-la para que aja a ação.

Racionalidade, como puro processo matemático ou experiências vividas, na tomada de decisão, pode, sozinha, não ser um critério ótimo de escolha.

Meneghetti (2010, p. 133) diz que “a Ontopsicologia para conhecer o homem, usa a intuição e o raciocínio indutivo-dedutivo, ou seja, une o conhecimento do campo semântico à lógica da razão. Não se trata de excluir a razão, mas de acrescentar o critério organísmico”.

Racionalidade sobre a intuição, em outros termos, é a conformidade entre o Eu lógico histórico e a pulsão primária do Em Si Ôntico (se abrir aquele escritório, se fazer aquela sociedade, se utilizar aquele colaborador, se vale a pena investir, etc.). (MENEGETTI, 2008, p. 75).

Portanto, a intuição deve ser colhida pela racionalidade, em que uma imagem coincide com a outra. A pulsão da alma é captada pela razão e age no físico, realizando-se como ser encarnado. Portanto, a racionalidade só é eficiente e assertiva quando colhe a imagem, e esta é conforme a escolha do Em Si Ôntico.

O líder quando é eficiente tem uma proporção equilibrada de crescimento: esfera individual, afetiva, dos colaboradores, social.

2.3.2. Critério Organísmico

Existe outros modos de conhecer o real que não seja apenas a reflexão pura da mente.

“Os cientistas ainda estão tentando entender de que forma os neurônios abdominais agem sobre o cérebro. Mas ficou provado que a barriga realmente pode mandar na cabeça” (SANTI e LISBOA, 2016, p. 29). Denominado pela ciência como segundo cérebro, a barriga deixou de ser somente um local de digestão e produção de energia física e química para manter o corpo físico.

Stabnov (2018, p. 9) diz

Existe um grande nervo, chamado vago, que faz a comunicação entre o cérebro e os mais de 30 neurotransmissores produzidos pelas células intestinais, levando e trazendo informações dos intestinos ao cérebro e de volta aos intestinos... os intestinos possuem cerca de 500 milhões de neurônios, da mesma qualidade que estão no cérebro, que operam

independentemente, formando um sistema nervoso autônomo denominado Sistema Nervoso Entérico – daí a capacidade de “pensar”, decidir e executar tarefas independentemente do cérebro. Por isso os intestinos são chamados de “segundo cérebro”.

Rossi (2018) cita que o intestino é diferente de qualquer outro órgão do corpo, ele pode funcionar sozinho, ou seja ele tem autonomia para tomar decisões, não necessita que o cérebro lhe comande, dizendo o que fazer. O que comanda o intestino é o chamado sistema nervoso entérico (SNE), que é um sistema independente do sistema nervoso, sendo autônomo do corpo - o responsável por controlar diretamente o sistema digestivo. “Esse sistema nervoso se estende pelo tecido que reveste o estômago e o sistema digestivo, e possui seus próprios circuitos neurais. Embora funcione de forma independente, ele se comunica com o Sistema Nervoso Central (SNC)”. (p. 01) A médica também diz que 70% do sistema imunológico vivem no intestino, tamanha a grandeza desse aparato.

Cuddy (2016) vai ainda mais longe, segundo pesquisas realizadas observou-se que todo o corpo humano influencia a mente, ou seja, existem mais informações que vão do corpo para a mente do que vice-versa, portanto, nosso corpo é um imenso radar sobre a realidade a nossa volta. “cerca de 80% das fibras do nervo vago (que conecta o cérebro a muitos órgãos) são aferentes, ou seja, vão do corpo para o cérebro”. (p. 163).

Meneghetti (2005, p.102) também afirma que o corpo é um imenso radar. “A pele absorve, seleciona e discrimina já a metade de tudo o que percebemos”, portanto, o ser humano possui uma capacidade de compreender a realidade muito maior do que imagina. “O nosso corpo, por natureza, é uma imensa rede de radar especificado às próprias exigências: sente aquilo que lhe diz respeito, aquilo que lhe serve, no bem e no mal”.

O autor coloca que o corpo tem a capacidade de escolher aquilo que é útil e funcional para a sua identidade naquele momento. Não é com base a experiências vividas, mas, a cada impacto, ele seleciona o que é bom ou mal. Porém, o homem precisa recuperar essa integralidade e sensibilidade.

Meneghetti (2010, p. 227) diz que:

Para recuperar a nossa integralidade existencial, devemos usar a sensibilidade, a leitura do nosso primeiro e elementar cérebro; e constataremos que muitos conhecimentos e muitos impactos não resultarão

iguais aquilo que o banco de dados cerebral assegura, mais existirá uma contradição, uma oposição.

“A Ontopsicologia descobriu que é necessário recuperar o sentido originário da biologia, o viscerotônico, isto é, recuperar as ações primárias do orgânico, visto que o plano orgânico, em sentido biológico, é íntegro”. (MENEGETTI, 2010, p. 226)

Meneghetti (2005) sustenta que o cérebro craniano é contaminado pelos memes e o visceral, desde que saudável, pode ser íntegro e autêntico. Quando o líder possui uma ideia ou projeto deve-se colocar sob a percepção viscerotônica, e este deve ter “ressonância de semântica intestinal” (p.369) e sentir-se bem. Se o projeto ou a ideia não são boas para o sujeito o “reflexo peristáltico” rejeita, sente-se um frio e repulsão.

O cérebro viscerotônico possui um radar preciso do que é bom ou ruim para o indivíduo, e como ele é desprovido de memes e mantém-se puro, sua indicação é sempre para o autodesenvolvimento e sempre é baseada na identidade⁷ do sujeito. “O cérebro visceral é quem absorve ou rejeita o que é bem ou mal para o sujeito. Se o seu juízo não é aceito, dá-se a doença”. (MENEGETTI, 2005, p. 370).

Portanto tem-se um critério de escolha que se pode usar como verdadeiro e sempre fiel a realidade, mas, para poder usar este critério, deve-se saber colhê-lo através da racionalidade. “Para distinguir no interior do Eu Lógico-histórico aquilo que é real para a nossa identidade de pessoa de natureza daquilo que, ao invés, é meme, é preciso antes de tudo recuperar a consciência sobre o cérebro visceral”. (MENEGETTI, 2005, p. 372).

A essência desse cérebro é a identidade da pessoa e esta precisa recuperar a exatidão da consciência para poder identificar a informação do viscerotônico.

Dander (2001) cita que o cérebro da barriga é considerado o primeiro cérebro, e que a Ontopsicologia já falava sobre esta comunicação intacta nos anos 80 em seus registros científicos, porém, somente nos anos 2000 que a ciência provou esta grande descoberta. Também fala da importância de acordar o diafragma, pois é ele quem estimula os intestinos e todos os órgãos viscerais. Se ele está bloqueado, a saúde e

⁷ Identidade deriva do latim: *id quod este ens* = o que o ser é aqui, assim e agora. (MENEGETTI, 2012, p. 130).

a inteligência também são bloqueadas, porque não se pode compreender o campo semântico⁸.

A autora cita o professor Antonio Meneghetti em suas publicações, como o cientista que já alertava sobre o este conhecimento:

Os neurônios específicos do plexo mioentérico e submucoso sintetizam e transmitem sinais que dão a posição orgânica do sujeito (perigo, segurança, lesão, erotismo, fome, vampirismo, graça, infecção, etc.), que o aparato visceral se formava – durante a vida fetal – antes do cérebro “superior” e que nós conservamos por toda a vida esse cérebro viscerotônico, que é o radar de recepção e transmissão do campo semântico. Esse cérebro viscerotônico é livre e age em conformidade às leis-base da natureza. (DANDER, 2013, p. 121).

O autor explica que para usar o viscerotônico deve-se tolher o cérebro cerebral e colocar a imagem do problema sob análise do cérebro da barriga.

Para compreender se uma coisa (pensamento, ideia, escolha, etc.) é verdadeira, imagina cortar a cabeça, tolher o cérebro superior e raciocinar somente com o cérebro viscerotônico. Quando se está em dúvida se uma coisa é boa ou não usando o segundo cérebro, imediatamente se compreende o que é bom para si mesmo. O procedimento é o seguinte: é preciso tomar a ideia que se tem em mente e colocá-la em exame no segundo cérebro, imaginando não ter a cabeça, racionando somente com o viscerotônico. Adverte-se que o estômago reage: se sente calor, se alarga, envolve, tem uma forma de expansão, de oxigenação, de leveza, se acende um fogo, então a ideia é positiva; se, ao invés disso, não reage ou se comprime, experimenta frio, calafrio ou náusea, nesse caso a ideia é negativa. (MENEGETTI, 2010, p. 194).

Essa informação tão precisa e verdadeira que o viscerotônico informa deve ser colhida pela racionalidade, muitas vezes através de sensação de frio, calor, dor, expansão, retração e ou imagens. Observa-se que cada vez mais o líder necessita de fontes fidedignas de informação para que possa se realizar.

2.3.3. A Imagem e os sonhos

Medina Filho (2013) cita que as imagens fazem parte do ser humano, desde que se fala num determinado objeto, a primeira coisa que vem à mente é a imagem dele. Nosso cérebro trabalha por imagem.

Não há pensamento apenas verbal, sem a presença de imagens. Há uma relação dinâmica entre os dois códigos de pensamento e de comunicação, o

⁸ Campo Semântico: é a comunicação-base que a vida usa no interior das próprias individualizações. (MENEGETTI, 2012, p. 38).

imagético e o verbal. São duas dimensões inseparáveis da vida, do pensamento e da comunicação. (FILHO, 2013, p. 264).

Abbagnano (2012, p. 620) conceitua imagem como “semelhança ou signo das coisas...sensação ou percepção, vista por quem recebe”. Dada a definição do autor, compreende-se que uma imagem é a representação das coisas, sendo uma imagem aquilo que o pensamento forma por sua conta.

Meneghetti (2012, p. 131) elucida que imagem é um termo de origem latina: *in me ago*, que significa “ajo em mim. Como a forma age em mim ou em outro. Modo no qual a mente age dentro”.

Imagem é uma forma que modifica porque age dentro da pessoa. Pode-se explicar utilizando por exemplo quando se assiste a um filme, mesmo o espectador sabendo que não é verdade aquelas cenas, ele se emociona com determinada situação exibida. A imagem pode ser falsa, mas a emoção é verdadeira. É o eu que dá força a imagem.

A imagem é o símbolo que a energia usa no interior de si mesma para fazer diversos deslocamentos, para fazer qualquer variável. O campo semântico implica o universo da energia, o universo em todos os seus aspectos. (MENEGETTI, 2010, p. 184).

A palavra sonho deriva do latim: se *omnium* que significa dizer a verdade sobre o sujeito (MENEGETTI, 2012).

Desde os primórdios do antigo Egito os sonhos sempre fascinaram o homem, pois faz parte da vida humana, mas é um enigma que poucos conseguiram compreender. “Sonhar é uma experiência humana universal” (HALL, 2007, p. 29).

A interpretação dos sonhos datam desde o III milênio a.C. O texto mais antigo escrito para interpretar os sonhos vem do Egito e se chamava Livro dos Sonhos. “Artemidoro de Daldis que viveu no século II d.C. é o primeiro autor de um livro de onirocrítica. Ele propõe uma interpretação sistemática dos sonhos, fundando assim uma ciência dos sonhos” (CANGELOSI, MENCARELLI *et al*, 2006, p.30).

Os sonhos para a antiguidade eram premonitórios, servindo como avisos sobre a vida. Vários são os exemplos em que os sonhos são determinantes para a história. No evangelho de S. Mateus, capítulo 2, versículo 12, os Reis Magos depois de adorarem o menino Jesus foram “avisados por divina revelação em sonhos para que não voltassem para junto de Herodes”, mas que fossem para casa “por outro caminho”. Os Reis Magos agiram de acordo com essa revelação de Deus e

protegeram a sagrada família das más intenções de Herodes. Logo em seguida, José é advertido em sonhos por um anjo que pegue o menino, sua mãe e fuja para o Egito. (BÍBLIA SAGRADA, 1967).

Os sonhos também inspiraram grandes descobertas científicas.

Foi depois de uma noite em que sonhou que estava “sentado no Sol com todos os planetas se movendo ao redor em pequenas cordas” que, depois de anos debruçado sobre o tema, Niels Bohr desenvolveu o modelo atômico. Foi por causa desse sonho que, anos depois, o dinamarquês recebeu o Nobel de Química de 1922 devido aos “serviços na investigação da estrutura dos átomos e da radiação emanada por eles”. Em vida, Bohr não escondia a importância do fatídico sonho para sua façanha. (REDAÇÃO GALILEU, 2015)

Hall (2007, p. 144) cita que “o sonho é um fragmento de realidade cuja origem é pessoal, mas obscura, cujo significado é fecundo, mas inserto e cujo destino no mundo do ego vigio está em nossas próprias mãos”.

O autor compreende que o sonho diz sobre a realidade do sujeito, mas limita-se no seu entendimento. E assim, muitos estudiosos se arriscaram na compreensão desta simbologia onírica.

“Freud considerava os sonhos como a chave mais importante para entrar em contato com o inconsciente, aquela esfera de vida interior que no estado de vigília não nos é acessível” (CANGELOSI, MENCARELLI et al, 2006, p. 33).

Segundo Garcia-Roza (2009), para Freud, os sonhos eram a realização de desejos que não podiam ser realizados na vida, pois havia a censura do sujeito, então realizava em sonhos.

Para Meneghetti (2010), os sonhos mostram a verdade da pessoa. Ele dá a situação atual em que a pessoa vive, a causa dessa situação e a resolução do problema. Para ele, os sonhos são muito mais que uma realização de um desejo escondido, mas uma revelação da alma. Os sonhos podem ser de: transparência do real, clínico-anamnóstico, premonição, semântico, incubação alienígena, do monitor de deflexão, funcional e direcional.

Para o autor, compreender e interpretar os sonhos não é somente uma tarefa racional e simples, necessita de estudo, assim como uma pessoa vai para a China e precisa estudar mandarim para compreender a linguagem usada, da mesma forma os sonhos têm seu próprio idioma e são um processo que deve perpassar pela vida do sujeito. Existem três critérios para interpretação: natureza causal do símbolo, ou seja o que o símbolo produz para o ser humano; efetualidade funcional para o sujeito:

aquilo que diz respeito ao sujeito, que dá vida e crescimento; critério semântico: “em que direção vai e a quem o símbolo diz respeito?” (MENEGETTI, 2012, p. 39).

Portanto, os sonhos possuem uma informação verdadeira e importante para o sujeito, que, se compreendida, serve para realizar uma escolha, uma decisão.

2.3.4. Sinais da natureza

Conforme Cunha (2010, p. 595) sinal é sinônimo de signo que significa “marca, sinal... a essência da linguagem”. Meneghetti (2012, p. 247) cita que sinal “é traço, projeção, aparência de coisa, ação, ser. Palavra ou imagem de intencionalidade”. Observa-se que, pelas definições dadas pelos dois autores, um sinal é uma marca, uma imagem que porta uma intencionalidade⁹, uma energia com direção precisa. Portanto, um sinal carrega junto uma informação.

Para Meneghetti, natureza é “o que surge por nascimento. Como o nascido, o feito, escorre ou age per si. O que é e faz por nascimento das leis universais aplicadas a um contexto preciso” (MENEGETTI, 2012, p. 185). Conforme Meneghetti (2010, p. 147), natureza “é tudo o que nasce da ação da vida. Ação da vida, natureza e existência são sinônimos”, portanto, o autor esclarece que tudo o que é criado pela vida é natureza.

Para Vidor *apud* Almir (2013 p. 14), a natureza¹⁰ a todo instante nos fornece sinais que atuam de “dentro para fora, e não como fomos habituados a ter informações de fora para dentro”. Pode-se exemplificar com as violetas: quando suas folhas murçam, estão doentes. Essas informações o homem tem a capacidade de interpretar com a sua inteligência, porém, precisa recuperá-la.

O ser humano precisa aprender a identificar as informações que são em conformidade a si mesmo, ou seja, aquelas informações que portam a mensagem dominante que dá a maior vantagem de identidade e utilitarismo funcional na sua relação com o contexto em que está imerso. (FOLETTTO, 2013, p. 20).

O autor cita que no ambiente existem informações precisas que o ajudam sobre as escolhas que deve fazer, mas que o ser humano precisa aprender a colher estas

⁹ A palavra intencionalidade tem origem no latim e significa “o que faz e pelo que se faz o dentro da ação” (MENEGETTI, 2012, p. 140) ou ainda intencionalidade é “quando se dá ato a virtualidade para chegar à realização finita” (MENEGETTI, 2010, p. 254). Portanto é um potencial com direção precisa.

