

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

CARTA POLÍTICA DO HCO DE 27 ABRIL AD15

Emissão II

Policopiar

ENGRAMA ORGANIZACIONAL SOBRE PREÇOS

Foi uma coisa terrivelmente boa ter achado o Engrama em organizações antes de termos lançado o novo padrão das orgs e começado a expandir os preços.

Se não o tivesse encontrado iríamos expandir-nos até à insolvência! Algumas pessoas supressivas com os seus "toda a gente" e "eles", configuraram aqui e ali ao longo dos anos um bloqueio sobre preços entre as orgs e o público.

"Vocês cobram muito!" "Dinheiro" "Preços muito altos!" combinados com "toda a gente acha" e outras generalidades fizeram os executivos acreditarem que o público não vai pagar.

Não detetando a razão verdadeira para este ataque, o executivo engoliu todo. A verdadeira razão é uma razão supressiva: se não cobrarmos iremos desaparecer.

Uma complexa de culpa (não vou usar um termo de Cientologia numa coisa tão baixa) surgiu sobre o dinheiro.

De forma acomodada, em todo o mundo os Cientologistas das orgs tiveram tendência a deixar de existir financeiramente. Tudo para agradar a Jo-Jo o famoso lunático da Cidade do Cabo ou Too Too o famoso paranoico de Sidney ou Gut-rosnante o famoso psicótico de Washington ou Oh-não, o ultra célebre pervertido de Los Angeles ou Sinangulp a voz mais alta em Joanesburgo.

Esses especialistas em quebras de ARC uivaram tão alto que a sua minoria passou despercebida. Eles queriam que desaparecêssemos. Nós ajudamos as pessoas, um ato vil. Para provar isso, Sinangulp tentou dar os edifícios de Joanesburgo! Roubou os equipamentos do HASI, fitas e gravadores. O pessoal ressentiu esses ataques, resistindo. Mas gradualmente sucumbiram.

Secretamente os preços foram reduzidos.

Muito secretamente.

Enquanto ainda anunciando preços elevados, algumas orgs estavam cobrando muito pouco.

É um caso de quão louco se pode ficar.

Uma coisa é anunciar o preço com desconto. É completamente outra anunciar apenas o preço alto enquanto secretamente se vende a um preço ridiculamente baixo.

Então, a tendência contra o qual temos de nos precaver é a redução dissimulada dos preços que foram definidos.

Os preços que me foram dados no ano passado para usar no cálculo de um programa de descontos eram em algumas orgs superiores ao preço real cobrado pelo org.

Portanto, quando lançámos o programa no início de 1965, a mentira sobre os preços antigos fez parecer ao público que, em algumas áreas tínhamos subido os preços em 400% a 1000%! Por isso, nenhum negócio e a queda de Jan-Fev.

É bom que isso tenha acontecido enquanto ainda éramos pequenos em orgs. Tivéssemos nós expandido sem descobrir isto e a tendência para diminuir secretamente os preços iria fazer-nos naufragar. Quanto maior fossemos mais falidos teríamos ficado e mais pobre teria sido o pessoal. Agora eu sei porque é que o pessoal, quando eu geria uma org pessoalmente, tinha unidades mais elevadas do que a média no sistema de remuneração proporcional. Eu apenas não cortava nos preços. E o público pagava alegremente.

A lição que aprendemos e que nunca podemos esquecer é que reduções secretas de preços por orgs e descontos podem minar o planeamento financeiro e introduzir um Engrama que pode destruir toda a expansão.

Quase nenhum preço efetivamente cobrado no mundo era o preço autorizado ou o preço anunciado. E quando os dados falsos foram usados para o planeamento, o público foi confrontado com um ENORME aumento mesmo no preço com desconto, que era baseado em relatórios que diziam que o preço com desconto era igual ao preço anunciado em 1964. Mas esse relatório sobre o preço de 1964 não tinha o preço cobrado pelo serviço.

Pessoalmente, sou da opinião de que até mesmo os altos executivos das orgs não sabiam o que o seu pessoal estava cobrando. Resumindo, um grande relatório falso pelas orgs está por detrás da recessão de Jan.-Fev. de 1965. Não relataram os seus baixos preços reais, só os seus preços anunciados.

Portanto, podemos elaborar algumas políticas sobre preços.

1. O preço anunciado e relatado de qualquer coisa vendida por uma org deve ser o preço real recebido pela org para aquele item.
2. Não pode haver descontos ocultos, truque de reduções, caprichos ou favores dados na fixação de preços.
3. Promoção através de publicidade que os preços estão subindo rapidamente é proibida.
4. Alguém secretamente reduzindo preços é culpado de reprimir uma org o que é um alto crime.
5. Qualquer preço estipulado em Saint Hill por mim não pode ser alterado por ninguém em nenhuma org.

E finalmente:

6. Os esforços para reduzir os preços abaixo de uma escala definida serão considerados atos supressivos.

Consegui facilmente lidar com uma situação quando tenho todos os dados. Foi fácil trocar programas para nos colocar novamente num intervalo de receita onde orgs e pessoal irão prosperar e que agrada ao público. Mas foi muita a preocupação até eu ter a história real.

Aprendemos algumas lições valiosas com a queda de Jan. e Fev. de 1965. E fomos salvos pela campanha. Não tínhamos um livro público que trouxesse as pessoas e não tínhamos preparado as orgs para crescerem. Se essas duas coisas tivessem sido feitas, sem o meu estabelecimento de um programa que começou a fazer sair os coelhos da mata e em plana vista, teríamos sido dizimados por um crescimento repentino.

Agora podemos planear com uma realidade melhor e configurar a org e lançar alguns livros populares e boom. O único outro dado sobre isto também nos ensina uma lição. No início de 1964 uma consulta a todas as orgs sobre preços suscitou uma boa resposta. Pedi várias vezes para os despachos serem reunidos numa pasta e serem-me dados o que não foi feito. Na pressa das coisas, não me apercebi de que estava a haver uma não-conformidade e por isso nunca os vi até à semana passada. Contudo esses relatórios de preço também não eram corretos. E eu tinha outros dados de mais tarde no ano de 1964, relativa a preços, e os Conselhos Nacionais inspecionaram-nos as subidas sem comentários.

Já não há nenhum mistério sobre isso – a informação sobre preços dado pela maioria das orgs para planeamento não eram os preços efetivamente pagos pelo público – na maioria dos casos as orgs vendiam por muito menos do que o que disseram que o faziam. E a complexidade de descontos de 64 era maior que os descontos de 65.

O enigma foi que os preços foram reduzidos secretamente e os novos preços de 1965 eram, portanto, muitas vezes o anterior. Não dê ouvidos a supressivos. Mande-os para o HCO. E mantenha a tabela de preços. E diga-me a verdade.

L. RON HUBBARD

LRH:ml.eh.Rd

Copyright (c) 1965

por L. Ron Hubbard

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS