

PODER EMPRESARIAL EN MISIÓN INTEGRAL

*Heinz Suter
Marco Gmür*



PODER EMPRESARIAL EN MISIÓN INTEGRAL
Heinz Suter - Marco Gmür

Versión española: Samuel Guerrero

© PM Internacional
info@pminternacional.org - www.pminternacional.org

A menos que se indique otra cosa, las citas bíblicas están tomadas de la versión Reina-Valera Revisada 1960. © Sociedad Bíblica Unida

1997 Primera edición por Editorial Unilit

Índice

Prólogo	7
Introducción	11
1. Trasfondo bíblico	13
2. Historia	23
3. Hacedores de tiendas contemporáneos	61
4. Ética.	73
5. Poder empresarial: ¿válido para hoy?	93

Prólogo

EL SUBLIME PLAN de Dios para rescatar al mundo perdido incluye la cooperación de gran número de gente comprometida que, motivada a usar las oportunidades disponibles, ayudarán a completar la tarea de predicar el Evangelio «no donde Cristo ya hubiese sido nombrado» (Ro. 15.20). Evidentemente, para terminar esta tarea se requieren misioneros «tradicionales», que se dediquen exclusivamente a la predicación de la Palabra.

*Sin embargo, en nuestra época actual la imagen del misionero está cambiando drásticamente. Muchos países, donde el testimonio cristiano es restringido, están cerrados al trabajo del misionero tradicional. Por lo tanto, tiene que encontrar otro medio de acceso a ellos. Esta es la clase de obrero que ingresa al campo de labor con el nombre de «hacedor de tiendas». Tal concepto se ha prestado para el uso de diversas expresiones: *hacedor o fabricante de tiendas; misionero bivo-cacional, biocupacional, o integral. Nosotros, pues, hemos optado en este libro por el uso de la primera expresión.**

Pero el mundo también necesita de empresarios cristianos

que estén dispuestos a involucrarse con Dios y su amor por los cientos de grupos étnicos no alcanzados, especialmente en los países de acceso restringido. Estos hombres de negocio pueden ser de gran ayuda para el avance del reino de Dios, haciendo uso de sus redes de contactos, experiencia, influencia, y sus recursos logísticos, humanos y financieros para ayudar a plantar iglesias donde Cristo aún no es conocido, «y para que los gentiles glorifiquen a Dios por su misericordia» (Ro. 15.9).

Creo que la comunidad empresarial va a tener un papel muy importante en el cumplimiento de la tarea de la evangelización mundial en el próximo siglo. La participación activa de la comunidad empresarial en las misiones no es algo nuevo. En estas páginas se describen algunos ejemplos impresionantes que demuestran que ¡puede ser hecho! Lo que se necesita para completar la tarea de la evangelización mundial son hombres de negocios íntegros y con excelencia, que estén preparados para servir al cuerpo de Cristo con sus talentos especiales, siendo uno de ellos la posibilidad de alcanzar países de otra manera cerrados al Evangelio.

Por casi veinte años he conocido el movimiento misionero latino y colaborado con él. De primera mano he podido experimentar, junto con mi esposa Isabella y mis hijos, la poderosa obra del Señor, participando con Operación Movilización desde la primera visita a Sudamérica con el barco Doulos (1978 a 1983), y después con la fundación de la obra pionera latina hacia el mundo islámico, PM Internacional (1984 a 1996). Nuestras vidas han sido enriquecidas a través de estos años intensos de lucha, lágrimas y alegrías, sabiendo que «los que sembraron con lágrimas, con regocijo segarán» (Sal. 126.5). Hemos podido ver y comprobar que la materia prima que el Señor usó son personas comunes y corrientes, que te-

niendo quizás apenas unos panes y peces, los pusieron a disposición del Maestro. Dios está haciendo su obra. Él está haciendo posible que sea conocido «que por nuestro Dios había sido hecha esta obra» (Neh. 6.16).

Con gran cariño y respeto dedico este libro a mis amigos y colegas, pioneros y colaboradores, Pablo y Jane Carrillo, Federico y Marta Bertuzzi, Andrés y Angélica Prins, Marcos y Rosángela Amado, Susana Malcolm, y los demás «PMeros» que les siguieron. Quiero mencionar, además, a Luis y Élide Perfetti, y a Benjamín y Luisa Páez que fueron primicias de OM en Sudamérica y ejemplo para centenares de jóvenes que continuaron los pasos en las misiones. También lo dedico a la generación de pastores y líderes misioneros, amigos, como Luis Bush, Edison Queiroz, Waldemar Carvalho, Rudy Girón, José Cintrón, Carlos Calderón, y muchos que prosiguen sus pasos y están siendo usados de una manera clave para motivar y apoyar la obra misionera desde la base latina.

Cómo no mencionar a empresarios evangélicos como José Jiménez, Emilio Lasheras y Rafael Marti, y otros líderes de las misiones como Christian Giordano de la ONG de PM Internacional, con quien soñábamos usar un día PODER EMPRESARIAL EN MISIÓN INTEGRAL para motivarles a penetrar —a través de sus empresas y proyectos—, a los países de difícil acceso y así continuar con el avance del reino de Dios, poniendo en práctica el contenido de este libro. Gracias, también, a mi amigo Samuel Guerrero por traducir con cariño y dedicación esta edición en español.

Al Dr. Marco Gmür todo mi reconocimiento y gratitud, por su inestimable aporte y enriquecimiento —a lo que en principio fuera mi tesis para la obtención de mi maestría en Misiónología— lo que me llevó a considerarlo como co-autor.

Es mi gran deseo y oración que este libro sea útil en las ma-

nos del Señor para poner un ladrillo más al estímulo del inmenso potencial de la iglesia en Iberoamérica. ¡Que el gran potencial que representan los incontables creyentes innovadores, hombres de negocio y profesionales, impacten con su testimonio integral los pueblos no alcanzados, donde el misionero convencional apenas si podrá penetrar!

¡Para la gloria de Dios!

HEINZ SUTER

Introducción

DESDE LOS DÍAS de la iglesia primitiva y la era posapostólica; desde los esfuerzos de los misioneros nestorianos, atravesando la época de La Ruta de la seda y llegando hasta los moravos en el siglo XVIII; desde la Misión de Basilea en el siglo XIX y, de hecho, hasta nuestros días, hombres y mujeres temerosos de Dios en el comercio y los negocios han desempeñado, como Pablo el apóstol y hacedor de tiendas, un papel muy importante en el avance del reino de Dios.

Durante el Medioevo, el papado declaró prohibidas la práctica de prestar y pedir prestado, convirtiéndose así el comercio y los negocios en asunto de controversia. Los principales arquitectos de la Reforma, Lutero y Calvino, pusieron las bases de un nuevo *ethos* protestante de trabajo y capital, la que los puritanos llevaron a efecto en sus prácticas diarias de negocios. La tesis de Max Weber es un intento de demostrar la correlación entre lo histórico, lo económico y lo espiritual.

Varios principios claros se derivan de los períodos y ejemplos descritos, principios que confluyen y producen el estilo de vida integral de un cristiano metido en los negocios.

Primero que nada, estas personas tuvieron una comprensión espiritual de su trabajo. Fueron trabajadores diligentes y disciplinados. La honestidad era su marca distintiva, precios fijos y justos fueron su carta de presentación. Otra característica era la buena calidad de su trabajo y sus productos: se trataba de profesionales altamente calificados. También se caracterizaron por la solidaridad social y un ferviente celo evangelístico. De esta manera, su impacto en la comunidad era algo natural y su influencia política un añadido.

Por el lado negativo, surgen temas como el de la motivación, el peligro de desviarse del objetivo principal, los riesgos inherentes y la susceptibilidad a la corrupción, tópicos que son abordados y discutidos.

Sin embargo, a pesar de todas las controversias de la historia y las precauciones que se deben tomar, el comercio y los negocios pueden aún en la actualidad ser vehículos para que las misiones puedan alcanzar a los no alcanzados en lugares de acceso restringido. Este es el desafío para la iglesia, para los hombres de negocio cristianos y para organizaciones misioneras alrededor del mundo al estar en el umbral de un nuevo milenio.

1

Trasfondo bíblico

CÓMO ERA EL MUNDO de los negocios del primer siglo? Más que en ninguna otra época de la historia, el comercio y los negocios dependían de los viajes. La gente de Asia Menor poseía una capacidad extraordinaria para los negocios y se preocupaban por su espiritualidad. Pruebas bíblicas de ello pueden encontrarse en Hechos 16.14, donde se menciona a «Lidia, una vendedora de púrpura, de la ciudad de Tiatira». Esta ciudad también ha sido conocida históricamente como un centro de comercio. Pertenece a Asia Menor y se comunica con rutas comerciales importantes. Es una de las siete ciudades mencionadas en Apocalipsis 1.11.

Es muy interesante ver las características comerciales de algunas ciudades, como Éfeso, un gran centro de exportación al final de la ruta asiática de las caravanas; o Esmirna, el puerto natural de la antigua ruta comercial, o Tiatira misma, un importante centro de manufactura, tintes, sastres, cerámica y latonería. El comercio principal de Sardis era la fabricación y teñido de prendas de lana. Filadelfia se situaba junto a una ex-

pansión de tierra muy fértil, de la que derivaba gran parte de su prosperidad comercial. Laodicea era un centro comercial extremadamente próspero; entre sus productos peculiares se encontraban prendas de lana negra brillante y tabletas o polvos medicinales¹

Pablo ya conocía las características especiales de las ciudades comerciales al establecer iglesias en ellas. Estos lugares eran centros del comercio mundial y pioneros de una civilización que se extendería a los países bárbaros circundantes. Vivían una vida de mucho más influencia que su propio entorno. Como tales, fueron centros de unidad, conscientes de que tenían cierta responsabilidad por el mundo que les rodeaba. De forma muy natural, estos centros de actividad intelectual y comercial se convirtieron también en centros de actividad cristiana.

No debe sorprendernos que entre los primeros mensajeros del Evangelio hubiera pequeños mercaderes de Asia Menor que vendían prendas y especias en Marsella y Lyon, Alejandría y Cartago.² Los mercaderes sabían comunicar algunas nociones de Dios y no creían sin evidencias.³ En cuanto a la fundación de la iglesia en Lyon (Francia), cuyo primer obispo fue Ireneo de Asia Menor (siglo II), Norbert Brox declara que:

Viena y Lyon tenían minas de minerales, producción de vidrio y cerámica, así como comercio de textiles. Obviamente fueron muy

¹ Douglas J.D., editor, *The New Bible Dictionary*, Leicester, InterVarsity Press, 1962, pp. 380, 716, 1144-45, 1200, 1275.

² Hamman Adalbert, *Die ersten Christen*, Stuttgart, Philipp Reclam Jun., 1985, p. 17.

³ Allen Roland, *Missionary Methods: St. Paul's or ours*, Grand Rapids, Eerdmans Publishing Co., 1962, p. 14.

atractivas para los comerciantes y colonizadores. Emigrantes de Asia Menor mantuvieron contacto frecuente con sus iglesias locales.⁴

Varias ciudades comerciales del sur de Francia, como Marsella, Arles, Viena y Lyon, pronto tendrían iglesias. Es muy interesante notar que durante los primeros siglos el cristianismo fue predominantemente un movimiento urbano que avanzó a lo largo de las rutas comerciales de ciudad en ciudad. Era lógico, entonces, que un gran número de mercaderes se establecieran en estas ciudades para así dedicarse a la venta de lino, lana y ropa y que la Galia del sur se llenara de mercaderes.