¹⁰ “Tudo o que nasce pertence à natureza, e natureza vem de (*natus* = nascer, *oritur* = gerar) aquilo que se origina nascendo pertence a natureza.” (VIDOR *apu* FOLETTTO, 2013, p.10)

informações, ele não presta atenção e não compreende os sinais da natureza, então perde a oportunidade de realizar uma escolha ótima.

Se o homem não prestar atenção a estes sinais, a vida segue adiante da mesma forma, embora sem o homem que não estiver conforme esta ordem universal da vida. Neste caso é o homem que perde a oportunidade de compreender e melhorar a si mesmo e a vida. (FOLETTTO, 2013, p 21).

Foletto (2013) diz que as pessoas mais idosas, os antigos possuíam um grupo de informações sobre os sinais da natureza que eram baseadas nas próprias observações ou eram transmitidos de geração em geração, mas que hoje esse conhecimento vem se perdendo, pois o que se percebe é uma falta de interesse das novas gerações nestes aspectos do conhecimento. “Toda a manifestação da natureza pode ser um sinal importante para que o homem possa agir de modo capaz no cultivo da terra e assim planejar e prever o melhor modo de sua ação” (p. 22).

Pode-se verificar que o ser humano possui os mesmos elementos químicos da terra, e possuem uma mesma formação, por isso existe um “isso” entre homem e natureza o que permite esta comunicação. “A natureza se comunica, e o homem fazendo parte da natureza também tem a função de compreensão dos sinais para prover uma organização inteligente e adequada, auxiliando assim a criação” (FOLETTTO, 2013, p. 35).

Desenvolver um conhecimento superior de si, ultrapassando os seus elaborados mentais e fazer o cultivo intenso do exercício de percepção de toda a linguagem que a natureza usa (de si - seu corpo, suas emoções, seus pensamentos, seus sonhos ... -, e da natureza - nuvens, vento, luz, terra, aromas etc.

O homem pode e deve aprender a linguagem deste conhecimento que existe na natureza, e cultivar-se para que possa colher a cada instante essa informação. “Trata-se do homem recuperar a sua capacidade inata, prestar atenção, desenvolver e aprimorar o uso da intuição, não mais como um mito, ou uma possibilidade, e sim como uma constante variável de informação de sucesso à disposição do homem”. (FOLETTTO, 2013, p. 35).

Segundo uma reportagem do Jornal Nacional, cientistas descobriram que animais pressentem catástrofes, como terremotos.

Imagens no vídeo são de câmeras instaladas no Parque Nacional Yanachaga Chemillen, no centro do Peru. Tamanduás, leopardos, tatus, aves, batem em

retirada, assustados. Vinte dias depois, em agosto de 2011, um terremoto de sete graus na escala Richter sacudiu toda a região. O mesmo comportamento foi observado por cientistas, em 2004, no terremoto seguido de um tsunami no Oceano Índico, que matou mais de 200 mil pessoas. O estudo também foi feito na África, com macacos, elefantes e outros mamíferos. (JORNAL NACIONAL, 2015)

Nelson (2004, p. 1) cita que o tsunami que ocasionou um maremoto dizimando cidades e provocando milhares de vítimas no sul da Ásia, não encontraram nenhum animal morto.

Ondas gigantes entraram até 3,5 quilômetros terra adentro na maior reserva ecológica da ilha, onde existem milhares de animais. Vários turistas se afogaram na reserva, mas, para surpresa das autoridades, não foi encontrado nenhum animal morto. O fato ressaltaria teorias de que os animais podem ter um "sexto sentido" em relação ao perigo. Animais selvagens em particular são extremamente sensíveis. Eles têm audição extremamente boa e provavelmente ouviram essa inundação vindo na distância. Deve ter havido vibração e pode ter havido também mudanças na pressão do ar que alertaram os animais e fizeram com que eles fossem para outros lugares onde se sentiam mais seguros. Há muitos relatos de testemunhas de aves e animais migrando antes de terremotos e erupções vulcânicas. Há falta de provas científicas da existência do "sexto sentido" dos animais. Se as notícias forem confirmadas, elas podem aprimorar as pesquisas sobre o comportamento animal, que poderiam até mais tarde levar ao uso de animais como um sistema de alerta para seres humanos.

Figura 3 – elefantes fugiram do tsunami dias antes



Fonte: site Uol¹¹

Essa capacidade de leitura da natureza é normal entre o reino vegetal e animal, mas parece que o homem perdeu essa leitura e necessita recuperá-la para que também ele possa ter exatidão nas suas escolhas.

¹¹ Disponível em: https://m.noticias.ne10.uol.com.br/ciencia-e-vida/noticia/2015/05/02/cientistas-demonstram-capacidade-dos-bichos-de-prever-terremotos-544751.php?utm_source=www.google.com.br&utm_medium=referral&utm_campaign=mobile-redirect
Acesso em: 3 jun. 2019

Tompkins e Bird (1976) cita que as plantas conseguem identificar a intenção real da simulada. Possuem uma capacidade nata de colher quem está perto, o que sente e a intencionalidade que possuem. Através de um experimento realizado na década de 70, foi possível identificar que as plantas são mais inteligentes que o homem supunha, elas pensam e sentem.

Meneghetti (2010) cita o homem também tem a capacidade de perceber o lugar onde está, pois tem uma “forma de magnetismo que transmite aos nossos neurônios uma onda constritiva ou depressiva. O lugar pode transmitir a desgraça que adveio dali e que faz presença negativa sobre qualquer vivente...” (p. 193). Um lugar pode ser negativo também devido aos arranjos dos elementos químicos da natureza. Assim como existem lugares sadios e próprios para o homem, que deve recuperar essa capacidade de compreender o real do ambiente.

Portanto imagens e sonhos se compreendidas, devem ser um critério para a tomada de decisão, afinal refletem a realidade e a verdade do sujeito e do ambiente.

As ciências denominadas de exatas ainda estão longe de compreender as informações advindas da intuição, pois necessitam de medidas e repetições encaixadas numa estrutura que não serve para ingressar no verdadeiro conhecimento. A ciência Ontopsicológica, através do método racional indutivo-dedutivo com novidade dos princípios complementares do campo semântico, monitor de deflexão e Em Si ôntico (MENEGHETTI, 2010), a partir de vários anos de prática clínica, pôde ir mais profundamente na essência do ser humano e assim identificar e compreender a intuição.

3 MÉTODO

Conforme Cervo (2007), o método científico tem por sua vez ser um método sistemático para encontrar a realidade dos acontecimentos, e ao constatar, executar o método. Porém, somente a inteligência e a observação compreendem o que a realidade e os fenômenos de fato são.

O método racional, mesmo sendo um método científico também, visa questionar a própria realidade, observando-a quanto a sua gênese, sua natureza complexa e seu destino. Busca-se então uma melhor compreensão e percepção sobre o homem, a vida, o mundo e o ser, não podendo ser comprovada através de experimentos laboratoriais.

Sendo assim, ambos métodos foram utilizados no trabalho, pois o estudo abrangeu instrumentos da racionalidade como método científico e a intuição como método racional.

A observação, segundo Cervo (2007), utiliza os sentidos físicos a um determinado objeto, a fim de alcançar um conhecimento específico e certo. Sem essa observação, o estudo sobre os fatos estaria sujeito apenas a suposições. Diante disso, Lakatos e Marconi (1998) criaram classificações de observação, sendo então esse estudo uma observação sistemática não-participante, ou seja, um trabalho antecipadamente planejado, com anotações e controle de prazos, sem envolvimento com o objeto da observação.

Este trabalho classificou-se quanto aos objetivos como sendo uma pesquisa descritiva, pois conforme Gil (2010), tem por objetivo descrever as características de determinadas populações ou fenômenos, além de identificar, registrar e analisar as características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo.

Já quanto aos procedimentos técnicos utilizados, classificou-se como sendo bibliográfica e comparativa, porque segundo o mesmo autor a pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros, artigos, teses, dissertações, internet, entre outros. Comparativa porque analisou-se dois ou mais materiais para compará-los afim de encontrar o resultado final.

De acordo com Cervo (2007), a comparação possibilita encontrar as semelhanças e evidenciar as diferenças. Para isso, precisa-se de dois ou mais objetos

de estudo para aplicar essa técnica, tanto para comparar por atributos gerais, seja por gênero ou raça, quanto por especificidades em contextos intrínsecos.

Este trabalho denominou-se como uma pesquisa qualitativa e quantitativa. Para Hernández (2013) a pesquisa quantitativa tem como características utilizar análises de estatísticas e medir um conjunto de fenômenos, sendo assim, “utiliza a coleta de dados para testar hipóteses, baseando-se na medição numérica e na análise estatística para estabelecer padrões e comprovar teorias” (HERNÁNDEZ, 2013, p. 30). Já na parte qualitativa, o autor descreve que as perguntas elaboradas não conseguem ser tão específicas quanto as quantitativas, já que não podem ser mensuradas estatisticamente, pois suas respostas tendem a ser mais profundas e livres, com isso, ele explica que o “enfoque qualitativo utiliza a coleta de dados sem medição numérica para descobrir ou aprimorar perguntas de pesquisa no processo de interpretação” (HERNÁNDEZ, 2013, p. 33).

O questionário preparado para o estudo visou a comparação entre os empresários que estudam a Ontopsicologia e os que não estudam Ontopsicologia ou estão iniciando, buscando saber quais os elementos que utilizam para a tomada de decisão na sua empresa.

3.1 DEFINIÇÃO DO MÉTODO

O questionário é uma das ferramentas mais utilizadas para coleta de dados pois apresenta a melhor precisão sobre o que deve ser coletado. “Todo questionário deve ter natureza impessoal para assegurar uniformidade na avaliação de uma situação para outra” (cervo, 2017, p. 53). Portanto, por ser um questionário em anonimato, as pessoas que o respondem se sentem mais confortáveis de dizer a verdade, pois não são identificadas.

Em relação a perguntas fechadas, elas conseguem ser aplicadas de formas mais simples e melhores para analisar, enquanto as perguntas abertas acabam sendo mais difíceis para estudar, embora as informações contidas nelas são mais ricas em conteúdo.

A entrevista tem como objetivo apanhar dados da pesquisa por meio de um interrogatório do autor. Ela consegue obter dados que normalmente não estão disponíveis em registros ou documentos, e assim, procura as respostas da pesquisa nas pessoas. O foco da entrevista é deixar o entrevistado falar e não ser interrompido,

para não perder as informações do assunto que está sendo tratado, e o entrevistador deve anotar minuciosamente os dados, e escrever resumidamente suas anotações o quanto antes para não esquecer, além de observar o comportamento e atitudes da pessoa entrevistada.

O trabalho abrangeu ambas ferramentas por apresentarem diferentes informações e as duas serem de grande importância para o estudo.

Por ser um estudo comparativo escolheu-se dois grupos para a aplicação da pesquisa, sendo um grupo com maior estudo sobre o método ontopsicológico e outro grupo que está iniciando seus estudos.

Primeiramente foi aplicado um questionário composto de perguntas abertas e fechadas para os alunos do curso do MBA – Business Intuition que encontram-se em níveis mais avançados de estudos sobre a Ontopsicologia, visto que, esse grupo está se formando, portanto, estão há mais de 2 anos em formação. É o curso da Antonio Meneghetti Faculdade, denominado na pesquisa como **GRUPO BI**. A pesquisa foi aplicada no dia 20 de julho de 2019, onde era a última aula desta formação.

O segundo grupo foi aplicado um questionário contendo também perguntas fechadas e abertas, para o grupo de empresários e líderes de diversos setores que iniciaram a Escola de Negócios na Antonio Meneghetti Faculdade, no segundo semestre de 2019, denominado aqui de **GRUPO EN**. Foi aplicado no dia 26 de setembro de 2019, onde haviam tido somente 4 aulas.

O modelo do questionário foi único para os dois grupos, alterando somente as duas últimas perguntas abertas.

Foi aplicada uma entrevista aberta com três empresários que estudam e utilizam o método ontopsicológico há mais de dez anos para verificar *cases* de tomada de decisão. Pois, parte-se da premissa que estes empresários-estudantes, que possuem longa data de estudos, utilizam mais os métodos não racionais nas suas empresas para a tomada de decisão e assim, contribuir com esta pesquisa de forma mais empírica através de *cases* práticos.

Define-se os que estudam e utilizam o método ontopsicológico como sendo as pessoas que pelo menos uma vez ao mês realizam cursos ou aulas sobre a ciência e o fazem há mais de dez anos. Aos participantes da entrevista foi reservado o direito do sigilo.

Na entrevista foram realizadas 5 perguntas, que após a concordância dos mesmos foram gravadas e transcritas abaixo.

As perguntas eram:

1. Idade?
2. Profissão?
3. Quanto tempo estuda Ontopsicologia?
4. Qual critério que mais utiliza na tomada de decisão? Matemáticos ou intuitivos?
5. Conte alguns cases onde utilizou o método intuitivo na tomada de decisão.

A escolha dos três participantes deu-se através do critério de tempo de estudo e de um pré conhecimento por parte da pesquisadora dos empresários que frequentam a Instituição Antonio Meneghetti Faculdade. Este conhecimento dá-se pelo fato de serem também professores dos cursos de graduação e alguns cases são também compartilhados em sala de aula como exemplo prático de aplicação do método ontopsicológico. Foram selecionados dois homens e uma mulher. As entrevistas foram realizadas todas no dia 04 de outubro de 2019.

3.2 SUJEITOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

Pesquisou-se empresários que estavam no dia pesquisa, independente do porte e ramo de negócio, que estudam no MBA da AMF; e os empresários que não tem contato com este conhecimento. O critério de escolha dos empresários foi os que estiveram presentes na aula no dia da pesquisa.

3.3 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados das perguntas fechadas foram analisados em planilhas do Excel com vieses estatísticos de médias. As perguntas abertas foram todas numeradas por questionário e transcritas de forma literal para a realização da análise.

As entrevistas serviram como modelo para descrever os resultados obtidos.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

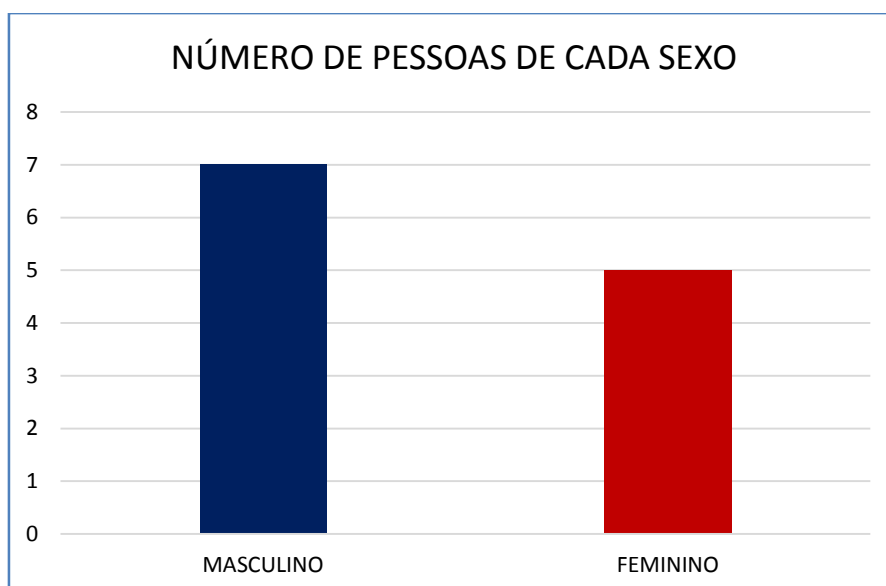
Neste capítulo é apresentado resultados das pesquisas aplicadas. Primeiramente serão apresentados os números relativos a aplicação do questionário realizado com o MBA Business Intuition (Grupo BI). Na segunda seção é apresentado os resultados do questionário aplicado à Escola de Negócios (Grupo EN), na terceira parte é o relatado da entrevista realizada com 3 empresários. Na última seção desse capítulo, foi elaborado um resumo dos resultados alcançados através da aplicação da pesquisa, conforme os objetivos deste trabalho.

4.1. RESULTADO QUESTINÁRIO APLICADO AO MBA BUSIESS INTUITION (GRUPO BI):

O primeiro questionário foi aplicado aos alunos do curso do MBA – Business Intuition considerados mais avançados, devido ao tempo de estudo da ciência Ontopsicológica. Referem-se aos alunos que estudam no curso de MBA da Antonio Meneghetti Faculdade. O questionário foi aplicado no dia 20 de julho onde estavam realizando o ultimo módulo do curso.

O total de participantes na pesquisa foi de 12 alunos, sendo que no dia haviam 20 alunos, porém, nem todos entregaram. Do total de respondentes 07 eram do sexo masculino e 05 do sexo feminino. Conforme gráfico 01.

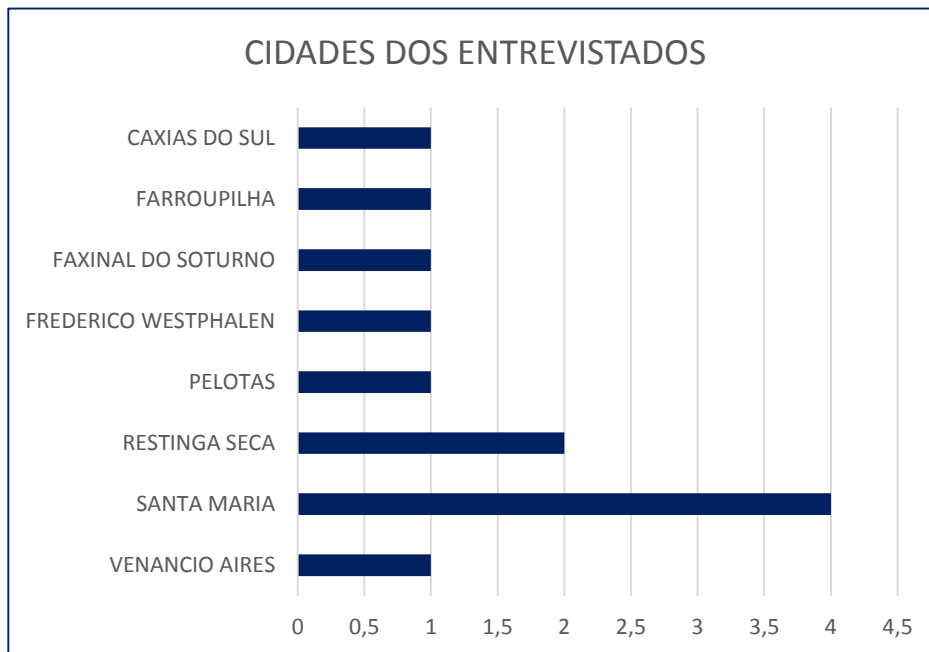
Gráfico 1 – Número de pessoas de cada sexo



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A maioria dos alunos são do município de Santa Maria, com 04 alunos, seguido de Restinga Seca com 2 alunos e depois dividem-se proporcionalmente com 01 aluno cada cidade sendo: Caxias do Sul, Farroupilha, Faxinal do Soturno, Frederico Westphalen, Pelotas e Venâncio Aires conforme verifica-se no gráfico 02. Estes dados mostram que os municípios mais próximos da Faculdade Antônio Meneghetti são os maiores frequentadores deste curso.

Gráfico 2 – Cidade dos entrevistados

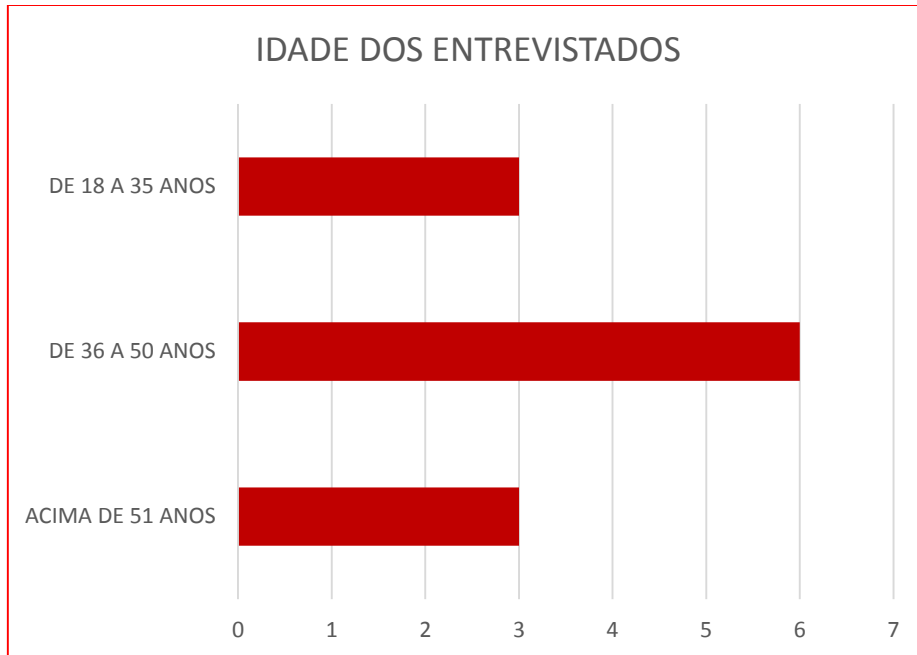


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quanto a idade visualizada no gráfico 03, verificou-se que a maioria está na faixa entre os 36 e 50 anos, representando 42,6% dos entrevistados. Dividindo-se igualmente as idades dos entrevistados entre 18 e 35 anos e acima de 51 entrevistados com 3 alunos em cada faixa citada, ou seja, 25% para cada. Este dado permite concluir que as pessoas que estão entre 36 e 51 anos estão na fase de construção da própria profissão e buscam crescimento através do conhecimento.

Pessoas que buscam estar em constante desenvolvimento através do estudo sentem-se mais seguras e possuem um bem estar psicológico maior, pois o estudo treina a inteligência e as funções cognitivas (BOCK, FURTADO, TEIXIERA, 2019).

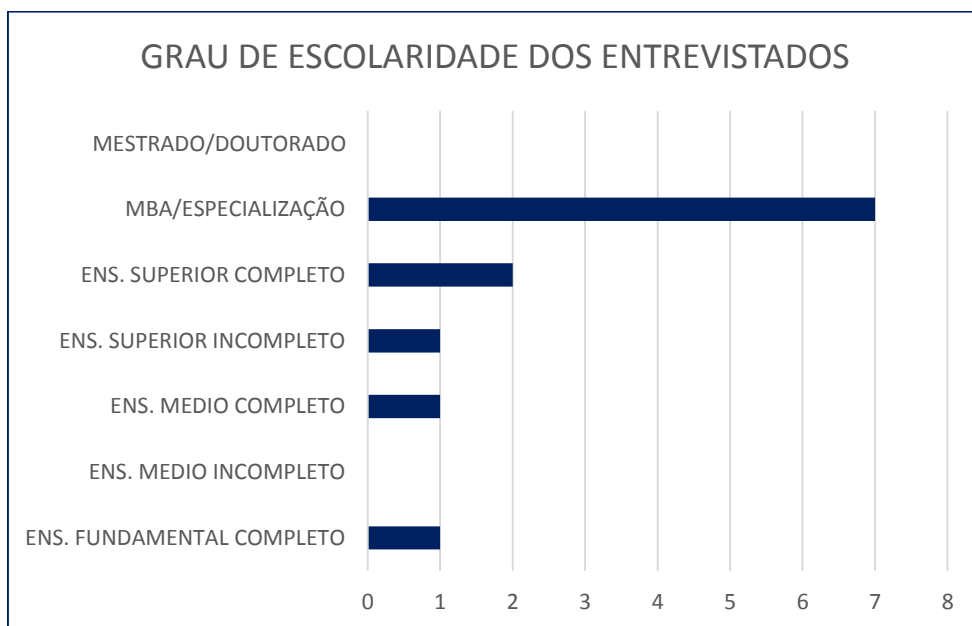
Gráfico 3 – Idade dos Entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O grau de escolaridade dos entrevistados apresenta um número superior nos alunos que tem ou fazem especialização, sendo o total de 07 alunos. 02 pessoas possuem ensino superior completo, 01 pessoa ensino superior incompleto, 01 aluno possui somente ensino médio completo e 01 pessoa ensino fundamental completo.

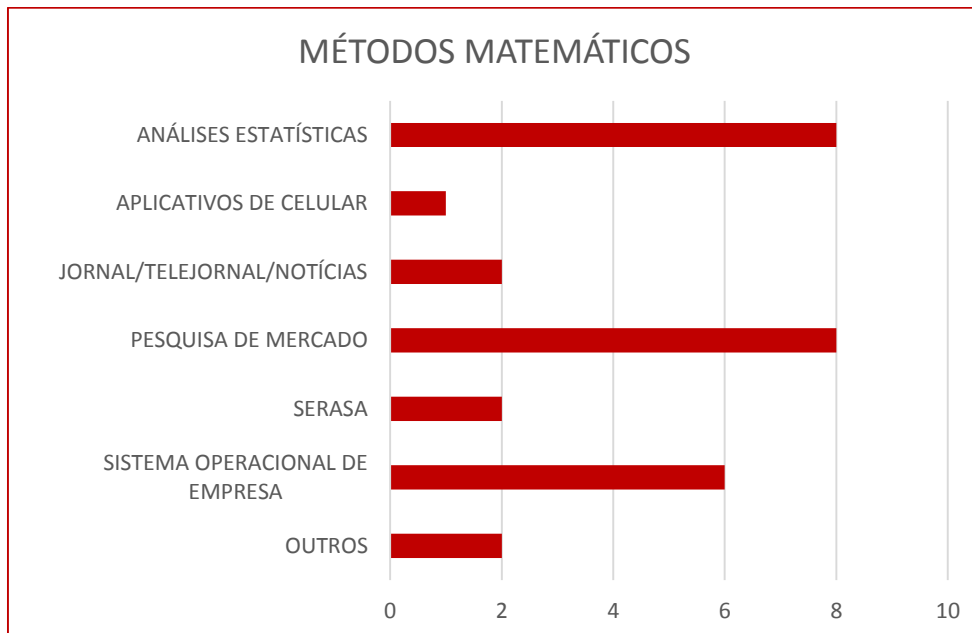
Gráfico 4 – Grau de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na questão dos métodos matemáticos, pode-se ver que a maioria dos alunos do MBA, 08 empresários usam como ferramenta de informação as análises estatísticas e a pesquisa de mercado para a tomada de decisão, seguindo por 06 pessoas que usam o sistema operacional da empresa, 02 alunos que usam o jornal/telejornal/notícias, serasa e outro meio de tomar decisão, e apenas 01 pessoa usa algum aplicativo de celular. Conforme mostra o gráfico 05.

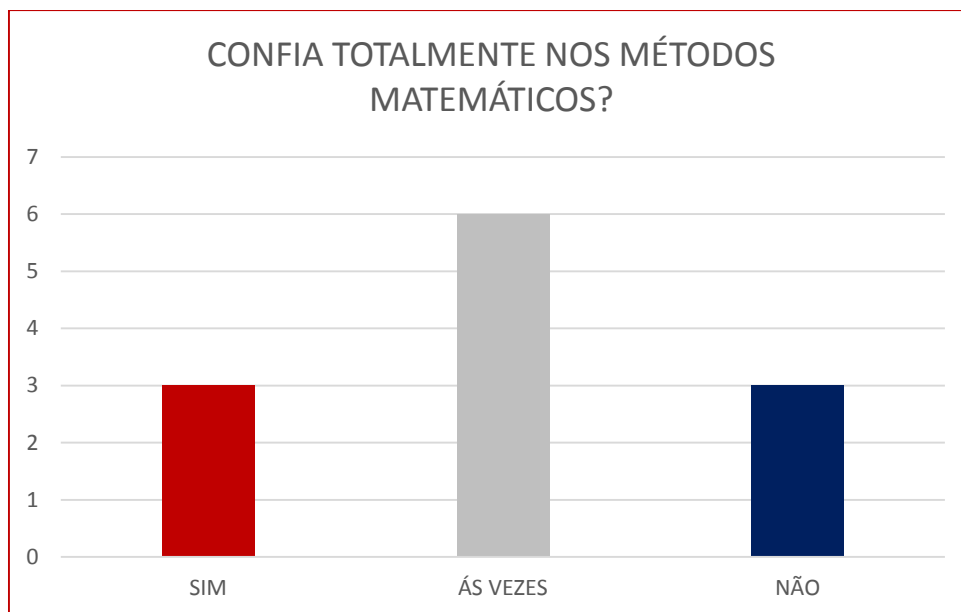
Gráfico 5 – Métodos Matemáticos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Já partindo para o gráfico 6, sobre a confiança das decisões utilizadas nas suas empresas, os dados mostram que a maioria dos empresários ficam na dúvida quanto aos métodos matemáticos que aplicam no seu negócio, sendo um total de 06 alunos que assinalaram a resposta às vezes, ficando igualmente 03 pessoas que responderam sim e não. Dessa forma pode-se concluir que mesmo sendo os métodos matemáticos modelos racionais, que nem sempre são assertivos nos processos decisórios. ISMAIL, MALONE, GEEST (2015) mostram indignação, pois como que analistas, investidores, tão bem informados através de grandes pesquisas de mercado ou sistemas possam errar tanto nas tomadas de decisão.

Gráfico 6 – Confia totalmente nos métodos matemáticos

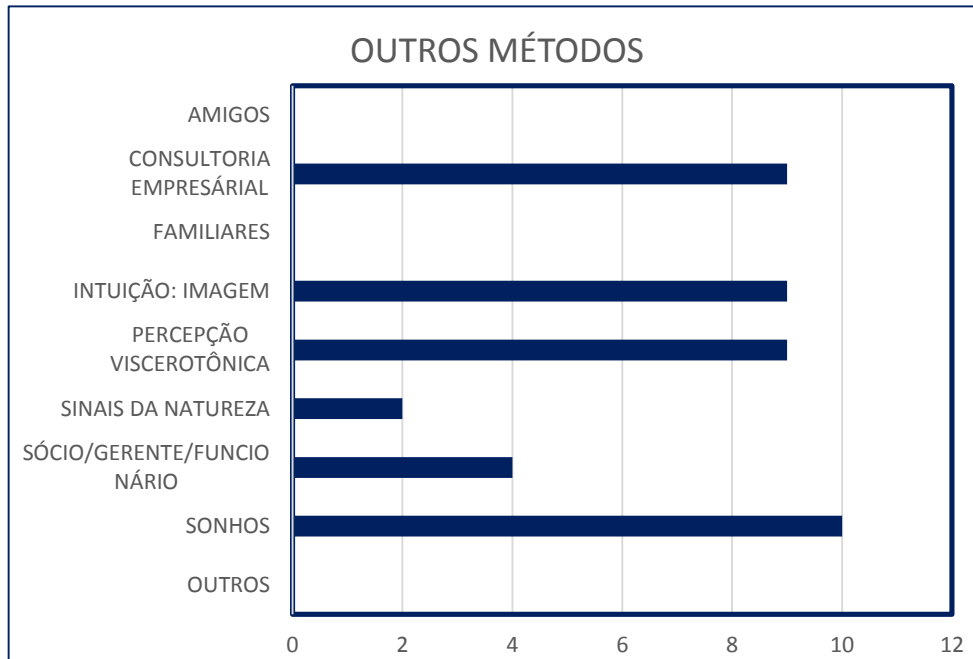


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando analisados os resultados da pesquisa sobre os métodos alternativos, verifica-se que muitos utilizam o método ontopsicológico, dado que os empresários poderiam assinalar mais de uma resposta, a maior parte deles responderam que usam os sonhos como tomada de decisão, seguido pela consultoria empresarial, a intuição e percepção viscerotônica, depois vindo os sócios/gerente/ funcionário e por último os sinais da natureza. (Gráfico 7).

Alunos de especialização ou MBA, que estudam na Antonio Meneghetti Faculdade compreendem que existem outras formas de tomar uma decisão, além de métodos exógenos ao ser humano e que estes, podem ser muito mais assertivos para o líder. Por apresentarem os sonhos como método mais utilizados pode-se concluir que dentre os outros este foi o mais compreendido e usado pelos alunos. Desde o mundo antigo os sonhos sempre seduziram o homem, pois faz parte da vida humana, mas são códigos que poucos conseguiram compreender, porém ele faz parte do humano, todos sonham, alguns não recordam, mas é uma atividade psíquica do humano e, a vida não colocaria algo sem sentido ou sem valor. Portanto a Ontopsicologia é ciência que compreendeu seus códigos e ensina em seus cursos, dessa forma, qualquer um pode ter acesso a este conhecimento, e muitas vezes, compreender seus próprios sonhos e tomar decisões baseados nas suas diretivas.