Parece que se puede reconocer un patrón definido que Dios usó el comercio y los negocios como medios para las misiones. Hechos 18.1-3 nos muestra que Él usó gente de negocios normal, como Priscila y Aquila, quienes tenían el mismo oficio que Pablo, cuando se encontraron en Corinto: «pues el oficio de ellos era hacer tiendas». Se llevaron bien porque Aquila era un experto mercader. Su especialidad era el cuero, hacía sillas de montar, cinturones y tiendas de campaña, y como los romanos eran tan militares y siempre enamorados de sus caballos, nunca le faltó trabajo. Sus posibles lugares de residencia se limitaban a sitios donde podría encontrar algo de la cultura romana, así como caballeros y soldados romanos que le proveyeran un modo de ganarse la vida.⁵

Priscila y Aquila fueron usados por Dios para albergar una iglesia en su casa (Ro. 16.3-5; 1 Co. 16.19). También ellos viajaban con frecuencia. Primero, se sabe que estaban en Roma

⁴ Brox Norbert, *Zur christlichen Mission in der Spätantike*, Basel, Editiones Herder, 1982, pp. 224-25.

⁵ Helman Albert, *Merchants, Missions and Meditation* (Mercaderes, misiones y meditación), Paramaribo, C. Kersten & Co. N.V., 1968.

(Hch. 18.2). Conocieron a Pablo en Corinto (Hch. 18.2). Después le acompañaron a Éfeso, donde discipularon a Apolos (Hch. 18.18-28).

Finalmente, como ya se mencionó, está el ejemplo del apóstol mismo en Hechos 18.1-3, donde aparece la primera referencia a la habilidad de Pablo como fabricante de tiendas. Esta era una práctica que concordaba perfectamente con las costumbres rabínicas de aquellos días. Un rabino debía enseñar «por amor al arte»⁶, por lo tanto, aparte de estudiar las Escrituras y enseñar, debería aprender un oficio y trabajar para sostenerse. Dado que Tarso, ciudad natal de Pablo (Hch. 9.11, 30) era un conocido centro de hacedores de tiendas⁷, parecería lo más natural que él aprendiera este oficio.

Así encontramos a Pablo trabajando en su oficio por tres años en Éfeso (Hch. 20.31-35) y en Tesalónica (1 Ts. 2.9; 2 Ts. 3.8), aun animando a otros a hacer lo mismo. Sin embargo, el ejemplo de Pablo no debe tomarse para negar el hecho que, en ocasiones, también recibía ofrendas como ayuda a su ministerio (2 Co. 11.8-9; Fil.4.10-19), para que pudiera trabajar «a tiempo completo». De los muchos primeros cristianos esparcidos por todo el imperio debido a las persecuciones (Hch. 8.1-4; 11.19-24), sólo el cielo nos mostrará cuántos de ellos trabajaron como mercaderes, comerciantes y hombres de negocios.

⁶ Hasta el siglo XIV los rabinos tenían que enseñar sin cobrar, después de esto empezaron a recibir lo que ellos llaman «Sechar battala» (el equivalente al tiempo perdido en la enseñanza), lo que era exactamente igual que un salario (Schoeps, Julius, ed., *Neues Lexicon des Judentums*, Gütersloh, Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH, 1992, p. 381.

⁷ Charlesworth M. P., *Trade Routes and Commerce of the Roman Empire*, Chicago, Ares Publishers Inc., 1926, p. 93.

Respecto al concepto bíblico de hacedores de tiendas, es importante preguntarnos si Pablo se consideraba a sí mismo un hombre de negocios (hacedor de tiendas) que financiaba su ministerio con sus ingresos o si buscaba añadir un aspecto práctico a su ministerio espiritual. En la Biblia encontramos tres modelos diferentes de financiación del ministerio de plantar iglesias de Pablo. El primero lo podríamos llamar el modelo tradicional. De acuerdo a la enseñanza del Antiguo Testamento, Pablo recibió dinero ofrendado por varias iglesias. La iglesia de Filipos, por ejemplo, dio una cantidad considerable para financiar su estancia en Corinto (Fil. 4.10 ss.). Enseñó a los corintios, con el Antiguo Testamento, que «los que anuncian el Evangelio, que vivan del Evangelio» (1 Co. 9.14). También enfatiza su libertad individual para renunciar a este derecho legítimo. En 2 Corintios 11.8 dice que ha «despojado» a otras iglesias para poder servir a los corintios sin ser una carga.

En segundo lugar tenemos el modelo de ofrendas. Pablo esperaba que las iglesias de Macedonia y Acaya participaran en las ofrendas «para los pobres que hay entre los santos que están en Jerusalén» (Ro. 15.26). Es difícil practicar el modelo tradicional en una situación pionera, porque los que reciben la bendición espiritual o son económicamente débiles o no tienen aún la visión para hacerlo. Es por lo tanto importante que se envíen ofrendas hasta que la iglesia sea capaz de levantar sus propias finanzas.

El tercer modelo es el del «fabricante de tiendas» (Hch. 18.3). Pablo trabajó como maestro pero también tuvo su profesión «secular». Su trabajo manual no le garantizaba suficientes ingresos para asegurarle independencia financiera o para construir una base de apoyo para el equipo plantador de iglesias. Sin embargo, Pablo dio un ejemplo impactante de la enseñanza

de Jesús que «más bienaventurado es dar que recibir» (Hch. 20.35). Hasta donde sabemos, Pablo practicó este modelo solamente en Corinto, Éfeso y Tesalónica. En Corinto y Éfeso lo hizo a causa del contexto cultural. En ese entonces, los servidores de los templos paganos eran bien pagados por su ministerio. De esta forma, los pobres estaban en desventaja para cumplir con sus obligaciones religiosas. Pablo quería arreglar este desequilibrio y dar así preferencia a los espiritual y materialmente pobres. Fue muy flexible en el uso de estos tres modelos o en la combinación de diferentes fuentes de apoyo. Esta misma flexibilidad se refleja en sus métodos de evangelización, donde lo encontramos tratando de hacerse judío a los judíos, griego a los griegos, romano a los romanos para así ganarlos para Cristo (1 Co. 9.20-22).

El Dios de la historia no usó el comercio y los negocios para extender el Evangelio sólo en Europa. Existen pruebas históricas que el Evangelio llegó a Arabia y a la India de la misma forma. Mucho antes del final del siglo III, el cristianismo había ganado adeptos en Arabia, incluyendo áreas en la frontera oriental del imperio, presumiblemente el fruto de contactos culturales y comerciales.

Este mismo modelo se repite en la India. Aún antes del tiempo de Cristo, el comercio se llevaba a cabo entre la India y el mundo helénico. Alejandro invadió el noroeste de la India y los comerciantes griegos conocían las rutas hacia aquellas tierras. Puede muy bien haber sido a través de algunos de ellos que el cristianismo fue llevado a la India antes del fin del siglo III.

La Biblia contiene varios ejemplos excelentes de cómo hombres de negocios usaron sus riquezas para alcanzar metas espirituales. Esto puede verse en la perspectiva integral de algunos individuos que no consideraban las riquezas como algo

simplemente suyo, sino como un medio para ayudar a los pobres y apoyar los principios de Dios. Job es un buen ejemplo. Él era el hombre más rico en toda la región. Su enorme empresa abarcaba negocios de transporte, así como agricultura y ganadería. Era el hombre con más empleados de su país. Su nombre era sinónimo de éxito y grandes riquezas, pero ésta no es toda la historia.

Este dueño de un poderoso negocio familiar era un hombre íntegro. Creía firmemente en Dios, y su fe influenciaba su actitud hacia su negocio así como su familia. Era bien conocido como un hombre justo y santo. Vivió en un país del Cercano Oriente llamado Uz. Era dueño de siete mil ovejas, tres mil camellos, quinientas yuntas de bueyes y quinientos burros, más un gran número de sirvientes. Era el presidente y director de un enorme negocio familiar y se le menciona como «el varón más grande de todos los orientales» (Job 1.3). Sin embargo, a parte de ser uno de los hombres más ricos y poderosos de su tiempo, también era de los más justos e intachables. Se llamó a sí mismo un padre para los pobres (Job 29.16). Ayudó a los pobres y oprimidos y defendió la causa de los desamparados. Bendijo a los sufrientes y provocó gozo en el corazón de las viudas. Fue «ojo para los ciegos» y «pies para los pobres» (cap. 31). Quitó la opresión de los débiles juzgando a sus opresores. Lloró por los que estaban en dolor, se lamentó con los pobres y cubrió a los desnudos. Para los cristianos, la vida de Job es un modelo de una persona piadosa que voluntariamente compartió sus riquezas y supo que era un mandato de Dios amar a su prójimo. Nunca puso sus esperanzas en el oro y no se regocijaba por sus riquezas. Fue un modelo genuino de mayordomo de todo lo que Dios le confió.

El Señor Jesucristo conocía perfectamente las enseñanzas del Antiguo Testamento. Jesucristo declara que el enfoque de

su ministerio es con los humildes, quebrantados y oprimidos. A ellos les trae las buenas nuevas.⁸ Los pobres muchas veces sufren por ser despojados de lo poco que tienen. La historia en 2 Samuel 12.1-4 es un ejemplo perfecto de esto. A fin de agasajar a sus visitantes, un hombre rico se apodera de lo último que un pobre tenía. La historia paralela a ésta es la que Jesucristo narra en Lucas 16.19-31, acerca del rico y Lázaro. Santiago declara en su epístola: «Hermanos míos amados, oíd: ¿No ha elegido Dios a los pobres de este mundo, para que sean ricos en fe y herederos del reino que ha prometido a los que le aman?» (Stg. 2.5).

El apóstol Pablo, también influenciado grandemente por el Antiguo Testamento así como por las enseñanzas de Cristo, comisionó a los ancianos, en su visita a Éfeso, que debían contribuir para el «reino de Dios». En su carta a los efesios exhorta a que «el que hurtaba, no hurte más, sino trabaje, haciendo con sus manos lo que es bueno, para que tenga qué compartir con el que padece necesidad» (Ef. 4.28).

Pablo enfatiza más aún otro aspecto de la mayordomía: el principio de la igualdad (2 Co. 8.15). Este es el tema que trata el libro de Sider, *Rich Christians in the Age of Hunger*. Este principio puede muy bien ser incorporado a la estrategia misionera de hacedores de tiendas: igualdad con aquéllos a quienes se está alcanzando con el Evangelio.

Se requiere que cada miembro de la iglesia trabaje hacia la igualdad en su propia iglesia y hacia donde Dios dirija a la iglesia a dar. Existen muchas verdades bíblicas que necesitan ser consideradas para que pueda realizarse este principio. Una es que los siervos de Dios tienen que estar dispuestos a sufrir

⁸ Vinay S. y Sugden C., *Evangelism and the Poor*, Bangalore, Asian Trading Corporation, 1982, p. 44.

temporalmente por causa del Evangelio (Fil. 4.12). Otra es que ser rico no es necesariamente malo mientras no nos lleve al egoísmo (2 Ti. 6.17-19). Tanto ricos como pobres deben ofrendar, hasta el punto del autosacrificio (Ro. 12.1). Aunque nadie automáticamente tiene que venderlo todo, el compartir los recursos necesarios es una opción siempre disponible, tal como lo demuestra claramente la iglesia primitiva (Hch. 2.45). Dar sin amor ni compasión no sirve de nada para el dador (1 Co. 13.3); todo lo que damos en fe, de acuerdo a lo que entendemos como la voluntad de Dios, es dado a Dios. Él premiará todo a su tiempo (Ap. 22.12). Las misiones a través de los hacedores de tiendas no niegan este principio, que puede muy bien servir como un excelente modelo de desprendimiento y generosidad cristianos.