Gráfico 7 – Métodos Alternativos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No gráfico 8, situado abaixo, observa-se que há uma diferença significativa quanto a confiança no método ontopsicológico para os métodos matemáticos, com 08 alunos que confiam totalmente, 03 alunos que confiam às vezes e apenas um assinalou que não. Cabe ressaltar que a pergunta foi se a pessoa confiava totalmente suas decisões nos métodos que havia assinalado, portanto, se não houvesse marcado amigos, a pergunta se referia somente aos assinalados pelo pesquisado.

Portanto, os alunos do MBA, após terem estudado e aplicado os métodos Ontopsicológicos podem confiar nesses para a tomada de decisão. Como o ser humano possui um inconsciente, pode ocorrer de interpretar de forma errônea um sonho, uma imagem ou um outro sinal, porém, buscam a consultora empresarial, psicológica para garantir a fidedignidade e imparcialidade dos sinais. Este dado também evidencia a busca do autoconhecimento, pois ao buscar uma consultoria compreende a si mesmo e potencializa o uso dos métodos dessa ciência.

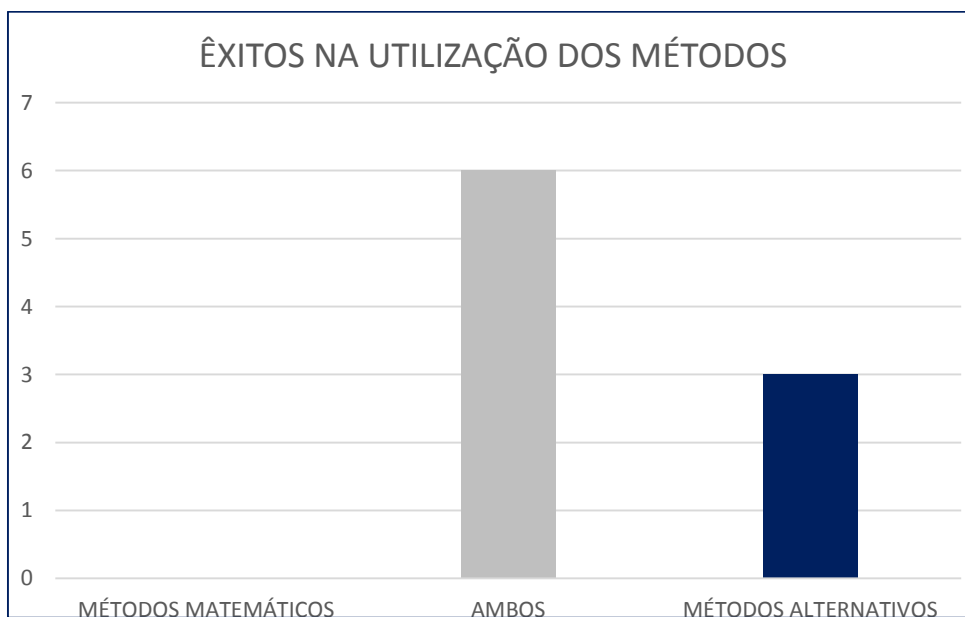
Gráfico 8 – Confia totalmente nos métodos alternativos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando perguntados em qual dos métodos os empresários tinham mais êxito ou resultado nas suas decisões, a maioria respondeu que tanto os métodos matemáticos quanto os métodos alternativos beneficiam sua empresa enquanto 03 alegaram que os métodos alternativos são mais eficazes nas suas escolhas de decisões.

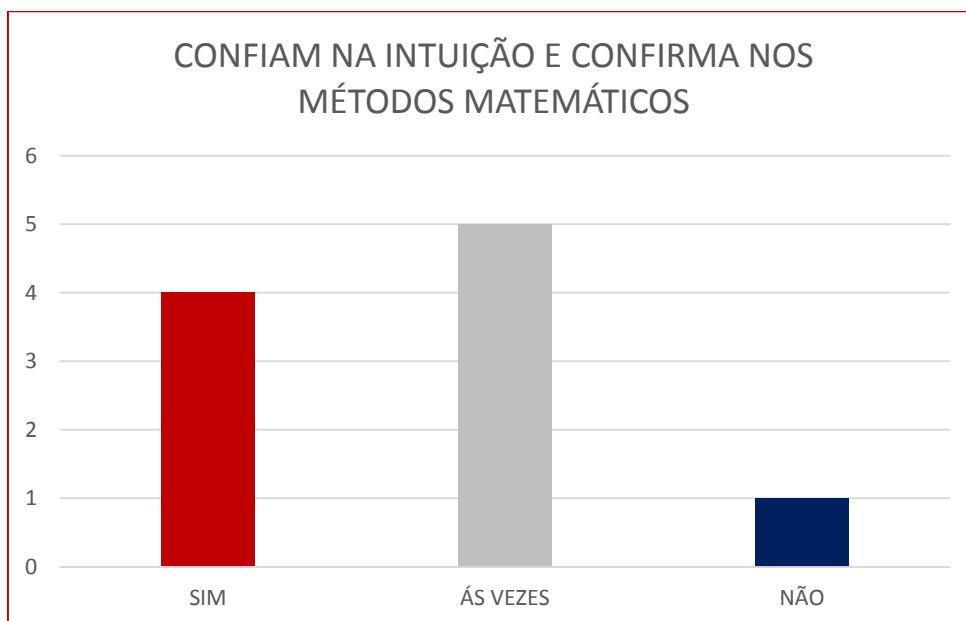
Gráfico 9 – Confia totalmente nos métodos alternativos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se no gráfico 10 uma resposta de que 05 alunos confiam na intuição e às vezes confirmam pelos métodos matemáticos, enquanto 04 alunos confiam e precisam confirmar, e apenas 01 respondeu que não necessita confirmar pelos modelos matemáticos.

Gráfico 10 – Confiar na intuição e confirma nos métodos matemáticos

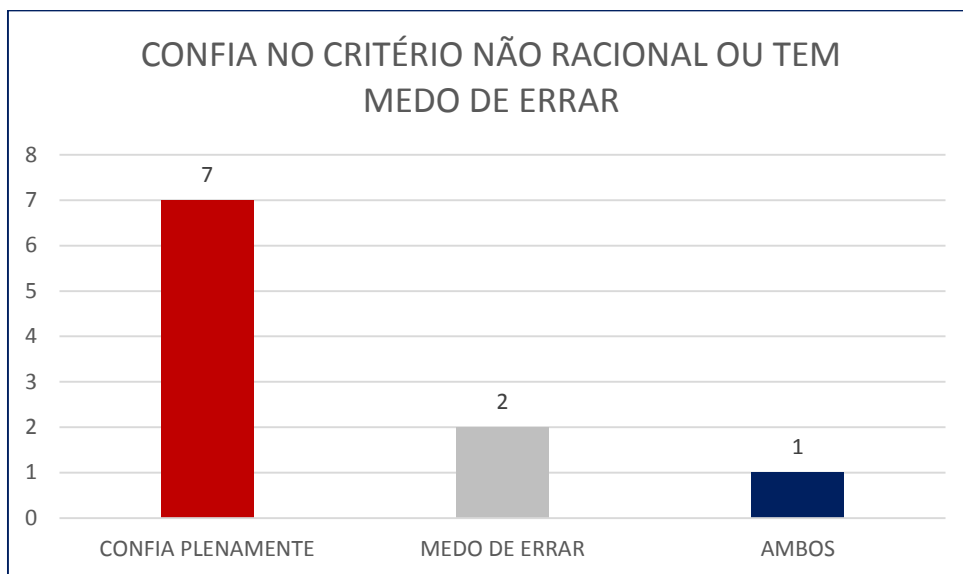


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Analisou-se nesse gráfico abaixo, que a maioria dos alunos do MBA, 07, utilizam e confiam no critério não racional ao tomar suas decisões empresariais, sendo apenas 02 alunos que tem medo de errar ao tomar uma decisão baseado no critério não racional, e 01 que tanto confia quanto tem medo de errar.

Pode-se verificar que no MBA os profissionais podem utilizar esses métodos com mais confiança na sua tomada de decisão. São 17 disciplinas (Anexo 1) cursadas ao longo de 2 anos com 360 horas, conforme site do curso. Nesta carga curricular tem-se conteúdos que formam o aluno para poder ter mais assertividade e compreender quando uma imagem é fruto de uma intuição ou de um complexo. Sempre baseada na formação integral deste aluno onde a busca do autoconhecimento é fundamental para compreender o próprio método.

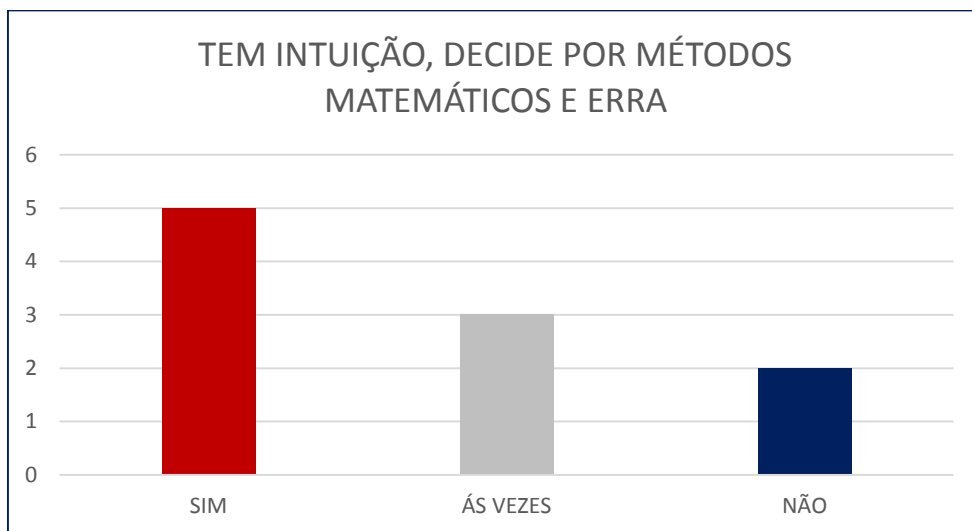
Gráfico 11 – Confia no critério não racional na tomada de decisão ou tem medo de errar



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nesse último gráfico (12) referente as perguntas quantitativas, sobre o questionário do MBA, comprovaram-se que a maioria dos empresários já tiveram alguma intuição, mas acabaram optando pelo método matemático e o resultado não foi positivo, sendo 05 pessoas que responderam sim, 03 pessoas falaram que às vezes e somente 02 assinalaram que não. Portanto se pode perceber, que são modelos e formas novas e que, dependem muito do estado psicológico do empreendedor no momento, além de ter que possuir um alto grau de consciência de si mesmo, e, muitas vezes não confia na própria intuição, prefere optar por uma planilha do sistema, por decisões já realizadas, por repetição, por série histórica, opiniões, etc. e que acaba errando. Possuir uma total confiança na intuição é conhecer-se e entender como ela procede na própria pessoa, o que é necessário tempo e ciência consigo mesmo.

Gráfico 12 – Tem intuição mas decide tomar uma decisão pelo método matemático e erra



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na pergunta sobre: se suas escolhas têm tido mais êxito quando você usa somente os processos matemáticos, quando usa intuição ou quando usa os dois? As respostas foram em sua maioria que utilizam mais a intuição e quando possuem dúvida procuram a consultoria para validar ou compreender a intuição. Novamente tem-se os sonhos como a principal ferramenta utilizada pelos entrevistados.

B.02 – Sonhos e percepção viscerotônica.

B.04 - Utilização do sonho interpretando junto a consultoria empresarial, entendendo o problema, desenvolvendo a saída até chegar na solução (executando tudo onde foi interpretado a partir das imagens apresentados no sonho).

B.05 – Demissão de um funcionário após análise de um sonho.

B.06 – Sonhos com ajuda de um profissional adquirir mais uma loja.

B.07 – Já tive dúvidas se fazia algo de acordo com minha natureza, por meio de sonhos analisados em consultoria, entendi positivamente.

B.09 – Tem situações nos processos de decisão onde as informações matemáticas, estatísticas não fornecem dados suficientes, então combino percepções viscerotônicas e de intuição.

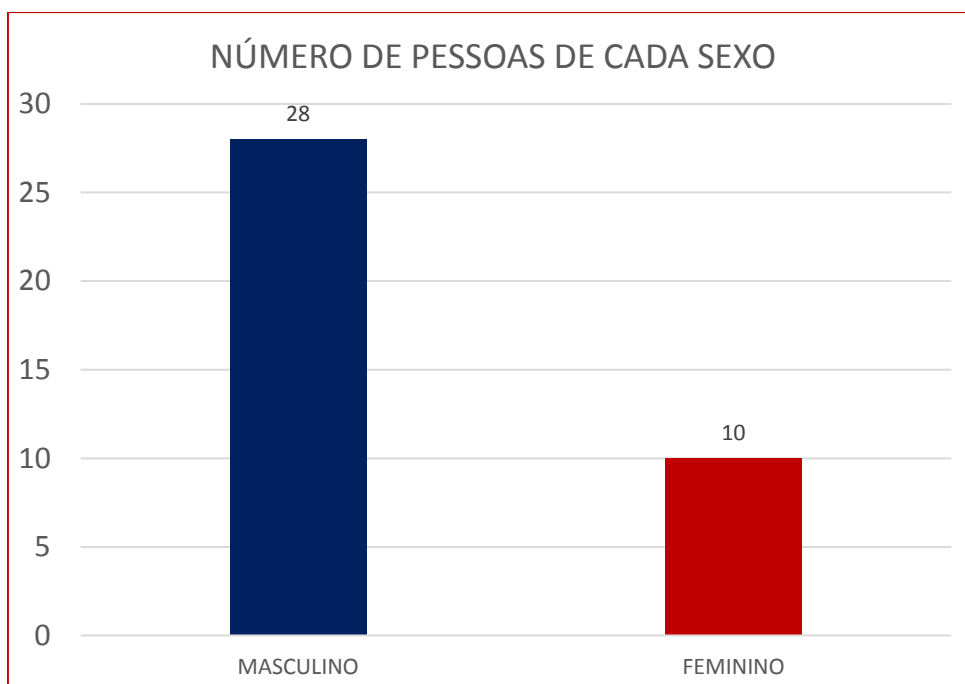
B.11 – Procuo prestar muita atenção principalmente no primeiro impacto com os clientes. Sempre levo meus sonhos para consultoria, onde afirmo que são infalíveis. Posso discutir com tudo, mas com os sonhos não discuto.

4.2. RESULTADO QUESTIONÁRIO APLICADO A ESCOLA DE NEGÓCIOS (GRUPO EN)

Conforme a metodologia deste estudo o segundo questionário foi aplicado aos alunos do curso de Escola de Negócios – EN, este curso tem por característica aulas semanais às quintas-feiras a noite num período de 3 horas durante 5 meses com temas relacionados à empresa, sempre com o aporte da ciência Ontopsicológica, porém, devido ao pouco tempo de estudo o aluno tem uma base e este questionário foi aplicado no dia 26 de setembro, onde haviam cursado apenas 4 aulas, portanto, haviam pouco conteúdo aprendido sobre os temas estudados.

Neste curso obteve-se um total de 38 alunos que responderam ao questionário, um número bastante alto comparado com os alunos que se formaram no MBA Business Intuition. Ao total de alunos masculinos, foram 28 e 10 mulheres conforme o gráfico 01 abaixo.