El enfoque misionológico de Pablo no se limitaba sólo a enseñanzas del Antiguo Testamento, aunque fue la metodología que usó con mayor frecuencia para alcanzar a los no alcanzados con el Evangelio. También había comprendido, de la enseñanza de Jesús, que tenía todo el derecho de recibir ofrendas de los que le escuchaban. Bonk menciona que: «Algunos de los seguidores de Jesús eran ricos. Los magos estuvieron entre los primeros que reconocieron y adoraron a Jesús como el Mesías (Mt. 2.1-12). Nicodemo era miembro del acaudalado consejo gobernante de los judíos (Jn. 3.1)».⁹ Como era costumbre de los líderes religiosos, Jesucristo aceptó el apoyo de diferentes personas, hasta incluso de algunas mujeres (Lc. 8.3), que en ese tiempo era poco común. Jesús vivió de ofrendas de sus seguidores y estableció un patrón neotestamentario para todos sus discípulos. No existen indicios que Jesús solici-

⁹ Bonk J., *Missions and Money: Affluence as a Western Missionary Problem*, 2nd. printing, Maryknoll, Orbis Books, 1992, p. 97.

tara ayuda de extranjeros durante su ministerio, sólo de los judíos. Podemos, pues, concluir que Pablo tuvo en Jesús un ejemplo para recibir ofrendas de los creyentes y no de los gentiles. Cuando Pablo se convirtió en misionero a los gentiles, prefirió entonces participar en tareas manuales que depender de los donativos de sus oyentes. Pablo trabajó en el oficio que había aprendido en su tierra natal.

Comerciantes nestorianos como portadores del Evangelio

AL IGUAL QUE sucediera en la civilización romana durante el tiempo de la iglesia primitiva y el período posapostólico, la red de rutas de la seda facilitó grandemente no sólo el comercio, sino la extensión de diferentes religiones —como el maniqueísmo (una forma de zoroastrismo), el budismo y el cristianismo (con los nestorianos)— que llegaron hasta la China.

El intercambio comercial fue acompañado por el «comercio» de ideas, convirtiendo así a las rutas de la seda en uno de los principales canales de interacción entre las sociedades. George M. Lamsa, un kurdo nestoriano, llega a esta misma conclusión:

La coincidencia de la apertura de las rutas comerciales al lejano

Oriente, con el surgir de la iglesia nestoriana, ofreció una salida natural para los esfuerzos misioneros.¹⁰

Existen evidencias de mucho peso que apoyan el hecho que los cristianos que llegaron a China lo hicieron gracias a las conexiones comerciales del cristianismo persa.¹¹ Durante los siglos VI y VII, monjes budistas y mercaderes cristianos fueron los que llegaron a China a través de la Ruta de la seda.¹² Fueron los misioneros de las iglesias orientales quienes trajeron el comercio de la seda a Occidente y, junto con los judíos, los cristianos dominaron el comercio.¹³

El cristianismo nestoriano, en particular, emprendió una considerable actividad misionera. Había iglesias, obispos y hasta metropolitanos en algunas de las ciudades de las rutas en Asia Central, incluidas Merv, Herat y Samarcanda. Es entre los nestorianos donde encontramos algunos de los mejores ejemplos del principio de los hacedores de tiendas. Si nuestra meta es plantar iglesias y adoptar los métodos que requiere alcanzar este objetivo, haremos muy bien en revisar su estrategia.

En referencia a su expansión cristiana, el historiador británico John Stewart escribe que los nestorianos muy probable-

¹⁰ Lamsa George M. y Emhardt William Chauncey, *The Oldest Christian People* (Antiguo pueblo cristiano), Nueva York, The Macmillan Company, 1926, p. 64.

¹¹ Rennstich Karl, *Die zwei Symbole des Kreuzes*, Stuttgart, Quell Verlag, 1988, p. 48.

¹² *Ibíd.*, p. 35.

¹³ *Ibíd.*, pp. 33, 48. Las rutas que conectaban a China con Occidente ya eran conocidas en tiempos anteriores a los fenicios, que las usaron para exportar seda cruda al Este, y los chinos enviaron prendas de seda hermosa-mente manufacturadas a las compañías europeas.

mente procedieron bajo los mismos parámetros del apóstol Pablo en el libro de los Hechos. Con toda probabilidad también se sostuvieron como él lo hizo. Muchos de ellos eran comerciantes, otros tenían sus oficios como carpinteros, herreros y tejedores.¹⁴ Llegaron incluso a llevar el cristianismo hasta China en el siglo VII, donde, desafortunadamente, su testimonio feneció hacia finales del siglo X. También introdujeron las letras y el estudio a pueblos iletrados como los turcos, uigures, mongoles y manchúes, todos los cuales supuestamente derivaron sus alfabetos del siríaco.

Los nestorianos constituyeron la iglesia más misionera que el mundo jamás haya visto.¹⁵ Se sostuvieron a sí mismos con la labor de sus manos o trabajando como secretarios, médicos o mayordomos en las casas de los nobles y príncipes de las tierras por donde viajaban. Por lo tanto, no es de extrañar que el nestoriano Mar Sagis de Samarcanda, cuyos antecesores fueron todos médicos famosos, fuera nombrado por el emperador mongol Kubla Khan como asistente del gobernador del distrito de Chingkiang. Muchos de ellos también fueron empleados por los árabes y se les concedió puestos de alto rango dentro de sus cortes. Los nestorianos proveyeron contables para los gobiernos, y médicos, astrólogos y filósofos para los reinos. También fueron prominentes banqueros y mercaderes.

Se han encontrado indicios del cristianismo en la ruta de Samarcanda a Khotán (al sur de la Ruta de la seda) en la forma

¹⁴ Stewart, *Nestorian Missionary Enterprise (Empresa misionera nestoriana)*, Edimburgo, T & T Clark, 1928, p. 5.

¹⁵ Wilson J. Christy, *Today's Tentmakers (Los hacedores de tiendas de hoy)*, Wheaton, Tyndale House Publ., Inc., 1985, pp. 26-27.

de inscripciones de mercaderes sogdianos cristianos.¹⁶ También había cristianos entre los mercaderes turcos de Ning-Lesia, capital del reino de Tangute (destruido en 1225 por Gengis Khan).¹⁷ Además, listas comerciales de 1295, demuestran la conexión entre misiones cristianas y empresas occidentales.¹⁸ Marco Polo nos relata que en sus días las rutas comerciales desde Bagdad a Peking estaban llenas de parroquias nestorianas. A través de su involucramiento con la iglesia de Antioquía (turca), cinco tribus fueron cristianizadas (la mayoría de ellos con evidencias de conversiones genuinas). Según Browne, estas tribus «se llamaban keraiter, naimaniter, uigures, ongutes y merkiter».¹⁹ Los mayores avivamientos se llevaron a cabo entre los keraiter (cerca de doscientos mil) y los uigures, en los inicios del siglo XI.

El movimiento misionero nestoriano fue motivado mayormente por laicos. Cristianos educados en Occidente aprovecharon cada oportunidad para dar testimonio de Cristo a los reyes, príncipes y gente de la nobleza a quienes servían.²⁰ La actividad misionera nestoriana en Asia Central llegó a su clímax entre los siglos V y IX. El patriarca nestoriano Timoteo

¹⁶ Haussig Hans Wilhelm, *Die Geschichte Zentralasiens und der Seidenstrasse in vorislamischer Zeit*, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1992, p. 222.

¹⁷ *Ibid.*, p. 225.

¹⁸ *Ibid.*, p. 229.

¹⁹ Tokgozoglu Y., *The Nestorian Church in Central Asia*, fotocopias, escrito para el programa de doctorado, Indiana, 1993, 4 cf. Browne, L., *The Eclipse of Christianity in Asia*, Cambridge, Cambridge University Press, 1933.

²⁰ Vine A., *The Nestorian Churches*, London, Independent Press Ltd., 1937, reimpreso 1980, p. 61.

envió cerca de cien misioneros a Transoxiana (Asia Central) a plantar iglesias y apoyar las que existían. Los nestorianos impulsaron el ministerio evangelizador pionero hacia los pueblos no alcanzados. El patriarca Timoteo escogió un obispo metropolitano de Samarcanda para supervisar el área del Turkestán y para nombrar obispos para Bujara y Tashkent. De esta forma, Samarcanda se convirtió en el centro del movimiento misionero nestoriano, reemplazando el antiguo centro cristiano de Merv, en Uzbekistán. La iglesia y el centro misionero de Samarcanda permanecieron hasta el siglo XII. La existencia y actividades de los cristianos nestorianos están registrados en epitafios sirios. El profesor Chwolson menciona varios epitafios y crucifijos de los pueblos de Tokmak y Pishpek. Desafortunadamente, muchos de ellos fueron destruidos durante la segunda invasión islámica de Asia.²¹

Una vez más, la historia nos da evidencias que los negocios, el comercio y el profesionalismo cristiano han sido usados por Dios para comunicar el mensaje del Evangelio a través de las regiones conectadas por la Ruta de la seda; muy probablemente, comenzando desde el día de Pentecostés con los «partos, medos, elamitas» presentes en Jerusalén (Hch. 2.9), y continuando así hasta el siglo XV.

Siglos XVIII y XIX: dos empresas en las misiones

Los moravos

Uno de los movimientos misioneros quizás más impresionantes que jamás hayan existido comenzó el 21 de agosto de 1732, cuando Leonhard Dober y David Nitschmann salieron de la

²¹ Chwolson, cf. Tokgozoglul 1993, p. 25.

hacienda del conde Zinzerdof en Herrnhut, como los primeros misioneros moravos pioneros a la Isla de Santo Tomás en las Antillas (Indias Occidentales).

Albert Helman escribe que entre los numerosos grupos y comunidades protestantes de tierras germanas, uno de los menos notables era una pequeña comunidad evangélica a la que llamaban con todo tipo de nombres:

Los Hermanos Bohemios
Los Hermanos Unidos
La Iglesia Morava
La Iglesia Renovada de los Hermanos
Los *herrnhuter*

Esta variedad de nombres apunta hacia una historia larga y variada, ¡que precedió a Lutero y Calvino por casi un siglo!²²

Todo empezó con Juan Hus, un monje que vivió en Bohemia alrededor del 1400. Muy influenciado por los escritos del reformador inglés, John Wycliff, Hus atacaba particularmente los abusos y desórdenes de la iglesia oficial. Después de una vida de servicio, finalmente fue condenado como hereje y quemado en la hoguera, pero antes de su muerte estableció la Iglesia de la Hermandad. Sus seguidores se sentían muy cercanos a los valdenses, con los que, en 1467, establecieron los Hermanos Unidos. Estos Hermanos Bohemios se habían extendido a Moravia, haciendo menos énfasis «en las doctrinas teóricas del Evangelio»,²³ y cada vez más en la práctica del cristianismo, ejemplificada en las vidas de Pablo, Agustín, Francisco, Wycliff y Hus (con referencia al modelo paulino de autosostenerse). En ese tiempo, los Hermanos bohemio-moravos ya se

²² Helman, p. 25.