Gráfico 13 – Número de pessoas de cada sexo

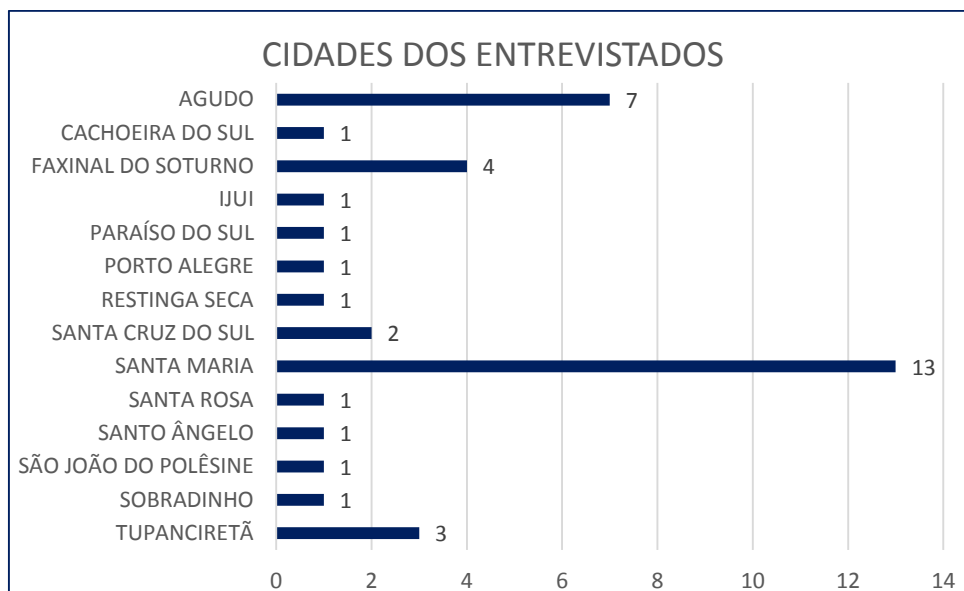


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Há uma grande quantidade de alunos de várias cidades, com a maioria, 13, sendo de Santa Maria, seguido por 7 de Agudo, 4 de Faxinal do Soturno, 3 de Tupanciretã, 02 de Santa Cruz do Sul, e o restante das cidades: Cachoeira do Sul, Ijuí,

Paraíso do Sul, Porto Alegre, Restinga Seca, Santa Rosa, Santo Ângelo, São João do Polêsine e Sobradinho com apenas 1 aluno. Conforme mostra o gráfico 14.

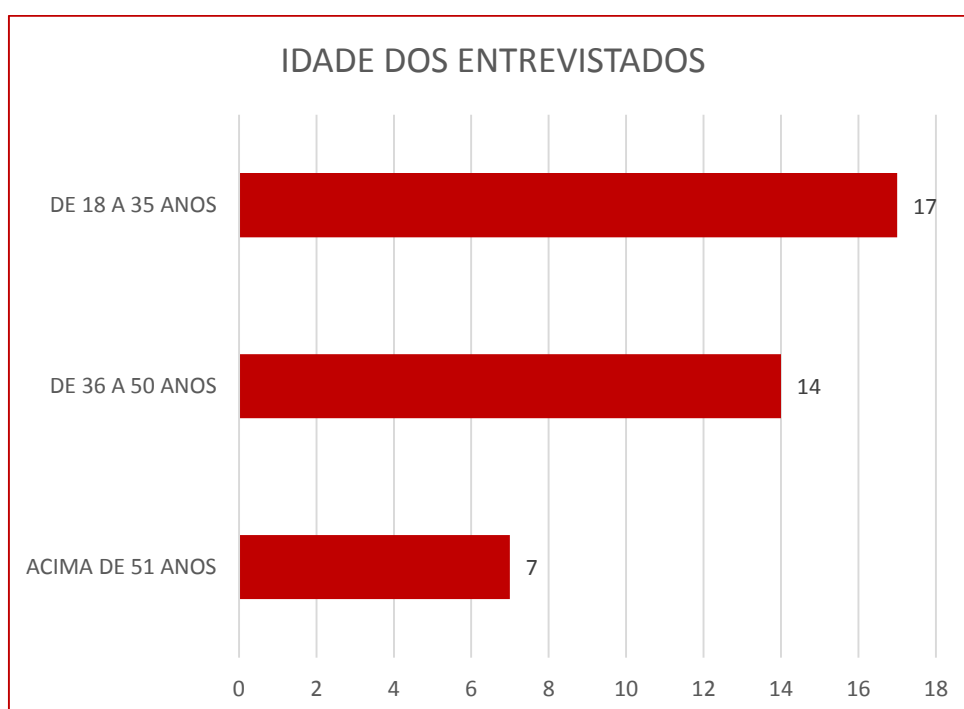
Gráfico 14 – Cidade dos entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No gráfico 15, que mostra as idades dos entrevistados, observa-se que 17 alunos têm entre 18 à 35 anos, seguido por 14 que tem entre 36 à 51 anos e por fim 7 alunos que tem idade acima de 51 anos.

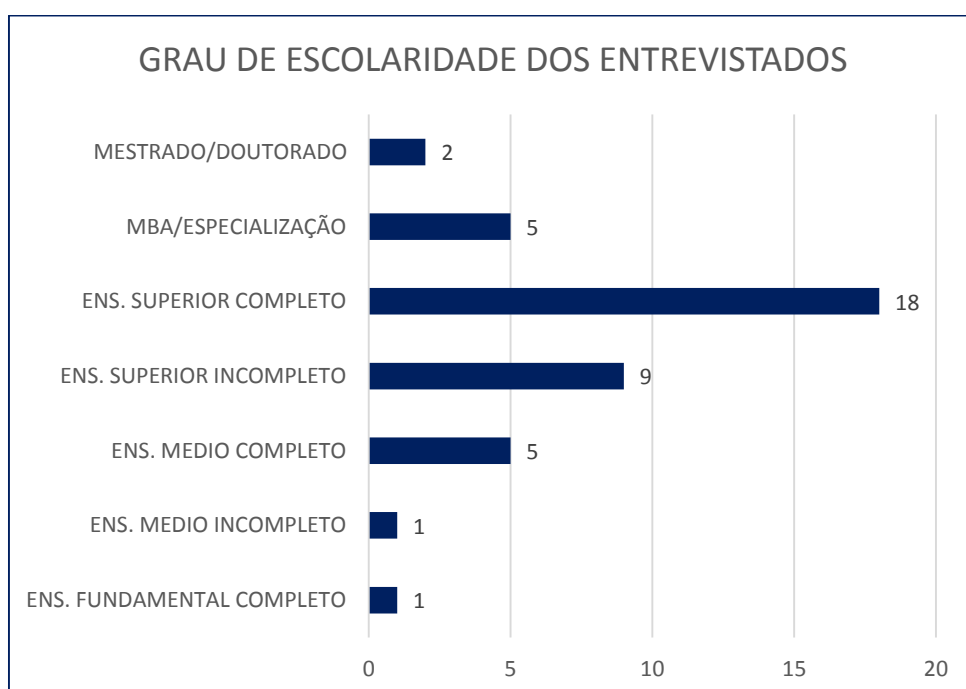
Gráfico 15 – Idade dos Entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Viu-se que a grande parte dos alunos da Escola de Negócios, sendo 18 alunos possuem formação acadêmica ou então estão cursando alguma faculdade: 9 alunos, seguido por 5 alunos que tem ensino médio completo e também 5 alunos tem MBA/Especialização, com apenas 02 que tem mestrado/doutorado e 1 que tem somente ensino médio incompleto ou ensino fundamental completo.

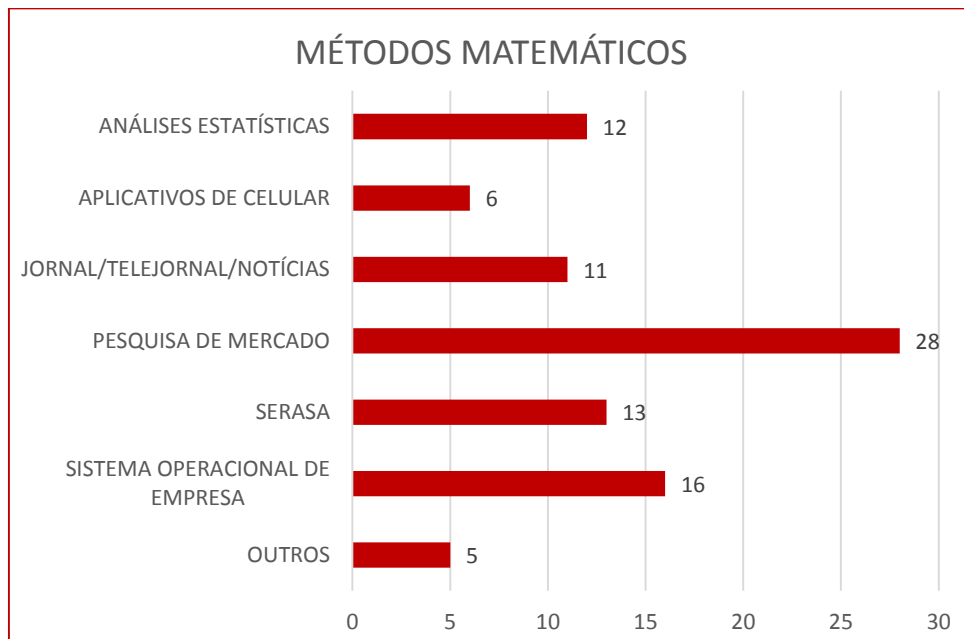
Gráfico 16 – Grau de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Neste gráfico abaixo (17) sobre quais métodos matemáticos eles utilizavam para a tomada de decisão, foi dada a opção que poderiam marcar mais de uma caso necessitassem, sendo assim, obteve-se muitas respostas, sendo a mais assinalada a pesquisa de mercado, com 28 respostas. Após, teve o sistema operacional da empresa com 16 pessoas respostas para essa opção, acompanhado por 13 que utilizam o serasa, 12 nas análises estatísticas, 11 respostas marcadas para jornal/telejornal/notícias, 6 que também usam aplicativos de celular e por último 5 que aplicam outros métodos matemáticos.

Gráfico 17 – Métodos Matemáticos

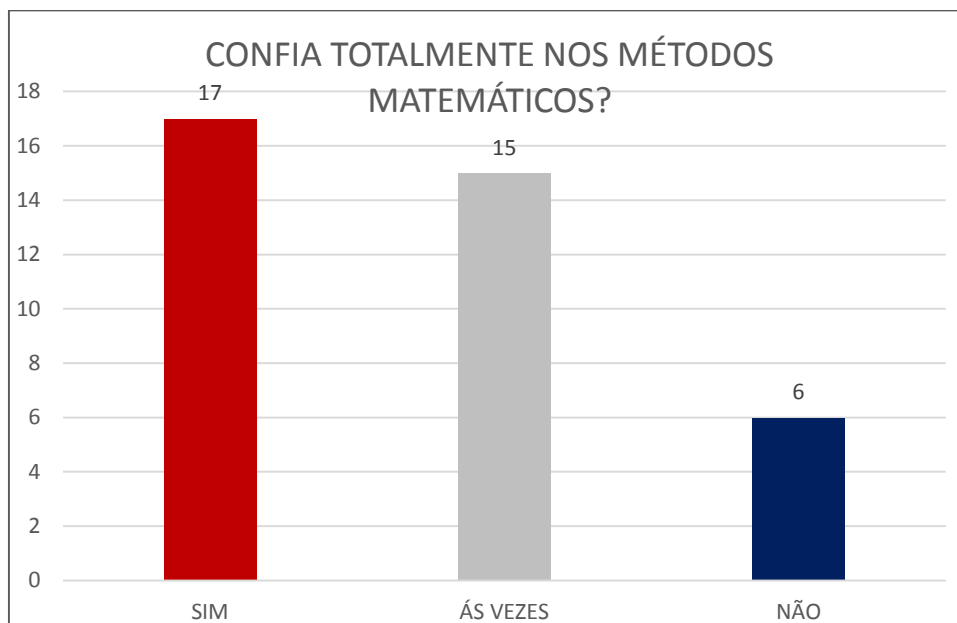


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O gráfico 18 mostra as respostas sobre a pergunta se os pesquisados da Escola de Negócios confiam totalmente nos métodos matemáticos, 17 deles responderam que sim, que confiam totalmente nos métodos que assinalaram acima. Do total de 38 respostas, 15 alunos disseram que confiam às vezes e somente 6 que não confiam.

Quando compara-se a mesma resposta com os alunos do MBA pode-se observar uma resposta bem diferente, pois os alunos do Business Intuition a maioria respondeu que somente às vezes confiam totalmente, neste ponto já se observa uma maior compreensão dos alunos que estudam há mais tempo a Ontopsicologia, pois compreendem que os modelos matemáticos nem sempre são confiáveis. Já os alunos que a pouco ingressaram neste estudo, a maioria ainda acredita, que decidir baseados nestes métodos, é seguro.

Gráfico 18 – Confia totalmente nos métodos matemáticos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Novamente nesta pergunta os alunos podiam marcar mais de uma resposta. A pergunta referia-se sobre qual outro método você utiliza como ferramenta para tomada de decisão. Desta forma, obteve-se 24 alunos que marcaram a opção intuição: imagem, seguido por 17 que marcaram tanto a percepção viscerotônico quanto o sócio/gerente/funcionário, acompanhado por 7 alunos que marcaram os amigos, os familiares e os sonhos, 6 alunos assinalaram os sinais da natureza e finalmente 05 que marcaram a consultoria empresarial e outros métodos que utilizam.

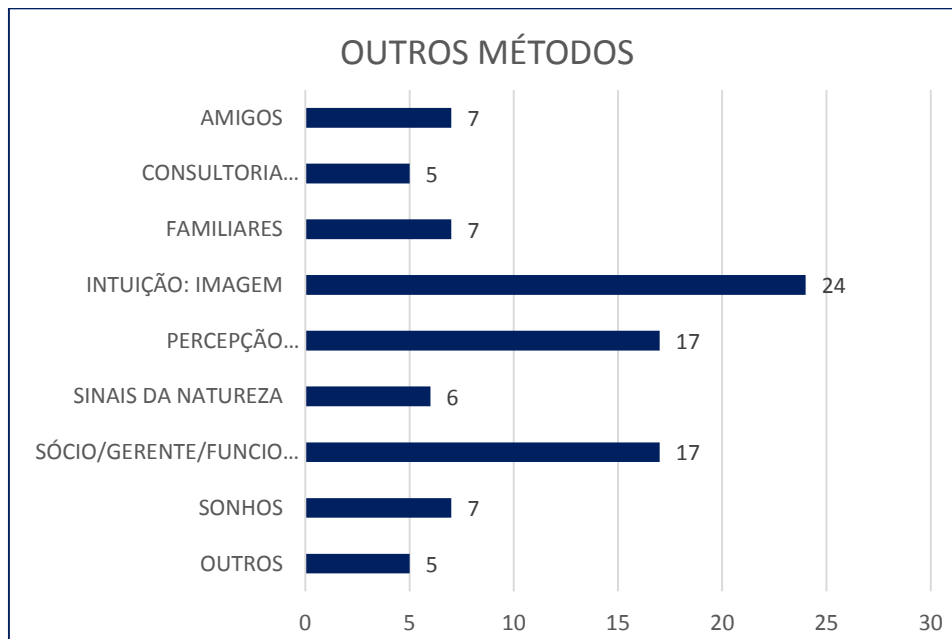
Quando comparados com os resultados da pesquisa sobre os métodos alternativos respondidos pelo MBA, verifica-se que estes utilizam mais os métodos Ontopsicológicos, a maior parte deles responderam que usam os sonhos como método para tomada de decisão, seguido pela consultoria empresarial, a intuição e percepção viscerotônica, depois vindo os sócios/gerente/funcionário e por último os sinais da natureza.

Os 3 primeiros métodos assinalados pela EN. foram em primeiro lugar: Intuição – imagens; segundo: opiniões de sócio, gerente ou funcionário e percepção viscerotônico e terceiro: opinião de amigos, familiares e sonhos.

Os 3 primeiros métodos assinalados pela MBA – BI foram em primeiro lugar: os sonhos; segundo: a consultoria empresarial e em terceiro lugar a intuição – imagens.

Portanto fica evidente a diferença da compreensão dos métodos intuitivos como ferramenta para o líder entre os alunos do MBA para os alunos da EN.