²³ *Ibíd.*, pp. 25-26.

autosostenían. Sólo un pequeño remanente de ellos sobrevivieron a las muchas guerras religiosas europeas de los siglos XVI y XVII, hasta que los Hermanos que quedaron, ya establecidos en Sajonia, obtuvieron finalmente en 1722 permiso del piadoso Conde de Zinzendorf para establecerse en Herrnhut, en una de sus haciendas.

Ludwing von Zinzendorf (1700-1760) fue influenciado por la vida y enseñanzas del gran pietista luterano August Hermann Francke. Por medio de él, el joven Conde Ludwing aprendió que las misiones y los negocios podían operar hombro a hombro, ya que él experimentó de primera mano cómo «este hombre de negocios cristiano (Francke) podía sostener su comunidad de instituciones no sólo a través de una amplia red de ofrendas, sino también por medio de empresas comerciales».²⁴ Aquí fue donde conoció también a pastores holandeses y daneses que salieron al campo misionero con las compañías comerciales existentes, aunque desafortunadamente sin mucho éxito. Unos años después, Zinzendorf asistió a la coronación del rey Christian VI y durante la celebración conoció a dos nativos de Groenlandia (convertidos por Hans Egede) y un esclavo negro de las Indias Occidentales. Tucker escribe que Zinzendorf quedó tan impresionado de «sus súplicas por misioneros que invitó a este último a visitar Herrnhut, y él mismo regresó a casa con un poderoso sentido de urgen-

²⁴ Danker William, *Profit for the Lord*, Grand Rapids, William B. Eerdmans Publishing Co., 1971, p. 18.

cia».²⁵ Así fue el comienzo de este singular movimiento misionero.

Los moravos, consideraron a las misiones su principal prioridad y vivir una vida de sacrificio para el Salvador era el llamado más noble. Como Pablo, a quien consideraron un mercader cristiano itinerante que trabajaba para sostenerse mientras también aconsejaba y predicaba, se esperaba que cada miembro de la comunidad estuviera listo para un ministerio similar. Todos ellos eran laicos, capacitados no como teólogos sino como evangelistas. Como laicos que se autosostenían, se esperaba que trabajaran al lado de sus posibles convertidos, testificando de su fe a través de la palabra y el ejemplo de su vida. En la primera lista de habitantes de Herrnhut, compilada por Otto Uttendörfer,²⁶ se mencionan más de una docena de profesiones y oficios, incluyendo tejedores de lino, carpinteros, albañiles, zapateros, herreros, alfareros, panaderos, sastres y curtidores. Obviamente tenían los medios para seguir el modelo paulino de practicar su llamado a misiones junto con su profesión. Los misioneros en el extranjero no eran los únicos hacedores de tiendas: los *Reisebrüder* (predicadores itinerantes) que viajaban por toda Europa, con frecuencia también vivían de la misma manera. Ellos también se autosostenían como maestros o artesanos. Lange, por ejemplo, iba de lugar en lugar predicando a Cristo y ganándose la vida como zapatero. De esta forma, la herencia de la ética del trabajo y de la responsabilidad fue reavivada y conservada. Su principio era que todo debe ser hecho para el beneficio del trabajo misionero. La

²⁵ Tucker Ruth, *Hasta lo último de la tierra*, Editorial Vida, 1988, 640 pp.

²⁶ Uttendörfer Otto, *Wirtschaftsgeist und Wirtschaftsorganisation Herrnhuts 1743-1800*, Herrnhut, Missionsbuchhandlung, 1926, p. 9.

práctica de oficios y comercio era sólo parte de ese trabajo. Como Helman escribe:

La evangelización en general, trabajando mano a mano con una conducta correcta de la vida según los estándares morales «normales» del país, claramente se convirtieron en un propósito complementario importante, junto con el cultivo de un oficio primero y después de habilidades comerciales y administrativas entre el pueblo.²⁷

Ser hacedores de tiendas no era una opción para los moravos. Era su estrategia fundamental: un compromiso a hacer discípulos y a llevar un estilo de vida en el que su ética de trabajo destacaba. Las primeras *Gemeinderordnung* (órdenes congregacionales) escritas en 1770, terminan con direcciones para los artesanos. Los tres pilares centrales de su ética económica fueron: un horario fijo para el trabajo, la causa de servir sólo a Dios en todo lo que se hace e instrucciones que gobernaban el comercio mundial entre sus diferentes congregaciones. Zimmerling, que estudió las enseñanzas pedagógicas de Zinzendorf señaló que «se daba prominencia a una ética económica que mantenía los principios económicos si éstos traían alguna ganancia».²⁸ La ideología subyacente, interpretada teológicamente, se entendía como servicio al prójimo.

Abraham Dürninger (1706-1773), uno de los moravos, llegó a ser el padre de la primera casa de comercio europea que

²⁷ Helman, p. 100.

²⁸ Zimmerling P., *Nachfolge lernen: Zinzendorf und das Leben der Brüdergemeinde*, Moers, Brendow Verlag, 1990, p. 15.

vendía sólo con precios fijos... y salarios fijos.²⁹ Esto fue verdad también para el trabajo moravo en las colonias americanas. Zimmerling concluye que «cooperativas seculares con frecuencia eran influenciadas en su organización económica por las iglesias de los Hermanos. Por ejemplo Raiffeisen (actualmente una institución financiera) desarrolló un nuevo estilo de cooperativa» como resultado del modelo de la Iglesia de los Hermanos en Neuwied. Dondequiera que los moravos establecían comunidades servían a los pobres, enfermos, abandonados y ancianos. Tales comunidades se destacaban por su alto nivel de responsabilidad social.

Como Suter menciona, la salida de los dos misioneros en aquel memorable 21 de agosto dejó el poblado encendido para Dios. En pocos meses, otros tres hombres salieron como misioneros a los esquimales de Groenlandia (1733). Al año siguiente un equipo cruzó el Atlántico con una misión a las pieles rojas de Norteamérica; y un año más tarde otros estaban en camino a los bosques y ríos de la Guayana Holandesa en el continente sudamericano. Dos años después en 1737, el heroico George Schmidt aterrizó en el sur de África como el primer misionero a los hotentotes.

Hacia fines de febrero de 1740 el tercer grupo de moravos llegó a Paramaribo en Surinam. Alquilaron una habitación con un apartamento adyacente donde dormir y decidieron practicar sus oficios tanto dentro del pueblo como afuera en las plantaciones. El zapatero y el carpintero de inmediato tuvieron mucho trabajo. De esta manera el precursor de lo que sería la base del sostenimiento de la congregación de los Hermanos en Surinam fue establecida: una compañía fundada en 1768, llamada

²⁹ Hahn H. Ch. y Reichel H. edit., *Zinzendorf und die Herrnhuter Brüder*, Hamburg, Friedrich Wittig Verlag, 1977, p. 322.

C. Kersten & Co. Helman dice que esos días fue establecida la conexión entre «mercader» y «misiones».³⁰ Sentados juntos en un banco de sastre, era fácil hablar del Evangelio. Los misioneros gradualmente ganaron influencia entre los esclavos negros de Surinam, ¡les dieron trabajo y un nuevo estilo de vida! Para 1772, los beneficios financieros sumaban los doscientos cuarenta y dos mil taleros.

Al mismo tiempo, en Herrnhut, Abraham Dürninger estaba transformando las actividades comerciales de los moravos «patas arriba». Nacido en 1706, hijo de una renombrada familia de negociantes de Estrasburgo, se integró a la congregación de los Hermanos en 1744. Después de unos pocos años se le dio la responsabilidad de dirigir la tienda de Herrnhut. Desde el principio se le concedió amplia libertad y procedió a fundar la compañía Dürninger & Co. Su actuación y testimonio como comerciante cristiano pronto lo llevaron a ser conocido como «el comerciante bendecido por Dios», con reputación no sólo en Europa sino también en muchas otras partes del mundo. Aun en las cortes reales se le tenía en alta estima. En 1768 sus productos fueron vendidos en Rusia, Silesia, Suecia, Dinamarca, Inglaterra, Holanda, Francia, Suiza, Italia, España, Portugal, Indias Occidentales y América del norte y del sur. La pequeña tienda de Herrnhut se había convertido en una empresa comercial internacional. En 1821 había sucursales en veintiséis países, manteniendo inventarios valorados en un millón trescientos trece mil taleros.³¹

Los moravos dieron ejemplo a otros mercaderes y al pueblo de métodos de negocios honestos y a través de la competencia

³⁰ Helman, pp. 9-10.

³¹ *240 Jahre Festschrift: 1747-1987*, p. 4.

inspirada en su ejemplo hicieron que otros comerciantes trataran a la gente más justamente. Junto con la práctica de sus oficios y comercio, los moravos laicos también daban testimonio de su fe. Pero este agregado no era para ellos un «mal necesario». Como cristianos consideraban el dar testimonio como algo totalmente natural y lo hacían con gozo, lo que demuestra que generalmente es más fácil para un hombre de negocios testificar que para un predicador llevar un negocio.

Cien años más tarde, los misioneros comerciantes moravos seguían avanzando, trabajando con sus manos y ganando almas para Cristo. Sin embargo, al citar a Helman, podemos percibir que algunas tensiones empezaban a surgir:

Hasta este punto (1862), el reavivado *Unitas Fratrum* podía ver con gozo que la misión en Surinam (al igual que la de Sudáfrica y Labrador) operaba totalmente con medios generados en el propio país; ¡un triunfo del modelo paulino! Los medios y el propósito, en un principio tan bien ejecutados que era difícil diferenciarlos, empezaron (cada uno con sus propias características) a separarse más notablemente uno del otro. En el Sínodo General de 1869 la cuestión de la distinción entre comerciante y misionero fue ampliamente discutida, sin llegar a una decisión clara al respecto.³²

Con el correr del tiempo, las actividades económicas fueron puestas en manos de misioneros especializados. El comercio de Labrador fue encargado a hombres enviados expresamente para ello por la junta de los moravos. En la segunda mitad del siglo XIX, misioneros no ordenados se dedicaron al comercio y los negocios en Santo Tomás, Surinam, Nicaragua y Sudáfrica, aunque también ayudaban en el trabajo evangelístico.

Sin embargo, el Sínodo General de 1899 decidió una separación total entre misiones y negocios. A partir de entonces, la

³² Helman, p. 121.

conexión entre misionero y comerciante radicaba sólo en la utilización de las ganancias. No obstante seguía existiendo un vínculo irrompible entre los medios y el propósito, porque a pesar de los cambios que pudiesen darse en la práctica, no se podía abandonar el principio paulino.

En la historia morava de Surinam, el propósito de la floreciente empresa de C. Kersten & Co. N.V. seguía siendo «proveer hasta donde sea posible para el mantenimiento de la misión en Surinam». Irónicamente, mientras las misiones dirigidas por misioneros más convencionales decrecían, la misión de los panaderos, sastres y relojeros que trabajaban con los negros de Paramaribo florecía de tal manera que para 1926 se había convertido en la congregación morava más grande del mundo, con una membresía de trece mil feligreses que se reunían en siete templos diferentes.

Para resumir, podemos ver que en el movimiento misionero moravo, por más de ciento cincuenta años, el comercio, los negocios y los oficios sirvieron como herramientas muy útiles para la extensión del Evangelio a varias partes del mundo. Hábiles comerciantes y mercaderes cristianos, con corazones ardiendo para su Señor, tuvieron un impacto ejemplar en la sociedad en la que vivieron.

La Misión de Basilea

Lo que hoy se ha convertido en una de las más grandes empresas internacionales de comercio en Suiza, conocida como la Basler Handels-Gesellschaft AG (sociedad comercial de responsabilidad limitada, en Basilea)³³ tiene sus raíces espirituales y económicas en los siglos XVI y XVII.

Es necesario analizar la historia y el contexto de la ciudad de Basilea durante ese tiempo para entender las implicaciones de esta empresa.

Historia de la ciudad de Basilea

Primero, debemos mantener en mente que en la víspera de la Reforma, en los inicios del siglo XVI, la única universidad de Suiza estaba en Basilea. Durante ese tiempo, famosos humanistas, como Erasmo de Rotterdam (1469-1536), eran profesores en la Universidad de Basilea y atraían a muchos librepensadores, intelectuales, artistas, y buscadores de la verdad y la libertad, no sólo de Suiza, sino también de países circunvecinos. El humanismo ofrecía una posible respuesta a «las instituciones que se habían erigido como baluartes de la fe, monasterios, el clérigo y, especialmente, el papado que eran un hervidero de corrupción».³⁴ En su búsqueda de la verdad y de renovación de la iglesia establecida, los humanistas de Basilea investigaron en la Biblia y en las obras de los padres de la

³³ Ver el informe del balance N° 135 de la compañía en 1994, presentada a su asamblea general del 22 de junio de 1995. Con unas ganancias brutas equivalentes a 2.105 millones, ochocientos mil francos suizos (p. 30), total de empleados 6.772 (p. 44), en 17 países (pp. 50-52) de Europa, Asia, África, Estados Unidos y Cuba.

³⁴ Latourette Kenneth Scott, *A History of Christianity: Reformation to the Present*, vol. 2, San Francisco, Harper Collins Publishers, 1975, p. 685.

iglesia. En 1516, Erasmo como invitado personal del impresor Johannes Frobe editó el Nuevo Testamento en su texto original.

Como antecedente, se reconoce que el humanismo ayudó a allanar el camino para la Reforma. No es de sorprender entonces que tan pronto como Martín Lutero (1483-1546) clavó sus famosas noventa y cinco tesis en Wittenberg en 1517, éstas fueran acogidas con tanto entusiasmo en Basilea (en aquel entonces centro europeo de los impresores). Ellos se pusieron a trabajar en forma inmediata, ayudando así a distribuir «la literatura beligerante y edificante de Lutero»,³⁵ no sólo en Suiza, sino en el sur de Alemania, Francia y hasta España e Inglaterra.

Es importante notar que en 1529 Basilea llegó a ser la tercera ciudad suiza en convertirse al protestantismo, después de Zurich en 1523 (bajo el reformador Ulrico Zwinglio, 1483-1531) y Berna en 1528.

Situada en las márgenes del Rin, entre la Alsacia francesa y el sur de Alemania, Basilea había sido desde 1501 una ciudad libre e independiente en el territorio de Habsburgo y miembro de la Federación Helvética (Suiza). Era un cruce de caminos con una larga tradición comercial debido a su ubicación estratégica. Entre 1225 y 1526 se construyó allí el primer puente sobre el Rin (que por muchos siglos fue el único), convirtiendo a Basilea en la exclusiva conexión entre las ciudades y puertos de Italia, Europa central, los países del Rin, y Holanda y sus puertos. De esta forma Basilea desarrolló el arte de la hospitalidad hacia la inmensa variedad de viajeros, mercaderes y co-

³⁵ Burckhardt Paul, *Geschichte der Stadt Basel*, Basilea, Helbing & Lichtenhahn, 1942, p. 6.

merciantes que llegaban a la ciudad, les ofrecía la bienvenida a la mayoría y aun extendía la ciudadanía a muchos de ellos.

Una de estas familias de reubicados fue la de Matías Preiswerk (1515-1592) de Colmar, Francia, quien «también tenía motivos religiosos, ya que presumiblemente pertenecía a los adherentes secretos de la Reforma».³⁶ (Encontraremos este nombre otra vez, tres siglos más tarde y en el contexto de la Compañía Comercial de la Misión de Basilea).

Cerca de un siglo después, durante la Guerra de los Treinta Años (1618-1648), muchos hugonotes protestantes llegaron como refugiados de la vecina Francia, para establecerse en la amigable ciudad de Basilea. Entre ellos estaban los antecesores de Adolf Christ, quien más tarde ayudó a fundar la comisión industrial de la Misión de Basilea y fue su presidente desde 1854 hasta su muerte en 1877.

Los hugonotes que llegaron a Basilea como refugiados, tuvieron una marcada influencia. Dado que eran los dueños de las compañías comerciales más grandes del suroeste, sureste y noroeste de Francia, se cree que ejercieron una fuerte influencia en Basilea en cuestiones de fe, comercio e industria.³⁷

Los libros de historia suizos indican que Suiza se estaba convirtiendo en el país más industrializado de Europa. Durante el siglo XVII, la fuerza principal detrás de este desarrollo provenía de los «refugiados por la fe». Los hugonotes trajeron consigo nuevas técnicas en el comercio y la industria (como el tejido). Y a medida que se dispersaban por el mundo, creaban

³⁶ Wanner Gustav Adolf, *Eduard und Wilhelm Preiswerk*, Zurich, Verein für wirtschaftshistorische Studien, 1984, p. 13.

³⁷ Rennstich Karl, *Handwerker-Theologen und Industrie-Brüder als Botschafter des Friedens*, Stuttgart, Christliches Verlagshaus GmbH, 1985, pp. 36-37.

aperturas para el comercio, la industria y exportaciones suizas en lugares tan distantes como Escandinavia, Rusia, todo el Mediterráneo, América Central y del Sur, y hasta la India.

Sin embargo, estos refugiados evangélicos no venían sólo de Francia, había quienes huían de la Inquisición en Italia (especializados como tejedores, teñidores y agentes aduanales) y otros de Holanda. Entre estos últimos encontramos a un noble judío español llamado Marco Pérez, quien habiéndose convertido a las enseñanzas protestantes de Calvino, estableció vínculos comerciales desde Basilea al puerto holandés de Amberes. Otros refugiados eran comerciantes alemanes, provenientes de lugares tan lejanos como Frankfort (mercaderes) al igual que algunos originarios de Bélgica.

Hacia finales del siglo XVII, su legado a la ciudad de Basilea —más industria, más comercio, más justicia social y prosperidad para todos—, había sido recibido e incorporado por los ciudadanos y líderes protestantes de la ciudad.

No nos sorprende entonces que existieran ciertas conexiones entre la generosidad cristiana (acogiendo a los expatriados), la diligencia cristiana (trabajar duro y bien), la ética protestante del trabajo (sin trampas, precios justos, justicia social y asistencia cristiana para los trabajadores) y el *ethos* protestante de inversión y capital.³⁸

Fundación de la Misión de Basilea

A principios del siglo XVIII, Basilea se había convertido en un importante centro de influencia pietista. Hacia mediados de este mismo siglo la persecución de los pietistas llegó a su fin. Para 1783 siguiendo con la tradición de la ciudad, alrededor de

³⁸ Este tema será tratado ampliamente en el cap. 4.

trescientos moravos y ciento cincuenta pietistas se establecieron en Basilea. Bajo la influencia del Dr. Johann August Urlsperger (1728-1806), pastor de Augsburgo, Alemania, se formó una asociación voluntaria en 1780, llamada inicialmente *Deutsche Christentumsgesellschaft* (Sociedad Cristiana Alemana). Su objetivo era «misión por todo el mundo», para alcanzar a los millones que nunca han escuchado el Evangelio. Esta asociación se extendió rápidamente entre los cristianos evangélicos de Suiza y Alemania. En 1799 el movimiento tenía un total de más de treinta lugares de reunión, habiendo llegado incluso tan lejos como Holanda y Dinamarca. Esta asociación empezó a forjar vínculos entre cristianos de todos los estratos sociales, tal como lo cuenta Wilhelm Schlatter: «Aristócratas, ministros, generales, diputados, profesores, doctores, mercaderes, comerciantes, granjeros y pastores protestantes por igual».³⁹

Pronto se establecieron contactos con las recientemente formadas sociedades misioneras británicas, como la Sociedad Misionera Bautista (fundada en 1792, y grandemente influenciada por un discurso dado por Guillermo Carey) o la Sociedad Misionera de Londres (fundada en 1795), entre otras. Schlatter escribe que «cada año se enviaban considerables sumas de dinero a Londres, Herrnhut y Berlín, para sostener las misiones».⁴⁰ En 1800, un renombrado miembro de la Sociedad, el pastor Jänicke (1748-1827), fundó la primera escuela de misiones en Berlín, donde los jóvenes con llamado eran capacitados y enviados a las sociedades misioneras británicas. Los

³⁹ Schlatter Wilhelm, *Geschichte der Basler Mission 1815-1915*, vol. 1, Basilea, Verlag der Basler Missions-Buchhandlung, 1916, p. 7.

⁴⁰ *Ibíd.*, p. 12.

amigos de Basilea estaban dispuestos a apoyar esta empresa misionera alemana.

Desafortunadamente, la situación política en Europa fue muy afectada por las conquistas de Napoleón, y la escuela de misiones en Berlín no pudo mantener su contacto con las sociedades misioneras británicas. Por ese tiempo, alrededor de 1806 y 1807, según los anales de W. Schlatter,⁴¹ un miembro suizo, C. F. Splittler, intentó persuadir al secretario Blumhardt para empezar su propia sociedad misionera independiente en Basilea. Pronto Splittler mismo fue nombrado secretario de la Sociedad Misionera Alemana, el que no obstante, encontró muchas razones por las que Basilea debería tener su propia sociedad misionera.

Muchos de sus amigos eran ricos y respetados magnates de los negocios, como Carl Mez⁴² y Carl Sarasin (cuyo nombre volverá a aparecer entre los fundadores de la Compañía Comercial de Misiones). Otros eran personalidades espirituales muy influyentes, como el viejo jefe de correos Kellner de Brunswick o el pastor Nikolaus von Brunn, cuyos ungidos sermones lo convirtieron, de hecho, en la fuerza motriz espiritual de lo que llegó a ser el núcleo del primer comité, fundado en 1815. Así sucedió que el 25 de septiembre de 1815, unos días después del sitio de Basilea por cien cañones franceses, siete hombres se reunieron con un sólo propósito dado por Dios: «fundar una escuela de misiones como la del pastor Jänicke en Berlín y nombrar al Pastor Blumhardt como su primer inspec-

⁴¹ *Ibíd.*, p. 13.

⁴² Orde von Klaus, *Carl Mez: Ein Unternehmer in Industrie, Politik und Kirche*, Giessen, Basilea, Brunnen-Verlag, 1992. El abuelo de Carl Mez vino de Lörrach. Aprendió tejido de seda en Basilea, donde conoció y se casó con María von Bruk en 1767 (p. 8).

tor de misiones». ⁴³ Danker resume esta situación muy bien al escribir:

El año 1815 era un tiempo difícil para fundar una sociedad misionera. Napoleón había regresado del exilio [...] el terror se apoderaba de Europa... Todo el verano la ciudad de Basilea escuchó el estruendo de los cañones franceses. Y por las calles marchaban ejércitos rusos formados por extraños pueblos mongoles a los que los burgueses de Basilea apenas conocían por su nombre (calmucos, baskires, buriatos, etcétera). En una reacción de gratitud hacia Dios y hacia sus libertadores no cristianos, un grupo de amigos cristianos de Basilea pensaron demostrar su agradecimiento presentando a estos no creyentes el mensaje de eterna salvación del Evangelio. ⁴⁴

Unos seis meses más tarde, Blumhardt y su familia se mudaron a Basilea y el 26 de agosto de 1816 fue oficialmente dedicada la primera escuela suiza de misiones. En ese entonces, nadie podía imaginar que el extenso trabajo de la Misión de Basilea y su famosa empresa mundial nacería de estos pequeños inicios.