Gráfico 19 – Métodos Alternativos

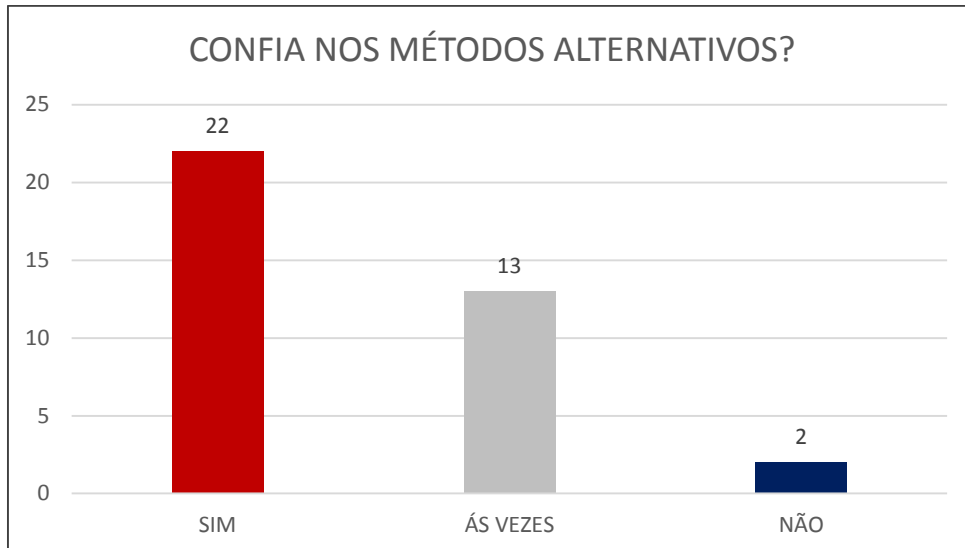


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Analisou-se neste gráfico 20, que 22 alunos confiam totalmente nos métodos alternativos, representando 57% enquanto 13 confia somente às vezes (34%) e apenas 02 não confiam totalmente. Pela resposta da pergunta anterior, pode-se concluir que a maioria, 57% dos entrevistados, alunos da EN confiam totalmente na intuição – imagens, na opinião dos sócio, gerente e funcionários, nos amigos, familiares e sonhos.

Pode-se perceber que este grupo de entrevistados, que recém iniciaram seus estudos sobre liderança através do método Ontopsicológico possuem suas bases de decisões pautadas mais em métodos matemáticos e nas relações.

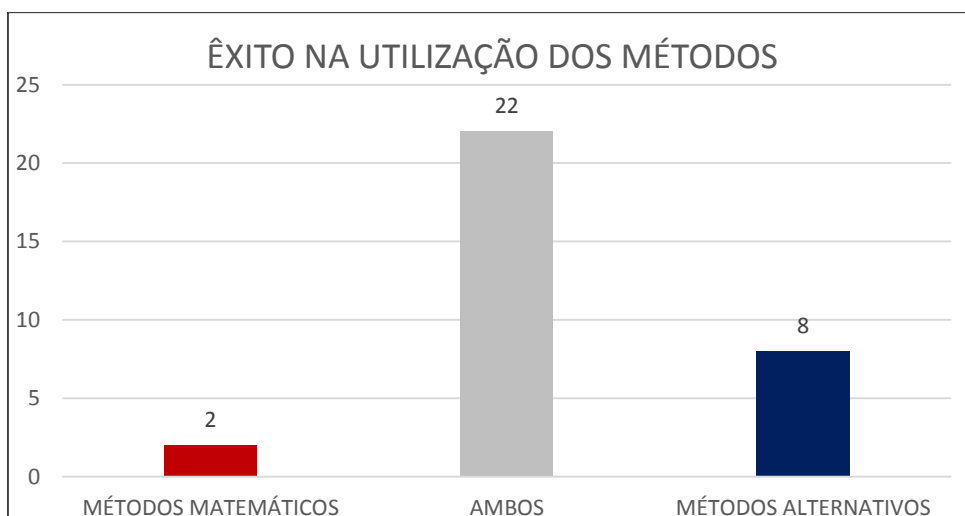
Gráfico 20 – Confia totalmente nos métodos alternativos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nesta pergunta abaixo, nem todos os alunos responderam. Quando perguntados se eles têm êxito na utilização de qual método, maioria dos alunos da Escola de Negócios respondeu que atingem êxito em ambos métodos na sua tomada de decisão, sucedendo por 08 que atingem pelos métodos alternativos e somente 02 que atingem resultados pelos métodos matemáticos.

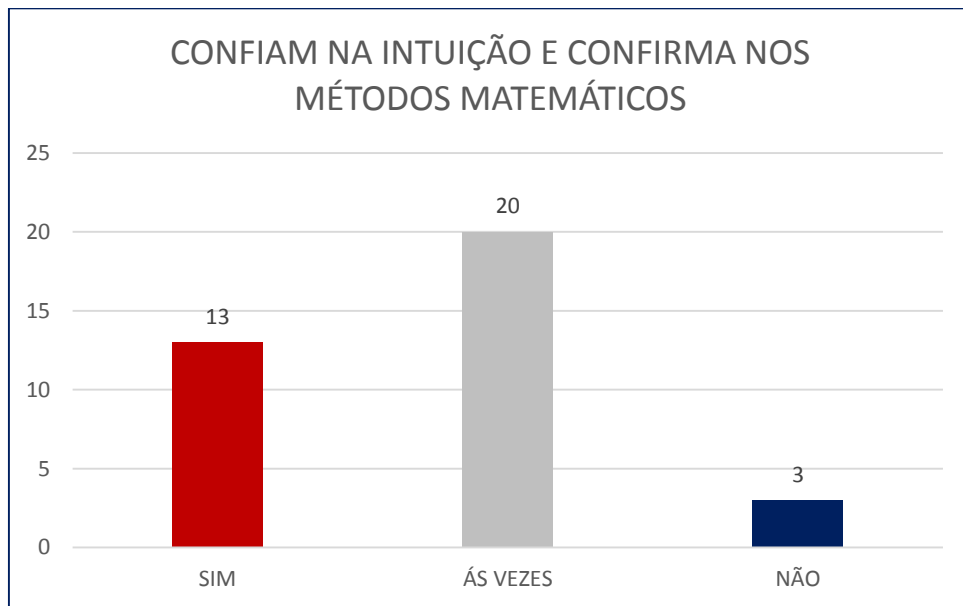
Gráfico 21 – Tem êxito na utilização de quais dos métodos



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observou-se que muitos ainda se sentem receosos ao confiar na intuição para a tomada de decisão, o que mostra no gráfico 22, onde 20 pesquisados marcaram a opção às vezes, seguido por 13 que assinalaram a resposta sim, e 3 que marcaram a resposta não.

Gráfico 22 – Confiar na intuição e confirma nos métodos matemáticos

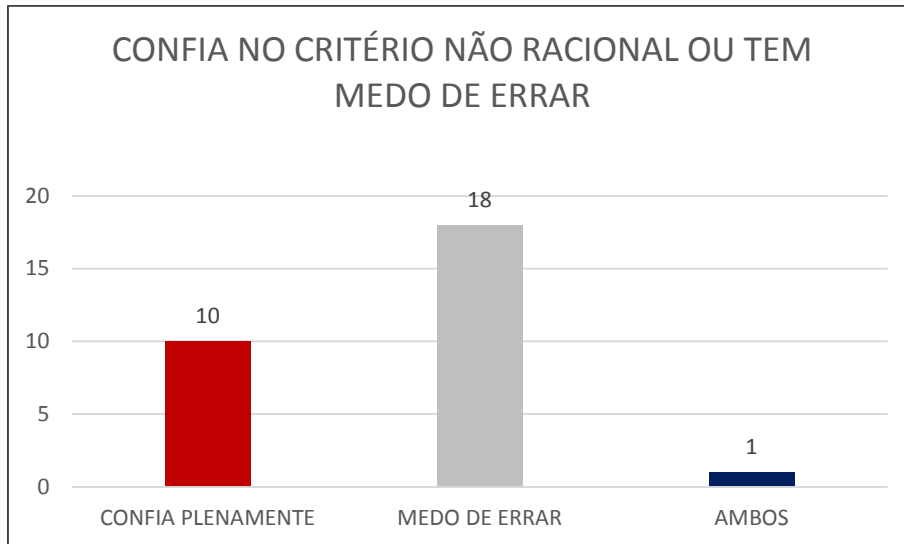


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Neste gráfico 23 se observa que há um número elevado na resposta sobre ter medo de errar na tomada de decisão usando o critério não racional, com 18 alunos, e 10 alunos que marcaram que confiam no critério não racional para tomar uma decisão, com apenas 01 aluno que confia no critério não racional.

Portanto pode-se concluir que os entrevistados deste grupo possuem medo de errar, não tem segurança para a tomada de decisão se não for um método matemático, um modelo racional. Esta insegurança também dá-se pelo fato de não compreenderem muito bem a funcionalidade de um sonho, de uma imagem ou de um sinal por exemplo. Preferem confiar então, em dados sólidos e quantitativos ou em opiniões de amigos, familiares, sócios, funcionários conforme apontado acima.

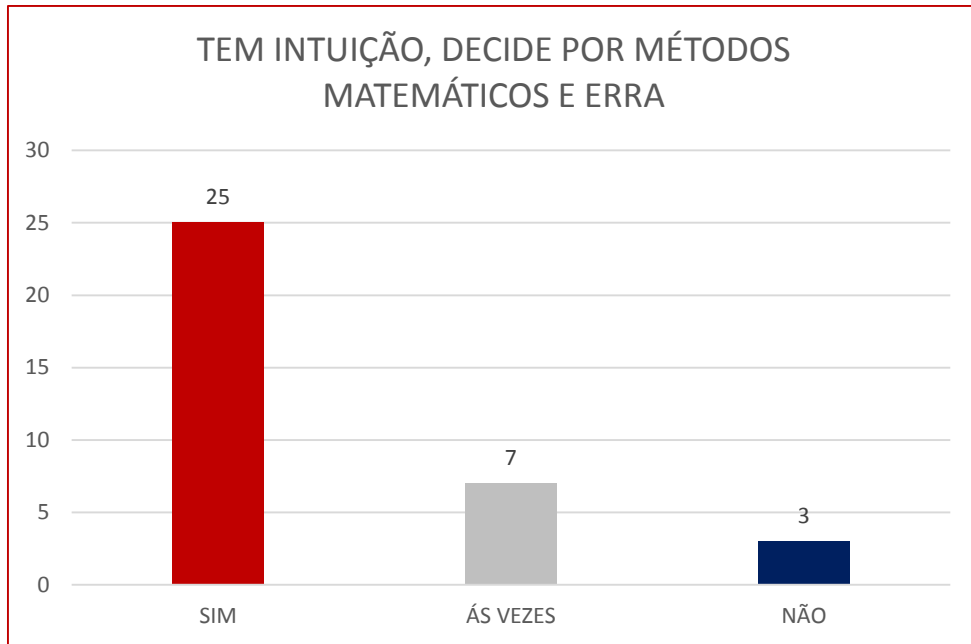
Gráfico 23 – Confia no critério não racional na tomada de decisão ou tem medo de errar



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Por último, o gráfico 24 mostra um total de 25 alunos que utilizaram os métodos matemáticos na tomada de decisão mesmo tendo a intuição, erraram e não obtiveram o resultado esperado. Apenas 07 alunos responderam às vezes, e somente 03 alunos disseram que não.

Gráfico 24 – Tem intuição mas decide tomar uma decisão pelo método matemático e erra



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nas perguntas abertas obteve-se os seguintes resultados:

Referente a pergunta: descreva, se possível, alguma situação em que você utilizou algum desses métodos acima. Sobre os métodos acima refere-se as respostas do gráfico 19 – Métodos Alternativos. Aqui se observa que utilizam a confirmação dos dados apontado no gráfico 19, como métodos não racionais a opinião de gerentes, sócios, a própria convicção, sentimentos, que muitas vezes promoveram o sucesso e hoje formam a base da tomada de decisão além dos aspectos racionais.

N.37- Empréstimo a um associado novo o qual seu risco não possuía pontuação aceitável e mesmo assim emprestei dinheiro e deu muito certo o negócio. Tanto para a empresa quanto para ele. Posteriormente fizemos diversos negócios.

N.36 - Trabalho ramo financeiro, parto do princípio que o negócio é sempre viável, tenho que me convencer que não será através de números ou percepção particular.

N.35 - Na abertura das empresas, todas 4 que existem atualmente, na compra de máquinas, na formação de preços.

N. 34 - A análise de mercado, meteorologia.

N. 33 - Já usei o método viscerotônico, quando minha intuição pediu para eu aplicar em um negocio e deu certo.

N.30 - Gerentes são mais braços direitos, quando há intenção de inovar com equipamentos novos, procuro usa em outra... só o mesmo funciona bem.

N.29 - Muitos negócios, acontecem pela intuição baseado nos sinais do mercado e característica dos clientes.

N.28 - No momento em que abri o negócio tinha convicção que era aquilo.

N.27 - Quando nos baseamos somente em números para tomada de decisões (agora falando como bancário) nem sempre a base esta com 100% de precisão devemos entender o momento, a situação, a condição do negócio e isso nos facilita a tomar a decisão com mais segurança, haja visto que a subjetividade faz parte dos critérios relevantes para a análise do risco de um determinado negócio.

N.26 - Normalmente na aquisição bens móveis ou imóveis.

N.25 - Senti uma manhã que deveria buscar o contato com uma empresa que nunca havia tido contato antes, depois de algumas revisões fechei meu... contrato.

N.24 - Geralmente na análise ou busca de algum indicador que nos é dado como objetivo, buscamos a orientação de quem é referência ou que alcançou/ descobriu algum método que auxilie no objetivo final.

N.23 - A escolha de uma linha nova do produto a ser comercializada.

N.22 - Sempre questões compra para pagamento extras: olho para o cliente e percebo o não pagamento.

N.21 - Amigos em redução a informação sobre candidatos a vagas. Consultoria para realizar mudança de impacto no quadro de funcionários.

N.20 - Para o projeto do próximo empreendimento, pedi e recebi pareceres e sugestões de corretores, de clientes potenciais, do meu pai e dos meus funcionários.

N.18 - Quando tem danos na determinada cidade e equipe de vendas direciona para outra ou faz trabalhos internos.

N.17 - Trabalhar produto lançamento de mercado, compra empreendimento como investimento.

N.15 - Compra de produtos novos no mercado para a revenda.

N.14 - Na compra da minha empresa.

N.13 – Não entendi a resposta.

N.11 - Demissões/contratações de colaboradores.

N.10 - Decisões financeiras – orientação do líder, dono do negócio.

N.8 - No momento de se concretizar o negócio esperar o momento certo para alinhar forma que me permite ver mais ganho! Sentir o momento certo, e o dia certo.

N.6 - Tomada de decisão de carreira (ou de forma melhor afirmação do que estou fazendo em minha jornada).

N.5 - Contratação de gerente.

Na pergunta sobre o que você gostaria de aprender sobre modelos de processo de decisão obteve-se 16 respostas, sendo ressaltados pelos entrevistados a importância de compreender mais sobre o inconsciente, sobre sonhos, sinais que se apresentam, como unir intuição e racionalidade, etc. há um grande interesse dos estudantes da EN. em compreender mais sobre os métodos Ontopsicológicos.

N. 37 - Suas técnicas, cases sucesso, troca experiências.

N.36 - Aumentar o conhecimento sobre leitura facial, expressões e demais.

N.35 - Gostaria de aprender a me embasar mais, saber mais sobre sensações, armazenamento inconsciente de informações, planejamentos matemáticos conscientes, pois consciente e inconsciente juntos.... me potencializariam muito.

N.34 - Vim aqui para ter esta resposta.

N.33 - A definição.

N.32 - Mais confiança.

N.31 - Conhecer mais os sinais que recebo para as decisões.

N.29 - Ferramentas inovadoras, processos novos.

N.26 - Modelo mais acertado no momento.

N.25 – A forma de acertar mais.

N.24 - A melhor a capacidade de percepção do ambiente e fatores.

N.23 - Sonhos e sinais da natureza.

N.22 - Estou aberto a escutar...

N.20 - Tudo.

N.17 - Métodos para auxiliar tomada de decisão.

N.16 - Como lidar com eles.

N.15 - Como funciona, como se aplica.

N. 14 - Coisas novas, processos eficazes.

N.13 - Das intuições relacionadas ao sonho.

N.11 - Ontopsicologia aplicada a administração.

N.10 - Como ser + assertivo.

N.9 - Como seguir mais o sonho, não sei lidar c/ isso.

N.8 - Os critérios que nos levam a exatidão da ação, baseada na nossa natureza.

N.6 - Ter consciência da hora exata de tomar a decisão.

N.4 - Saber o momento exato de tomar a decisão sem ter princípios de erros.

N.2 - Como unir o racional a intuição para arriscar menos.

N.1 - Sobre como seguir o inconsciente mais preciso.

4.3. RESULTADO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS:

Nesta parte da pesquisa encontram-se as entrevistas que foram gravadas e transcritas. Segue a ordem dos entrevistados conforme realizada no mesmo dia da entrevista.