Desde el principio, el parecer de Blumhardt fue que el misionero, aparte de recibir preparación teológica, debería ser capacitado en el comercio y algún oficio. Su ideal era el «teólogo-artesano», un modelo integral de vida en todos sus aspectos. También enseñó que el misionero es, y continuará siendo, un forastero, por lo tanto, su estilo de vida es de suma importancia. De hecho la vida del misionero es el mensaje que habla más fuerte y llega más profundo que sus palabras.

El movimiento creció con rapidez. En 1820 en conexión con la Misión del Cáucaso, el comité fue ampliado de seis a trece miembros, cuya mayoría eran de Basilea. Típicamente,

⁴³ Schlatter, pp. 24-26.

⁴⁴ Danker, p. 79.

eran burgueses y mercaderes, hasta había algunos senadores,⁴⁵ y como veremos más adelante, prepararon el terreno para el desarrollo de la sociedad misionera y su compañía mercantil. Ese mismo año, Basilea empezó a operar como una sociedad misionera «independiente». En 1833 un total de setenta y tres «misioneros de Basilea» (en su mayoría provenientes del Sur de Alemania pero también de Suiza) estaban sirviendo al Señor alrededor del mundo. En 1834, se iniciaron los trabajos en la costa suroeste de India; y para 1843 el trabajo misionero ya había llegado hasta la Costa de Oro danesa, actualmente conocida como Ghana.

La Compañía Comercial de la Misión de Basilea

Podríamos resumir de lo anterior que el trasfondo político, económico y espiritual de Basilea produjo el tipo de gente que se convertiría en los pioneros de la Misión de Basilea y crearía el ambiente ideal para la Compañía Comercial de la Misión de Basilea.

La Comisión Industrial, antecesora de la compañía, fue fundada el 24 de noviembre 1852, gracias al impulso del Inspector Joseph Josenhans durante un viaje de supervisión⁴⁶ a la India. Se dio cuenta que el desarrollo económico ofrecido por los teólogos-artesanos de Basilea a los nuevos convertidos indios que habían sido rechazados por su propia gente, era ina-

⁴⁵ En 1817 el mercader y senador Bernhard Socin-Heusler entró a formar parte del comité. En 1820 le siguió Imanuel Ryhiner-Christ, su amigo y colega Imanuel Linder Passavant y Peter Burkhardt-Imhof; en 1828 otro mercader y senador, Burkhardt-Geilinger. Más tarde se incorporaron el senador Adolf Christ (descendiente directo de los hugonotes que huyeron a Basilea, ver p. 26) y Karl Sarasin. Ver también Rennstich (1987), pp. 50-51.

⁴⁶ Schlatter, pp. 387-388.

decuado, necesitaban más apoyo económico y asesoría técnica. Así, inició la Comisión junto con Carl Sarasin (su primer presidente) y Adolf Christ, ambos senadores de la ciudad de Basilea y altamente respetados burgueses protestantes de familias con larga tradición en los negocios.⁴⁷ La meta de la Comisión era proveer asistencia social a los creyentes indios marginados y, haciendo esto, crear un tipo de misión práctica que sirviera como ejemplo de diligencia, honestidad y solidez cristianas. Como lo explicaron en una carta oficial enviada el 1 de febrero de 1854, por Josenhans y Sarasin a sus misioneros en la India:

Como una misión en sí misma, una misión no mediante la predicación, sino a través del poder del ejemplo, un modelo de cristianismo que se revela en situaciones de la vida práctica... una misión haciendo todo lo posible para hacer visible que la santidad es provechosa.⁴⁸

Pero Sarasin tenía una visión más amplia al emprender pequeñas operaciones comerciales que pudieran resultar en beneficios para el presupuesto misionero. Por lo tanto, en agosto de 1853, el joven misionero comerciante Gottlob Pfeleiderer de Waiblingen (Alemania) fue enviado a Mangalore (India), por la Comisión Industrial. Su trabajo era supervisar las industrias de la misión (fábricas de tejidos) y planificar la necesidad de materia prima y las ventas del producto terminado de una manera profesional. El liderazgo de la Misión de Basilea esperaba que Pfeleiderer aprovechara la oportunidad de

⁴⁷ Una vez más, se hace referencia al carácter protestante del trabajo y el capital, evaluado en el cap. 4, y sus aplicaciones en el cap. 5.

⁴⁸ Danker, pp. 102.

iniciar pequeñas operaciones comerciales.⁴⁹ Inmediatamente después de su llegada a Mangalore, Pfeleiderer abrió una pequeña tienda que no sólo importaba artículos necesarios para los misioneros sino que también empezó a vender comestibles importados y productos de papel a clientes fuera de la comunidad misionera.

Durante el mismo período, en diciembre de 1854, Basilea envió al joven mercader Ludwing Rottmann (también alemán) a la Costa de Oro africana, para establecerse como agente de reenvíos para los misioneros de Basilea. Rottmann se consideraba a sí mismo no sólo un mercader sino también un misionero. Danker cita al padre de Rottmann refiriéndose a su hijo:

... no podía resistir más para proclamar el Evangelio de nuestro Señor Jesucristo a los paganos sumergidos en la miseria física y espiritual.⁵⁰

La idea de estos mercaderes era recibir una preparación interna en la escuela de misiones de Basilea para así trabajar en un mismo espíritu al lado de los misioneros de tiempo completo y así participar en la obra misionera conjuntamente con su trabajo profesional.

En 1855 estando en Christiansborg, Rottmann sugirió abrir una pequeña tienda. La necesidad era importar y distribuir artículos europeos tales como alimentos, medicinas, accesorios,

⁴⁹ Wanner (1959), p. 32. Debemos admitir que, desafortunadamente, muchas misiones que estuvieron involucradas en los negocios gradualmente perdieron sus ideales, se aprovecharon de ellas o se desviaron y se convirtieron en herramientas del expansionismo colonialista de Occidente, subyugando así a los nativos y abusando de sus recursos naturales. Aun así, la Misión de Basilea y los *herrnhuters* proveen dos ejemplos en los que el balance final de su involucramiento combinado de misiones y negocios fue más positivo que negativo.

⁵⁰ Danker, p. 96.

alquitrán, tejidos y herramientas para sus propios misioneros en el interior. El capital para esta empresa llegó del fabricante de seda Daniel Burckhardt-Forcart (1805-1879), un senador y miembro del parlamento de ambos concilios de Basilea. La inversión inicial fue de cinco mil francos suizos de este hombre visionario y mil libras esterlinas de la Misión de Basilea. El primer año de operaciones, la pequeña tienda obtuvo una ganancia de 2.148 francos suizos (incluyendo utilidades de la plantación de café de la misión en Akropong), la cual fue entregada íntegramente para el trabajo misionero en Ghana.

Pronto, como Wanner escribe en su amplia historia de la compañía comercial de Basilea:

La pequeña tienda de Christiansborg creció bajo principios mercantiles, y los nativos al igual que los residentes europeos en las áreas cercanas vinieron a comprar sus provisiones. Pronto aparecieron mercaderes y comerciantes nacionales hicieron su aparición y empezaron a comprar grandes cantidades de ciertos productos para venderlos en el interior. A cambio, ofrecían aceite de palma, polvo de oro y marfil.⁵¹

Lentamente la importación de productos europeos se incrementó. Para mediados de 1857 ya habían sido invertidos sesenta mil francos suizos. En Basilea se hacía énfasis tanto en capacitar a ayudantes cristianos nacionales como en darles una visión para las misiones por encima de las consideraciones económicas. El senador Sarasin escribe en mayo de 1856:

Nuestro negocio nunca se debe hacer bajo una base secular temporal, sino que nuestra tienda debe siempre ser un oasis espiritual en el

⁵¹ Wanner, p. 51.

amplio desierto del paganismo y apoyar la creciente iglesia cristiana de nuestro entorno.⁵²

En 1858 fueron donados a la Misión de Basilea, treinta mil francos suizos de una herencia recibida por Christoph Merian-Burckhardt y fueron invertidos en la tienda de Christiansborg. Aunque la directiva de la misión estaba contenta con los resultados de sus actividades comerciales e industriales, se sintieron, tal como Danker lo menciona, «incómodos usando dinero de las misiones para los negocios; ofrendas para misiones no podían ser usadas para empresas comerciales».⁵³ Así, el 19 de enero de 1859 la junta aprobó la fundación de la Compañía Comercial de la Misión por separado. El presidente de la compañía fue Ulrich Zellweger, descrito como: «un banquero suizo enérgico y de ideas claras que tuvo el sueño de una compañía comercial misionera, preparó los estatutos y persuadió a una renuente junta misionera a aceptarla».⁵⁴

Zellweger era heredero de otra famosa familia protestante que en el siglo XVI había huido de Appenzell Innerrhoden, región católica de Suiza, al cantón protestante de Appenzell Ausserrhoden. Wanner escribe que su abuelo, Johannes Zellweger, era el dueño de una de las compañías comerciales suizas más grandes, con sucursales en Lyon (Francia) y Génova (Italia).⁵⁵ Ulrich Zellweger también poseía una amplia gama de experiencias: capacitación comercial en Marsella, Francia; estudios de idioma en Inglaterra; experiencia en una compañía

⁵² Wanner, p. 30.

⁵³ Danker, p. 103.

⁵⁴ *Ibíd.*

⁵⁵ Wanner, p. 34.

comercial en La Habana, Cuba y banca privada en París, donde en 1848 fundó su propio banco. También fue el presidente fundador del Banco de Appenzell.

Zellweger estaba profundamente comprometido en términos espirituales y muy dispuesto a usar sus conocimientos de negocios y economía para la gloria de Dios.

El 30 de marzo del mismo año, presentó los estatutos de la futura Compañía Comercial Misionera. Estaba buscando inversionistas, ofreciendo cien acciones a dos mil francos suizos cada una, para así iniciar con un capital de doscientos mil. El 29 de junio fue sancionado por el Cámara Inferior de Basilea. En su folleto de promoción, el carácter misionero de la Compañía estaba claramente expresado:

La actividad comercial [...] es una herramienta efectiva para preparar el camino para el cristianismo. La actividad provechosa del trabajo será una fuerte influencia en la preparación de ganar gente para la verdad del Evangelio, especialmente preparada por los nuevos estándares éticos incluidos en éste.⁵⁶

Los accionistas fueron reclutados de un círculo de amigos simpatizantes con la Misión de Basilea. Ocho eran miembros de la junta y muchos otros eran miembros de las familias industriales protestantes típicas de aquella época.

Zellweger puso las bases de la compañía en tres áreas:

1. Abrir el horizonte de la industria suiza a través de exportaciones al África y la India (su hermano Salomon Zellweger, de Trogen, pudo vender varios productos textiles en la India en 1859 y en Ghana dos años después).⁵⁷

⁵⁶ Wanner, p. 40.

⁵⁷ Una pregunta importante que quizás el lector tenga en mente, debe

2. Cambiar los negocios de venta al por menor en operaciones al por mayor, especialmente en los textiles y el hierro.

3. Complementar el intercambio de bienes en el África con productos más rentables.

Al principio, la compañía fue preparada para un período de diez años, experimentando un crecimiento notable desde sus inicios. Para 1862 una nueva factoría en Ado Fa, Costa de Oro, sin que hubiera ninguna estación misionera cerca, para actuar como «luz en la oscuridad». Tal como lo menciona el comité misionero el 31 de agosto de 1863: «Las ganancias no deben ser el propósito principal de la compañía, sino el ejemplo de usar principios cristianos en los negocios».⁵⁸ Pero no es una sorpresa que, a diferencia de la India (donde fueron establecidas grandes industrias y fábricas), el comercio se convirtió en la principal actividad en la Costa de Oro para los misioneros comerciantes de Basilea. Además, los teólogos-artesanos de Basilea capacitaron carpinteros y sastres que, como lo expresa Schlatter: «hicieron gran impacto, asistían a los cultos diarios y viajaron por toda la costa de África Occidental dando testimonio».⁵⁹

En Mangalore, India, el comercio creció tan bien que en 1866 un segundo misionero-comerciante fue enviado para ayudar a Pfleiderer a desarrollar las operaciones comerciales de la misión.

La Misión Comercial de Basilea fue reorganizada en 1869, con la esperanza de funcionar otros diez años. Su capital fue triplicado con la venta de doscientas acciones adicionales, y su propósito fue reiterado con estas palabras:

Promover el trabajo de la Sociedad Misionera Evangélica de Basilea supliendo sus sucursales y talleres con las provisiones europeas necesarias, presentando a los nuevos convertidos y a los paganos el comercio cristiano, y hasta donde Dios dé su bendición, a través de apoyo financiero.⁶⁰

Hacia finales de la primera década de su existencia, la compañía abrió una sucursal en Acra, un puerto en la Costa de Oro. Negociaciones con la empresa de Federico M. Vietor e Hijos de Bremen, Alemania, les permitieron comprar una fábrica y edificios en Acra, para que en febrero de 1873, la misión pudiera abrir la fábrica de la Misión de Basilea.

Para el 1° de enero de 1870, los misioneros-comerciantes pudieron recibir sus salarios y todos sus gastos de viajes directamente de los beneficios de la compañía comercial. Sin embargo, se mantuvieron bajo la supervisión de la «conferencia de estaciones misioneras», el tesorero general y el comité de la misión.

En 1871 la compañía contrató a doce misioneros-comerciantes europeos (seis en India y seis en África), y en 1875, a quince.

Al mismo tiempo, la industria del tejido de la misión en Tschombala, India, se hizo tan famosa y sus obreros cristianos indios tan hábiles que sus productos, conocidos como «tela de la misión», se convirtieron en símbolos de calidad.

Durante un culto de acción de gracias que tuvo lugar en Kannanur en el 25° aniversario de la empresa en India, uno de los ciento ochenta y seis tejedores convertidos quienes se ganaban la vida en esa empresa, desafió a los presentes a «¡influenciar a los paganos a través de nuestra fidelidad al Señor en los mercados y con nuestro estilo de vida en general!».⁵⁸

Durante las primeras dos décadas de operación (1859-79), la compañía rindió 230.360 francos suizos de utilidades a la misión. Por lo tanto, el contrato de la Compañía Comercial Misionera fue renovado en 1880 por otros veinte años. Danker reconoció que estaba claro que la compañía fue organizada para

⁵⁸ Schlatter, vol. 2, p. 162.

el beneficio de la misión.⁵⁹ Como podemos leer en los anales históricos de Schlatter, la compañía estableció sus metas como sigue:

Servir a los esfuerzos de la Misión de Basilea proveyendo sus sucursales y tiendas con bienes europeos, a través de la introducción de los convertidos locales y paganos a los principios de negocios cristianos y, si Dios en su gracia lo permite, proveer ayuda financiera.⁶⁰

En 1882, la Comisión Industrial y la Compañía Comercial Misionera se fusionaron, facilitando su futuro desarrollo.

Sin embargo, en 1883 los líderes de la compañía querían asegurarse que su nombre Compañía Comercial Misionera se conociera como tal, en casa y en el extranjero, donde los no cristianos reconocieran su testimonio.

Eduard Preiswerk, un miembro del comité de misiones y presidente de la compañía comercial, vio en las actividades comerciales en África y la India «la realización del extendimiento del reino de Dios».⁶¹

Sin embargo, el inspector de misiones Otto Schott (1831-1901) presentó un memorándum el mismo año, sugiriendo una división total entre la Misión de Basilea y las empresas comerciales de la Compañía Comercial Misionera. Aunque ninguno de los dos comités (ni el de la misión, ni el de la compañía) estuvo a favor de dicha separación en ese entonces, la siguiente pregunta surgió como un enigma ético divisivo: ¿pueden las actividades lucrativas de los negocios ser

⁵⁹ Danker, p. 105.

⁶⁰ Schlatter, vol. 1, p. 392.

⁶¹ Wanner, p. 74.

totalmente integradas dentro del trabajo misionero tradicional?

En 1887 el control de la junta directiva sobre la compañía Comercial empezó a dar muestras de debilidad. Ese año los estatutos fueron revisados para tener una reunión anual de accionistas, y aunque la misión era dueña del cuarenta por ciento de las acciones, sólo se le permitía el veinte por ciento de los votos en cualquier reunión.

Aún así, la compañía continuó su expansión. Tres granjeros suizos, miembros de la Misión de Basilea, fueron los primeros en introducir plantaciones de cacao en lo que hoy se conoce como Ghana. En 1879 Tetteh Quarshie, un esclavo africano cuya libertad había sido comprada por misioneros de Basilea, trajo granos de cacao de Fernando Po y Santo Tomé, que habían sido cultivados por agricultores españoles (quienes a su vez los habían importado de Sudamérica). Otro misionero, Arnold Mohl, importó vainas de cacao del Camerún en 1889. El gobierno británico también se convirtió en un promotor del cultivo del cacao en cooperación con la Misión de Basilea. Embarcaron su primer cargamento de cacao a Europa en 1891. En 1911 la producción total en Ghana alcanzó 40 mil toneladas, y en dos décadas, Ghana se había convertido en el principal productor de cacao en el mundo. De esta manera la Compañía Comercial Misionera y sus esfuerzos agrícolas ayudaron a crear y fortalecer una clase independiente de granjeros africanos como hijos libres de Dios.⁶²

En 1890 las fábricas de las misiones africanas tenían once misioneros europeos y en 1912, un total de treinta y cuatro de

⁶² Danker, p. 97.

ellos. Los obreros africanos sumaban quinientos sesenta y seis en 1911.⁶³

Hacia 1909, o sea a lo largo de sus primeros cincuenta años de existencia, los mercaderes y misioneros-artesanos que trabajaban con la compañía y sus fábricas en el extranjero mantuvieron siempre su *status* de misioneros. Hasta ese entonces recibían el mismo salario, tenían los mismos derechos de voto en las reuniones de negocios y conferencias de la misión y estaban comprometidos a un servicio de por vida. Sin embargo, en 1909 tensiones frecuentes entre misioneros ordenados de tiempo completo y misioneros comerciales dentro de la Compañía Comercial fueron resueltas por medio de contratos limitados y el reclutamiento de cristianos quienes se consideraban a sí mismos principalmente como hombres de negocios. No obstante, estos hombres todavía necesitaban entender claramente los objetivos y el carácter de la Misión de Basilea y se les requería que fueran miembros activos de sus iglesias locales. Más aún, el propósito de la compañía en todos sus proyectos seguía siendo el ser una herramienta misionera y un agente de cambio hacia el desarrollo cristiano.

Como tales, las industrias y talleres de la Compañía Comercial, incluyendo las fábricas indias y sus puestos de comercio, mantuvieron su peculiar carácter misionero como centros de educación cristiana.

Cuando la compañía celebró su 50° aniversario en 1909, contribuyó con 354.760 francos suizos de sus ganancias anuales a la tesorería de la misión, aparte de un donativo especial de aniversario de 150.000 para el plan de pensiones con el que se apoyaba a viudas y misioneros retirados o inválidos. En los años de 1859 a 1913, cerca de diez millones de francos suizos

⁶³ Schlatter, vol. 1, p. 393.

fueron invertidos en proyectos misioneros en China, Ghana y la India, todo gracias a las ganancias de la compañía.⁶⁴

La reorganización interna y el crecimiento de las inversiones en las misiones son fruto de la expansión continua de la compañía, también contemplado en el ámbito de su personal. En 1913 en vísperas de la Primera Guerra Mundial, las empresas industriales de la compañía en la India se habían convertido en un inmenso complejo de negocios, empleando a 3.636 personas.

Esta guerra mundial fue la que llevó a la separación total de la compañía y la misión. Bajo las presiones de la guerra, la misión vendió sus ciento veinte acciones y cedió todos los derechos legales a la compañía

El 20 de noviembre de 1917 la asamblea general de la compañía aceptó los nuevos estatutos aunque su reglamento todavía mencionaba que el «avance y el apoyo del trabajo evangelizador debía ser financiado».⁶⁵ De todas formas, el cambio definitivo del nombre de Compañía Comercial Misionera a Compañía Comercial de Basilea R.L. (de responsabilidad limitada) fue hecho en la asamblea general el 4 de diciembre de 1928. Esto completó su conversión de una empresa totalmente misionera a una forma completamente nueva. La idea del teólogo-artesano, que debería vivir en el contexto de pequeñas tiendas comerciales y en varios proyectos mercantiles e industriales, había sido plantada un siglo antes en el corazón del primer inspector de la Misión de Basilea, Blumhardt. Encarnada y realizada por profesionales y empresarios

⁶⁴ Wanner, p. 79.

⁶⁵ Wanner (1959), p. 69.

cristianos con visión, se había convertido en una compañía comercial secular altamente rentable.

Completando sus investigaciones, Danker escribe que:

La Compañía Comercial de Basilea siempre ha buscado enviar cristianos de alta calidad para dar testimonio en el mercado. No han escondido su luz debajo de un almud de acciones bursátiles; la han puesto en alto sobre el candelero de una demostración viviente del Evangelio en la fábrica y en los negocios.⁶⁶

En conclusión, podemos comprobar una vez más que la habilidad y el profesionalismo cristianos, la perspicacia inspirada por Dios, y la fe, aun en empresas comerciales en expansión como proyectos misioneros a tierras lejanas, ¡fueron herramientas para impactar a sociedades y países enteros para la gloria de Dios y el avance de su Reino!

Federico W. Raiffeisen, un modelo para empresarios cristianos

La biografía de Federico W. Raiffeisen es un ejemplo excelente de innovación cristiana. Entre 1846 y 1847 fundó una pequeña institución financiera de acuerdo con el principio cristiano de «uno para todos y todos para uno», para así ayudar a eliminar el hambre inminente.

En 1849 Raiffeisen fundó la asociación de apoyo a granjeros pobres. Esto fue el inicio de lo que es ahora la sociedad cooperativa internacional Raiffeisen. Dondequiera que esta asociación estuviera activa, sus líderes se unían para eliminar la usura. Raiffeisen no perdía tiempo sólo repitiendo versículos bíblicos, sino ejecutándolos.