As entrevistas realizadas com 3 empresários, sendo uma mulher e 2 homens, que estudam a ciência Ontopsicológica há mais de 10 anos vem demonstrar através de cases como utilizam a intuição nos seus processos decisórios, tanto a nível pessoal como empresarial.

Entrevistado E.1

1. Idade? 45 anos.
2. Profissão? Consultora empresarial, administradora, professora e mentora.
3. Quanto tempo estuda Ontopsicologia? 14 anos.
4. Qual critério que mais utiliza na tomada de decisão? Matemáticos ou intuitivos? Intuição, principalmente sonhos e sinais da natureza.
5. Conte alguns cases onde utilizou o método intuitivo na tomada de decisão.

“Eu vou contar um case que aconteceu há pouco tempo atrás, onde eu utilizei tanto o critério viscerotônico, quanto intuição, imagens e os sonhos para a tomada de decisão. Eu estava saindo do meu trabalho, era noite, havia uma pessoa junto comigo, e por onde eu passava as luzes se apagavam, foram uma sequencia de 3 vezes, e ali foi um sinal que eu já percebi que poderia acontecer alguma coisa que não seria muito legal. Para mim isso já representava um sinal forte. Fui pegar uma pessoa para deixar num outro local, quando eu cheguei, a minha filha no caso, ela tinha um aniversário, aí eu cheguei na frente de onde seria o evento e tive uma sensação muito ruim, uma dor no meu estomago, parecia que tinha levado um soco, e pedi para que ela não ficasse naquele evento por que não achava que seria muito legal. Eu estava sentindo, já tinha tido um sinal antes também, mas ela escolheu ficar. Cheguei em casa, liguei para ela e repeti a pergunta para vir embora e ela não quis. Fui dormir e tive um sonho, e esse sonho roubavam meu carro e tudo acontecia naquela noite, por que de manhã

havia uma outra reunião e eu precisava encontrar meu carro no sonho até eu vir para esta reunião que seria as 8:30 da manhã. Na realidade eu tinha mesmo uma reunião às 8:30 da manhã. Eu me acordo, era tarde da madrugada, muito ofegante e cansada, eu vi que havia tido um sonho e que tudo iria acontecer naquela madrugada. Nisso a minha filha me manda mensagem que estava vindo para casa de carona e ao chegar em casa ela estava com 38 de febre, com infecção na garganta e muito mal, tinha acontecido umas coisas muito ruins na festa, alguns problemas que a afetou e eu levei um tempo até acalma-la, até baixar a febre e até resolver toda a situação, ou seja, eu tive o sinal da natureza, da situação, no momento que eu passava com o carro e as luzes se apagavam me alertando que alguma coisa fora do normal e ruim estaria para acontecer, a minha percepção diante do local do evento que não era nada bom, que algo ruim iria acontecer ali, o meu sonho que me avisou muito claramente que eu ia passar uma noite não muito legal resolvendo problemas e tudo isso para mostrar o que realmente o caso aconteceu. O que eu fiz? Diante de tantos sinais, e tantas coisas eu não me envolvi emocionalmente, eu resolvi o problema de forma fria, porque eu sabia que alguma coisa iria acontecer, ou seja, eu me preparei e assim pude ser funcional naquele momento, graças a compreender estes sinais.

E um outro caso que eu conto, foi de um cliente que eu fui trabalhar como consultora, e ele também tinha um evento a noite, muito grande, anual e que envolveria muito dinheiro. Nesse evento eu chego pela parte da manhã para ajudar, lá e ele quebra sem querer duas garrafas de vinho na minha frente, de manhã ele já tinha quebrado uma taça, mas na minha frente ele quebra essas duas garrafas, e eu sabia que alguma coisa de ruim iria acontecer, um descuido mas que traria prejuízo, só não sabia o que, e eu tinha que estar preparada para ser fria e poder ajudar. Justamente à noite, antes do evento, era um leilão, e melhor animal dele que iria para leilão desce do caminhão, e desce de forma errada, bate a cabeça num ferro e morre. Eu tinha que contornar a situação, cabia a mim transformar esse limão numa limonada, mas quando acontece esse evento eu sabia que era o sinal das garrafas de vinho. O ato dele ter quebrado as duas garrafas me mostrou que alguma coisa de ruim iria acontecer. Qual foi a atitude que eu tomei quando eu vi isso? Temos que ficar atento e cuidar de cada detalhe por que alguma coisa de ruim pode acontecer, como era um evento muito grande eu não consegui cuidar de todos os detalhes, enfim ... e esse animal acabou morrendo, mas pra fechar esses dois cases, a natureza sempre nos mostra a intencionalidade do que está acontecendo, intencionalidade daquela

direção, daquele movimento que está para acontecer e cabe a gente perceber, transformar uma cena dessa, uma imagem dessa, racionalizar para poder se cuidar, se proteger, enfim, não deixar que entre uma dinâmica ruim, por que se esses dois eventos eu não tivesse estado atenta, provavelmente eu teria adoecido, teria me machucado, teria levado as situações de forma emocional, o que não aconteceu por que eu me preparei. Outra ocasião também tive um sonho onde me apontava uma nova estrada, realizei uma consultoria, que confirmou e hoje me renovei como pessoal e profissional nesta nova caminhada de minha vida, me oxigenei. A vida sempre mostra a direção do que já foi plantado e os caminhos a serem seguidos para crescimento em todos os setores”.

Entrevistado E.2

1. Idade? 58 anos.
2. Profissão? Empresário da área de agronegócio e professor.
3. Quanto tempo estuda Ontopsicologia? 16 anos.
4. Qual critério que mais utiliza na tomada de decisão? Matemáticos ou intuitivos? Intuitivos.
5. Conte alguns cases onde utilizou o método intuitivo na tomada de decisão.

“Eu estava na lavoura e é normal os vendedores das empresas de máquinas e equipamentos, colheitadeiras, tratores virem nas fazendas de produção, ver se tem alguma necessidade, e numa dessas ocasiões eu me encontrei com ele no interior da fazenda, dentro da lavoura e conversamos sobre negócios. Eu precisava comprar um equipamento e ele estava me oferecendo, não gostei muito do preço, achei um pouco caro e o tempo estava meio ensolarado, no momento em que ele diz: o senhor está comprando o melhor equipamento, um ótimo equipamento à um preço bem barato, ou seja, uma boa oportunidade você está fazendo, nesse exato momento uma nuvem encobre o sol, no instante em que ele faz essa colocação que é um bom negócio eu vejo que encobre o sol. Pra mim o sol é importante, então eu senti que não era o momento, fiz essa observação do sol, me dei conta, porque é importante se dar conta do sinal, e então não fiz o negócio. Eu não estava com urgência do equipamento, aí uns dias teve uma promoção com esse equipamento à um preço inferior e eu fiz a compra com esse desconto e fiz um ótimo negócio. Foi uma decisão baseada no sinal da natureza, numa nuvem que encobriu o sol que me diz o seguinte, eu percebi que

não era o momento, eu tive essa sensação, aí que é importante, quando eu me dei conta que o sol se foi, eu senti fisicamente, minha percepção daquele sinal que não era o momento, então, eu não tinha urgência daquele equipamento, depois quando veio uma promoção eu comprei com um bom desconto.

Cito outro caso, eu estava de um amigo, era para fora e ele estava para fechar um grande negócio, e aí chegam os compradores, ou seja, o comprador e seu advogado já para definir a compra das tratativas do negócio, porque esse amigo estaria vendendo seu negócio e comprando em outro lugar. Mas assim que chegaram na varanda da casa e recebeu o comprador e seu advogado, me convidaram para sentar, meu amigo senta e cruza a perna, nisso uma abelha entra por debaixo da calça e pica a perna dele, ele dá uns tapas e pronto. Aí fazem as tratativas do negócio, enfim, só definiram alguns detalhes do contrato que estava tudo certo e formas de pagamento, acertaram o negócio e foram embora, e esse vendedor meu amigo me pergunta, está tudo certo, o que achaste do comprador? A pergunta que eu fiz foi se a abelha tinha picado ele, ele disse que sim, que o ferrão estava no lugar e que estava doendo ainda, aí eu não quis usar essa linguagem por causa da abelha, e disse, olha acho que tu tem que repensar o negócio, esse negócio pra mim não vai acontecer, embora teoricamente está tudo certo, racionalmente está tudo certo e tecnicamente também, tem detalhes que não me convencem que pode dar certo, é bom revisar o negócio, a minha sugestão foi revisar tudo, tem alguma coisa errada nesta situação. Realmente esse negócio faz alguns anos, não saiu ainda, essa pessoa perdeu muito dinheiro porque ficou esperando, fez outro negócio contando com a venda deste e a pessoa não cumpriu com o dinheiro e ele teve problemas também com outro negócio que ele estaria comprando que não pôde fazer, então, ele parou de investir na sua empresa, porque estava vendida, aí que foi o grande prejuízo, ele parou e pensou, bom está vendido, eu não vou melhorar nada, e aí tinha que operar e ele esperou e o negócio não saiu, e quando ele foi retomar já era tarde, e aí teve prejuízos. Foi um grande mal que uma abelha, se ele soubesse interpretar o sinal, ele teria detectado e teria mudado os planos, como estava tudo certo, ele não considerou minha opinião.

Uma ocasião, o preço de um produto, estava 23 reais, e eu não sabia se ia vender ou ia esperar, aí eu tive um sonho, de que tinha um pé de limoeiro e esse pé de limoeiro ele vinha com as folhas, com os galhos debaixo até em cima, ele tinha uns 3 metros de altura mas todo ele era redondo até embaixo, mas alguém me disse, tu precisa podar o limoeiro para colher 30 limões. E eu levei para um consultor me ajudar

a interpretar esse sonho, este consultor então perguntou para um especialista em plantas: você que é agrônomo, se poda ou não se poda limoeiro? Se poda diz o agrônomo, árvore frutífera tem que podar. Aí ele disse, o que que é podar um limoeiro? Fazer as ações que tu tens que fazer, ele me perguntou, o que tu tens pra fazer? Eu disse, estou na expectativa de vender ou não, então diz ele, primeiro antes de vender, tu tens que podar o limoeiro, mas não sabia o que que era. Tinha que podar o limoeiro, então não era para vender, resultado, esperei dois meses e pouco e vendi produto a 30 reais. Quando tem número ou algo assim, sempre é uma indicação de alguma coisa. Então, não vendi porque tinha que podar o limoeiro, e isso era esperar.

Outra ocasião, que eu também estava na expectativa de será que eu vendo ou não, será que o mercado reage, se é o momento de vender ou não, e eu sonhei que estava num estágio do morro, que tinha um morro para subir e eu estava num certo estágio, era $\frac{3}{4}$ do morro, e tinha mais uma ponta para eu subir, e eu conversei com o meu sócio, que também estuda os sinais e sonhos, eu disse: tive esse sonho, e ele então me responde: então, teu sonho me aponta que vai subir mais um pouco, porque falta chegar no último estágio, e realmente, esperamos uns 45 dias e ele deu mais um pique e o sócio então me diz: agora é a hora de vender, vamos vender tudo, e vendemos tudo e daí só veio para baixo depois”.

Entrevistado E.3

1. Idade? 50 anos.
2. Profissão? Empresário e professor.
3. Quanto tempo estuda Ontopsicologia? 26 anos.
4. Qual critério que mais utiliza na tomada de decisão? Matemáticos ou intuitivos? Intuitivos.
5. Conte alguns cases onde utilizou o método intuitivo na tomada de decisão.

“Eu estava participando de um evento, e nesse evento uma das atividades era uma imagogia, e eu fiz uma imagogia e apareceu que eu estava andando num rio, e tinham pedras, eu me esquivava das pedras, pedras maiores, pedras menores, e esse rio desaguava num terreno, que inundava, e esse terreno crescia absurdamente, e aí então com essa imagogia, ficou muito claro que eu tinha que investir muito nesse local, que a passagem pelo rio da minha vida, desaguava no terreno, e lá tinha uma passagem de crescimento de saúde para mim, não só como dinheiro, como negócios,

como pessoa, e em função disso a gente decidiu aumentar, colocar novos produtos, melhorar embalagem, investir nesse local, então me deu a segurança enorme de investimento para mim.

Uma outra ocasião também, num outro evento, uma outra imagogia, onde apareceu uma situação que eu devia mudar radicalmente meu posicionamento pessoal, em função a essa situação. Então estava no meio da natureza, no meio dos negócios, e apareceu uma imagem onde tinha uma mudança extremamente radical, só que essa mudança estava florescendo, então ficou claro para mim que aquele modo de comportamento radicalmente não ia florescer.

Acho que foi semana passada, eu fiz um sonho muito forte, muito bacana, envolvendo Lizori, que Lizori estava sendo asfaltada e que ai eu via Lizori de cima e a solução era eu dando aula numa sede da fundação Lizori, ou seja, tem um investimento meu pessoal de estar próximo à Lizori”.

4.4. TRIANGULAÇÃO DOS DADOS

O estudo apresentou 3 grupos de pesquisas com empreendedores e profissionais das mais diversas áreas, sendo todos estudantes de cursos da Antonio Meneghetti Faculdade. Destes 3 grupos um possui um elevado conhecimento sobre a Ontopsicologia e aplicam diariamente em seus negócios como se pode verificar nos 3 empresários das entrevistas. Um segundo grupo do MBA que há 2 anos estudam e realizam uma caminhada nesta ciência e um terceiro grupo da EN, que estão ingressando a pouco nestes conhecimentos.

Observando e realizando um comparativo nos dois grupos: MBA e EN a maioria é frequentada por homens. A idade média dos que frequentam o MBA é maior, de 36 a 50 anos enquanto na EN está um publico mais jovem, entre 18 e 35 anos.

Com relação aos métodos matemáticos usados, ambos os grupos mais utilizam é a pesquisa de mercado, seguida por análises estatísticas e sistema operacional da empresa. Porém, quando perguntados sobre a confiança que tem nestes dados, os do MBA somente 25% disseram que sim (gráfico 6) enquanto 44,7% da EN (gráfico 18), a maioria responderam que sim, que confiam totalmente nos métodos matemáticos. Aqui já se percebe uma compreensão diferente dos critérios para a tomada de decisão dos dois grupos. Os entrevistados do MBA já possuem uma

compreensão que modelos matemáticos sozinhos não bastam para tomar decisões, não são sempre confiáveis.

Quanto aos métodos ditos alternativos, os alunos do MBA numeraram somente o método ontopsicológico na tomada de decisão, que necessitam de autoconhecimento e estudo para poderem ser assertivos, enquanto os da EN incluíram outras opiniões, de terceiros para realizarem suas decisões.

Tabela 01: Métodos alternativos: MBA e EN

MBA	EN
Consultoria Empresarial	Intuição: Imagens
Intuição: Imagens	Sócio, Gerente, Funcionários
Percepção Viscerotônica	Percepção Viscerotônica
Sonhos	Amigos, Familiares

Fonte: Elaborado pela autora

Em outra questão onde também houve diferenças acentuadas nas respostas foi com a pergunta sobre se confia no critério não racional (alternativos) ou tem medo de errar. Os respondentes do MBA 70% (gráfico 11) disseram que não tem medo de errar, ou seja, confiam neste modelos, enquanto que 47%, a maioria dos respondentes da EN disseram que possuem medo de errar quando usam estes métodos. Ao estudar estes métodos se aprende a utilizá-los e isto faz gerar confiança necessária para usá-los.

Quando se observa os depoimentos das entrevistas se tem uma clara compreensão do quanto as informações provenientes da intuição são verdadeiras e servem de critério assertivo para o líder, independente do setor, pois houveram cases de uso na vida cotidiana, na parte pessoal e empresarial, onde sempre, foi um sinal, uma informação que guiou o empresário. E como resultado houve crescimento em todos os aspectos, conforme apontado nas entrevistas.

Na figura 4 tem-se o resultado desta pesquisa, onde através do questionário, os que não conhecem a Ontopsicologia usam como prioritário os processos racionais, matemáticos e opiniões, compreendem pouco a intuição e tem medo de errar se utilizarem alguma informação que não seja racional, como por exemplo os alunos da Escola de Negócios. Conforme citam Chikota e Pozza (2015) os humanos são seres inteligentes, mas não usam os instrumentos corretos, estão sempre baseando suas

escolhas em critérios que nem sempre são exatos, como por exemplo, a consciência, as emoções, a racionalidade.

Os que estudam Ontopsicologia usam como prioritário a Intuição através das imagens, sonhos, cérebro viscerotônico, sinais da natureza para a tomada de decisão e compreendem estes métodos, estudam e buscam o autoconhecimento para poderem estar sempre utilizando-os. Também não possuem medo de errar quando utilizam estes métodos, pelo contrário, confiam mais que modelos matemáticos.

Segundo Meneghetti (2008), a intuição é um “*flash* de inteligência” que dá ao indivíduo ver aonde está a escolha correta. O líder de posse de uma racionalidade intuitiva logo vê a solução para um problema. (p. 74).

Figura 4: critério de tomada de decisão do líder



Fonte: Elaborada pelo autor.

5. CONCLUSÃO

O mundo competitivo exige cada vez mais pessoas competentes e assertivas nos seus negócios. Os efeitos de como um ser humano toma decisões ao longo do dia são os resultados fenomenológicos que se veem em sua vida: prosperidade ou insucesso, saúde ou doença, alegria ou tristeza ... enfim, ao tomar uma decisão se exclui outras possibilidades e têm-se um efeito, uma colheita.

A racionalidade, como um modelo de reflexão humana, baseada na probabilidade, sempre foi valorizada como um atributo de inteligência. Já a intuição, por ser difícil de quantificar, foi relegada à magia, à religiosidade e a uma capacidade de pouquíssimas pessoas, portanto, não valorizada no universo científico. Porém, a racionalidade humana é limitada e por isso não se tem como fazer escolhas com total assertividade.

Para que se chegue no melhor resultado possível, deve-se ter métodos que ajudem os líderes na escolha ótima das suas decisões. Sendo assim, buscou-se saber que outras formas o líder poderia aplicar em seus problemas para ter a melhor solução e assim resolvê-los, não utilizando somente a racionalidade, mas sim outros meios que poderiam ser mais eficazes do que apenas a lógica que todos conhecem.

Desde forma, a Ontopsicologia veio agregar um outro tipo de conhecimento, uma outra visão sobre os critérios de decisão que os líderes, empresários podem utilizar dentro de suas empresas para dar um crescimento em todos os setores.

Percebeu-se que os pesquisadores que se utilizam destas técnicas, conseguem ter mais acertos nas suas decisões, pois são baseadas em seu Eu Si-ntico, ou seja, em você mesmo, e não equações matemáticas onde os resultados nem sempre são exatos. A maioria dos líderes ainda sim utilizam os métodos convencionais, como a lógica para suas decisões, porém, quem estuda e conhece a Ontopsicologia tem mudado sua forma de pensar, seus critérios de decisão, baseadas na intuição.

Como objetivo desta pesquisa era analisar quais os métodos que o líder utiliza na tomada de suas decisões empresariais concluiu-se que os que conhecem há mais tempo a Ontopsicologia utilizam como prioritários a Intuição, sentem-se seguros e apto para realizarem suas escolhas através de imagens, sonhos, percepções

viscerotônica e sinais da natureza, bem, como os empresários que estudam há mais de 10 anos, e que buscam constantemente o autoconhecimento. Já os que a pouco tiveram contato com esta ciência utilizam como prioritário os modelos racionais matemáticos e sentem-se inseguros em usar outros métodos mais intuitivos.

Como métodos estatísticos, racionais ou de opinião, que o líder mais utiliza para a tomada de decisão são as pesquisas de mercado, análises estatísticas, sistema operacional da empresa e serasa.

O que nos torna diferente da racionalidade artificial é o nosso cérebro pensante, sempre seremos humanos, sendo assim, temos sensações, sentimentos, sonhos, percepção viscerotônica, entendemos os sinais da natureza e nenhuma máquina jamais poderá substituir, por isso somos únicos. O motivo desde trabalho foi para mostrar que existem outras formas que o líder pode utilizar seu critério de decisão, e que não importa o quanto o mundo mude, a escolha ótima sempre virá do nosso Em Si ôntico, porém não significa que devemos deixar de lado a racionalidade, mas unir as duas formas, afinal a racionalidade é necessária para poder colher a intuição.

Tendo em vista os aspectos analisados, pode-se ver que existem vários métodos para chegar na tomada de decisão com efeitos em vantagem ao líder, mas que este deve buscar aprender qual é a melhor para si e assim colocar em prática em seu negócio. Existem vários métodos para a tomada de decisão que não sejam os métodos matemáticos, estes, encontrados e amplamente explicados pela escola ontopsicológica, dão o suporte necessário para uma escolha ótima. Como métodos intuitivos tem-se os sinais da natureza, os sonhos, a percepção viscerotônica e imagens, que racionalizados dão o ponto central para uma tomada de decisão com resultados de realização integral para o ser humano.

Sugere-se outras pesquisas neste âmbito de problemática onde assim, com mais líderes para que se possa cada vez mais compreender a aplicabilidade desta ciência que ainda é bastante nova, mas que traz um conhecimento maior acerca de como o ser humano funciona na sua natureza.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. – 6 ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Martin Claret, 2016.
- BÍBLIA SAGRADA. Edição Ecumênica. Rio de Janeiro: Imprimatur, 1967.
- BOCK, A.M.B. FURTADO, O. TEIXIERA, M.L.T. **Psicologias: uma introdução ao estudo da psicologia**. 15 edição. 2 tiragem. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.
- CANGELOSI, A. MENCARELLI, C. VOLPICELLI, C. GIOVANELLI, L. BUONANNO, E. BERNABEI, P. **O Sonho: Nas Profundezas do Nosso Real**. Revista semestral n.2 – 2006.
- CERVO, A. **Metodologia Científica**. – 6. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIKOTA, H. POZZA, R. **Da intuição à autossabotagem: a pesquisa ontopsicológica nos correlatos neurofisiológicos do processo perceptivo-cognitivo do empreendedor**. Ontopsicologia: ciência interdisciplinar. Vol. I. Fundação Antônio Meneghetti. Recanto Maestro, São João do Polêsine, 2015.
- CUNHA, A. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. 4. Ed. Revista pela nova ortografia. – Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.
- CUTTY, A. **O Poder da Presença**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- DANDER, B. Il Primo **Cervello e L'Ontopsicologia**. Editora Psicologica Editrice. n° 1, Anno XIX, Roma, Aprile 2001.
- DANDER, B. **O Cérebro Viscerotônico e a intuição**. 2° edição. São Paulo, SP: FOIL, 2013.
- FARIA, C. **Surgimento do Método Científico**. 2006, Disponível em: <https://www.infoescola.com/ciencias/surgimento-do-metodo-cientifico/> _acessado em 20 de maio de 2019.
- FOLETTTO, A. **Relação Homem, Natureza e a Função do Líder no Agronegócio**. Recanto Maestro, RS, 2013.
- GARCIA-ROZA, L. **Freud e o Inconsciente**. 24. Ed – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- GIL, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa** - 5ª Ed. São Paulo, 2010.
- GOLEMAN, D. **Harvard business review on what makes a leader**. USA, 2001.
- HALL. JAMES. **Jung e a interpretação dos sonhos**. São Paulo: Cultrix, 2007.

HERNÁNDEZ, R. **Metodologia de pesquisa**. 5. Ed. – Porto Alegre: Penso, 2013.

HOOMANS, J. 35.000 Decisions: **The Great Choices of Strategic Leaders**. **Leading Edge Journal**. 20 march 2015. Disponível em: <https://go.roberts.edu/leadingedge/the-great-choices-of-strategic-leaders?fbclid=IwAR3jOhCplgphfxmtB7LuA07qyKd91N7e1ytxCcaBBAZ4dsVWCyntYwkLXkU> acessado em 25 de maio de 2019.

ISMAIL, S. **Organizações exponenciais**. São Paulo: HSM Editora, 2015.

JORNAL NACIONAL, **Cientistas descobrem o que faz animais pressentirem catástrofes**. edição do dia 30/04/2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/04/cientistas-descobrem-o-que-faz-animais-presentation-catastrofes.html>, acessado em 30 de maio de 2019.

KAHNEMAN, D. **Rápido e Devagar**. 1º ed. 21º reimpressão. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

MARCONI, M. LAKATOS, E. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1988.

MEDINA FILHO, A. L. **Importância das imagens na metodologia de pesquisa em psicologia social**. *Psicologia & Sociedade*, 25(2), 263-271. 2013.

MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder**. Recanto Maestro, RS: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

MENEGHETTI, A. **Psicologia Empresarial**. 2º edição. São Paulo, SP: FOIL, 2013.

MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. 4. Ed. – Recanto Maestro: Ontopsicológica Ed., 2010.

MENEGHETTI, A. **Manual da Melolística**. 2. Ed. – Recanto Maestro, RS: Ontopsicológica Editrice, 2005.

MENEGHETTI, A. **O Residence Ontopsicológico**. 3. Ed. – Recanto Maestro, RS – Ontopsicológica Editrice, 2005.

MENEGHETTI, A. **Imagem e Inconsciente**. 4. Ed. – Recanto Maestro, RS: Ontopsicológica Editrice, 2010.

MENEGHETTI, A. **Cinologia Ontopsicológica**. Recanto Maestro, RS: Ontopsicológica Editora Universitária, 2015.

MENEGHETTI, A. **Prontuário Onírico**. 6. Ed. – Recanto Maestro, RS: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.

MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. – 2. Ed. Ver. Atual. – Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.

NELSON, S. **Tsunami mostra que animais têm "sexto sentido"**. 31 de dezembro de 2004 • 11h12 • atualizado às 11h12. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/ciencia/interna/0,,OI447127-EI4502,00.html>, acessado em 30 de maio de 2019.

REVISTA GALILEU. 2015. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2015/11/e-isso-que-acontece-quando-genios-lembram-dos-seus-sonhos-mais-loucos.html> acessado em: 26 de maio de 2019.

ROSSI, M. **Por que o intestino é considerado nosso '2º cérebro' e outros 5 fatos surpreendentes sobre o órgão**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45664504> Acessado em: 20 de maio de 2019.

SANTI, A. LISBOA, S. **Seu Segundo Cérebro**. Super Interessante. Editora Abril. Edição 362 – julho 2016.

STABNOV, I. **Um Cérebro na Barriga**. Vida e Saúde. Casa Publicadora Brasileira. Ano 80 - Nº 8, agosto de 2018.

SCHAEFER, R. **Novos contextos demandam novos líderes: uma revisão histórica das pesquisas sobre liderança**. Business and Management Review. SPECIAL ISSUE – VI|4|N|10| April | 2015.

SIMON, H. **Os limites ou fronteiras da Racionalidade**. Publicado em 29 de nov de 2008 por WildClue. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QFLxazu6pCw&t=1s> acessado em: 19 de maio de 2019.

TOMPKINS, P.; BIRD, C. **A vida secreta das Plantas**. Abril S.A., São Paulo, 1976.

VIDOR, A. **O Fundamento da Ciência**. Recanto Maestro, São João do Polêsine, RS: Ontopsicológica Editora Universitária, 2018.

APÊNDICES
QUESTIONÁRIO FECHADO E ABERTO - MBA

1. Sexo: () Feminino () Masculino

2. Cidade: _____

3. Idade:
() de 18 a 35 anos
() de 36 a 50 anos
() de 51 acima

4. Grau de escolaridade:
() Ensino Fundamental Completo
() Ensino Médio Incompleto
() Ensino Médio Completo
() Ensino Superior Incompleto
() Ensino Superior Completo
() MBA / Especialização
() Mestrado ou Doutorado

5. Caso tenha um ou mais ensino superior completo, qual sua formação?

6. Ramo de atividade empresarial: _____

7. Quais desses métodos matemáticos ou modelos informativos você utiliza na tomada de decisão na sua empresa? Podendo marcar mais de uma resposta:
() Análises estatísticas
() Pesquisa de mercado
() Serara
() Jornal/Telejornal/Notícias informativas
() Aplicativo de celular
() Outro, qual? _____

8. Você confia totalmente suas decisões nos processos matemáticos que voce marcou acima?
() Sim () Às vezes () Não

9. Assinale qual outro método você utiliza como ferramenta para tomada de decisão, podendo escolher mais de um:
() Sonhos
() Percepção Viscerotônico
() Sinais da Natureza
() Intuição: imagens

- () Amigos
- () Algum familiar, qual _____
- () Alguém da empresa, sócio, gerente ou outro funcionário
- () Consultoria Empresarial
- () algum outro método _____

10. Você confia totalmente suas decisões nos métodos que você assinalou acima?

- () Sim () Às vezes () Não

11. Descreva, se possível, alguma situação em que você utilizou algum desses métodos acima.

12. As suas escolhas têm tido mais êxito/resultados quando você toma decisões somente pelos modelos da pergunta 7, da pergunta 10, ou quando utiliza os dois métodos? _____

13. Você costuma decidir pela intuição e depois confirmar através de modelos matemáticos?

- () Sim () Às vezes () Não

14. Quando você toma decisão baseada em algum critério que não é racional, como uma sensação, algum pressentimento, sonho ou fenômeno, você confia plenamente ou você toma essa decisão com medo de errar?

15. Já aconteceu de você ter uma intuição, mas tomar uma decisão pelo método matemático e acabar errando?

Sim Às vezes Não

QUESTIONÁRIO FECHADO E ABERTO - ESCOLA DE NEGÓCIOS

1. Sexo: () Feminino () Masculino
2. Cidade: _____
3. Idade:
() de 18 a 35 anos
() de 36 a 50 anos
() de 51 acima
4. Grau de escolaridade:
() Ensino Fundamental Completo
() Ensino Médio Incompleto
() Ensino Médio Completo
() Ensino Superior Incompleto
() Ensino Superior Completo
() MBA / Especialização
() Mestrado ou Doutorado
5. Qual seu ramo de atividade no trabalho? _____
6. Quais desses métodos matemáticos ou modelos informativos você utiliza na tomada de decisão na sua empresa? Podendo marcar mais de uma resposta:
() Análises estatísticas
() Pesquisa de mercado
() Serara
() Jornal/Telejornal/Notícias informativas
() Aplicativo de celular
() Outro, qual? _____
7. Você confia totalmente suas decisões nos processos matemáticos que voce marcou acima?
() Sim () Às vezes () Não
8. Você possui algum outro método de tomada de decisão além dos modelos matemáticos?
() Sim () Não
9. Assinale qual outro método você utiliza como ferramenta para tomada de decisão, podendo escolher mais de um:
() Sonhos
() Percepção Viscerotônico
() Sinais da Natureza

- () Intuição: imagens
- () Amigos
- () Algum familiar, qual _____
- () Alguém da empresa, sócio, gerente ou outro funcionário
- () Consultoria Empresarial
- () algum outro método _____

10. Você confia totalmente suas decisões nos métodos que você assinalou acima?

- () Sim () Às vezes () Não

11. Descreva, se possível, alguma situação em que você utilizou algum desses métodos acima.

12. As suas escolhas têm tido mais êxito/resultados quando você toma decisões somente pelos modelos da pergunta 7, da pergunta 10 ou quando utiliza os dois métodos? _____

13. Você costuma decidir pela intuição e depois confirmar através de modelos matemáticos?

- () Sim () Às vezes () Não

14. Quando você toma decisão baseada em algum critério que não é racional como uma sensação, algum pressentimento ou fenômeno, você confia plenamente ou você toma essa decisão com medo de errar?

15. Já aconteceu de você ter uma intuição, mas tomar uma decisão pelo método matemático e acabar errando?
() Sim () Às vezes () Não

16. O que você gostaria de aprender sobre modelos de processo de decisão?

DISCIPLINAS CURSADAS NO MBA – AMF

1. Performance empresarial: do líder ao core business
2. Performance empresarial: o universo da liderança
3. Gestão e formação de pessoas: a metodologia FOIL
4. Psicologia da organização
5. Intuição e racionalidade na prática empresarial: a fonte da intuição operativa
6. Intuição e racionalidade na prática empresarial: estrutura e dinâmica do homem
7. As linguagens do empreendedor: o universo comunicacional na prática empresarial
8. As linguagens do empreendedor: a novidade do campo semântico
9. Obstáculos à evolução do empreendedor: a autossabotagem
10. Obstáculos à evolução do empreendedor: problemas, riscos e oportunidades na práxis empresarial
11. A Cultura humanista e o empreendedor
12. Sistema e personalidade: inteligência empresarial, direito e funcionalidade
13. Sistema e personalidade: o valor da pessoa e a doxa societária
14. Ontologia, empresa e sociedade
15. Visitas técnicas
16. Seminários especiais
17. Métodos de pesquisa científica aplicados à empresa

FONTE: <https://faculdadeam.edu.br/pos-graduacao/mba-identidade-empresarial>