⁶⁶ Danker, p. 121.

Más aún, también actuaba de acuerdo con los principios bíblicos en su puesto como alcalde.

Para el año 1849 comenzó a establecer cooperativas rurales. En ese año su asociación compró setenta y dos vacas y las vendió a los granjeros pobres con un pequeño y justo interés, con un plan de pago a cinco años. Al año siguiente la asociación hizo lo mismo con ciento diez vacas y al tercer año con ciento cincuenta y dos. En la biografía de Raiffeisen, que Lamparter y Arnold escribieron, mencionan que durante los primeros cinco años, la asociación emitió créditos por 11.735 taleros.⁶⁷ A pesar de las objeciones expresadas por el gobierno, el enérgico Raiffeisen tuvo éxito. Con su celo cristiano comprobó que un firme crecimiento económico es posible. Carlos Marx y Federico Engels fueron contemporáneos de Raiffeisen. Los seguidores de aquéllos destruyeron grandes áreas económicas con su celo cruel y egocéntrico por medio del comunismo ateo. El programa que Raiffeisen ya estaba ofreciendo ayudaba a hombres trabajadores a ayudarse a sí mismos. Para abrir más espacio económico, usó subsidios del gobierno y dinero del aserradero que él fundó para construir la *Rheinstrasse* (hoy día la B-256), que conecta a Hamm con Neuwied en Alemania. En los años siguientes, Raiffeisen fundó docenas de asociaciones de préstamos bancarios. Sólo en 1862 fundó cuatro bancos. El objetivo de las asociaciones era sólo el de otorgar préstamos, de esta forma, la asociación se vio aun más restringida por los territorios que el clero poseía. Raiffeisen no estaba satisfecho con esto y empezó a elaborar nuevos principios para la asociación.

⁶⁷ Arnold Walter y Lamparter Fritz H., *Friedrich W. Raiffeisen: Einer für alle, alle für einen*, 2ª edición, Neuhausen-Stuttgart, Hänssler Verlag, 1996, pp. 66-67.

Su libro fue escrito en 1866 y una nueva edición de éste fue publicada el mismo año en Wiesbaden. En 1872 Raiffeisen fue capaz de iniciar el banco cooperativo rural, con base en Neuwied. Tres años antes ya había fundado un banco local, que manejaba los préstamos y excedentes, y ofrecía capital inicial para nuevas asociaciones. Su razonamiento era que no debíamos depender de los demás y que, después de confiar en Dios, deberíamos confiar en nosotros mismos. Comparó al banco de la cooperativa con un embalse que debe traer agua de afuera. Ésta entra, permitiendo así a su vez que sea quitada de lugares empantanados. La tierra seca puede ser regada con agua del embalse convirtiéndola así en tierra fértil y, por medio de canales, se crea vida nueva. En 1874 fundó el primer banco universal. Había estructurado su organización en tres niveles: el nivel más bajo era la cooperativa primaria con las asociaciones del banco de préstamos. El segundo nivel era el llamado banco regional. Y, finalmente, en el nivel más alto, el banco universal.

Con este sistema, Raiffeisen se adelantó muchos años a su época. En 1870 fue aprobada una nueva ley de corporaciones de accionistas. Esto facilitó a Raiffeisen la fundación de una corporación de este tipo el 30 de septiembre de 1876. Aprendió que una corporación también puede fomentar la solidaridad y aún crear las condiciones a través de las cuales las clases más bajas pueden llegar a integrar una clase media más fuerte. Raiffeisen soñó con una red bancaria que cubriera toda Alemania. No tardó en enfrentarse a muchas decepciones, y aún más, la división de la corporación. No fue hasta 1930 que fueron fusionadas 36.339 cooperativas rurales y en 1948 se fundó la Deutsche Raiffeisenverband e.V.

Raiffeisen murió en 1888 a los setenta años de edad. Vivió y actuó de acuerdo al siguiente principio: «No debemos limitarnos sólo a pedir ayuda a Dios. Debemos hacer lo que nos co-

rresponde, ejecutando diligente y lealmente nuestras tareas, y la bendición de Dios y la actividad humana llevan al éxito». La sola ejecución de nuestras tareas no nos lleva al éxito. Necesitamos ser movidos por un más alto ideal. El propósito de nuestra acción debe estar determinado por el amor de Dios a la humanidad. La voluntad de Dios no sólo debe ser hecha a través de nosotros, sino en nosotros.

El Banco Raiffeisen experimentó un crecimiento fenomenal. En 1897 se fundó la internacional Raiffeisengenossenschaftsverband, y hacia el año 1900 había asociaciones Raiffeisen en dieciocho países europeos. El modelo de Raiffeisen no puede ser descartado para el Tercer Mundo, ni para muchos países de la ventana 10/40.⁶⁸ En total hay trescientos treinta mil asociaciones en cerca de cien países con más de doscientos setenta millones de miembros, trabajando de acuerdo al principio de Raiffeisen. Este hombre llegó a comprender que las riquezas engendran obligaciones y consistentemente defendió los intereses de los pobres y marginados. Consideraba a las abejas como un modelo de diligencia santa. En sus últimas conferencias decía que el espíritu de fe y amor cristianos debe ser el motivo principal y la fuerza motriz detrás de un trabajo incansable. Nunca debemos permitir que nuestras asociaciones se rebajen al nivel de meros negocios materiales con muy poco o sin ningún impacto a largo plazo. No podemos lograr esto sin el espíritu de la fe cristiana, el espíritu de amor profundo hacia Dios y a nuestro prójimo.

La biografía de Federico W. Raiffeisen traza una senda valerosa para los empresarios cristianos del día de hoy. Les im-

⁶⁸ Estos son los países comprendidos entre los paralelos 10 y los 40 de latitud norte, y desde el África occidental hasta el Lejano Oriente, donde viven la mayoría de los grupos no alcanzados del mundo.

pulsa a fundar nuevos bancos de empréstito; negocios que pueden llegar a ser muy significativos. Podrían, por ejemplo, ayudar a iniciar y financiar proyectos económicos en la ventana 10/40 o en el Levante islámico con bajas tasas de interés. También podrían crear nuevos empleos para los convertidos que son echados de sus puestos de trabajo por causa de su nueva fe. Se necesitan urgentemente tales bancos, que sean dirigidos por el espíritu de Cristo para alcanzar grupos étnicos aún no alcanzados.

Hacedores de tiendas contemporáneos

Una pequeña compañía española de importación y exportación

LA MISIÓN PM Internacional (Pueblos Musulmanes Internacional) ha estado involucrada en la obra del Señor a través de los hacedores de tiendas, desde su fundación oficial en 1984. En aquellos comienzos, al autor se le encomendó la tarea de investigar, ejecutar y desarrollar esta área del ministerio. La historia empezó, como es típico de nuestro Dios, un soleado día de 1989, cuando el autor, ya colaborando con PM Internacional, conoció al dueño de la Compañía de Importaciones y Exportaciones Celestiales (CIEC)⁶⁹ al asistir a una conferencia de Semana Santa. El propietario era un hombre de negocios cristiano con un corazón por las misio-

⁶⁹ Seudónimo usado por razones de seguridad.

nes, el evangelismo y el avance del reino de Dios, y sin temor hacia el trabajo transcultural en el mundo árabe.⁷⁰

De hecho, como él había viajado y vivido en esta área del mundo antes de su conversión, estaba muy entusiasmado con la idea de una compañía cuyo personal misionero-comerciante pudiera penetrar el territorio musulmán y simultáneamente comprar, producir e importar productos de una manera lucrativa. Esta atracción se profundizó aún más con su deseo de influir en las naciones islámicas con el poder transformador del Evangelio.

Compañía de Importaciones y Exportaciones Celestiales

La pequeña compañía familiar fue fundada entre 1986 y 1987, con un capital inicial de sólo veinte mil dólares. Su ramo era el negocio de la venta de artesanías al por mayor. El propietario importaba artículos de varios lugares y producía algunos de ellos él mismo. Después los vendía a tiendas y a vendedores en el mercado de su ciudad, que cuenta con una población de alrededor de dos millones de habitantes. Entre aquel primer encuentro de Semana Santa y el inicio de este emprendimiento conjunto con PM Internacional (1990), el valor de la compañía era de aproximadamente ciento cincuenta mil dólares, incluidos un almacén y una furgoneta para el reparto. La compañía tenía también entre dos y tres empleados.

Hoy día, CIEC se ha convertido en uno de los importadores especialistas y distribuidores más competentes, de este tipo de cerámica en España. Las ventas brutas se han duplicado a tres-

⁷⁰ Para evitar cualquier posibilidad de poner en peligro el trabajo misionero que se está realizando en los países de acceso restringido a los que se hacen referencia, los autores no mencionan deliberadamente ningún país en particular.

cientos mil dólares. Cada dos meses un contenedor de seis metros cruza la frontera con cinco mil piezas de cerámica hechas a mano para el mercado español. La compañía tiene ahora de cuatro a cinco empleados, aparte de cinco representantes más. El paso siguiente sería vender a otros países europeos.

Lo que sucedió

Desde 1984, el autor había viajado de forma extensa por el país escogido como objetivo misionero y había investigado varias posibilidades de negocios. Esto permitió a CIEC empezar con contactos establecidos y cierto nivel de experiencia en productos como artículos de piel, madera, cerámica y alfombras. Uno de los profesionales de PM Internacional se convirtió en el representante, en dicho país, de CIEC. Se le contactaba desde las oficinas centrales en España y se le avisaba la fecha en que la furgoneta pasaría a cargar los productos. El visitaba los lugares prefijados, hacía los pedidos y fijaba la fecha en la que regresaría a recogerlos. De vez en cuando revisaba el proceso y la calidad. Esto proveía magníficas oportunidades para establecer amistades y compartir el Evangelio, especialmente en los lugares remotos de este país de acceso restringido donde difícilmente viven extranjeros.⁷¹

Otro obrero de PM Internacional con experiencia en el negocio de alfombras y exportaciones registró su propia compa-

⁷¹ Un registro significativo de este tipo de negocio. En lo más meridional de una nación musulmana, hay un pueblo de alrededor de 150 mil habitantes, sin ningún creyente nacional, y a finales de los '80, todavía sin presencia misionera. El lugar es conocido por la práctica del ocultismo y brujería. Investigando un producto hecho a mano en este lugar, y considerándolo una posibilidad para entrar con el Evangelio, el autor hizo una visita al artesano con quien se debería hacer el negocio. Al final del día, en un rincón del taller artesanal, el autor finalmente se sintió en paz: había conocido a un ar-

ña exportadora para canalizar los productos a la CIEC. Así, ya teníamos a dos hacedores de tiendas involucrados. Sin embargo aunque ambos recibían un poco de beneficio económico de las operaciones comerciales, el trabajo se convirtió en una carga financiera para la pequeña empresa española. Por lo tanto, el propietario empezó a formar su propia red de contactos en 1993. Afortunadamente, pudo emplear a un cristiano nacional (ex musulmán) que sabía cómo reducir los costos de producción. Hasta hoy, de cuatro a cinco productores islámicos han sido expuestos al mensaje del Dios viviente, y por lo menos otros veinte o más artesanos han recibido algún tipo de testimonio cristiano.

Evaluación

Obviamente, no es fácil para un misionero ser un hacedor de tiendas. Primero, necesita ser un profesional calificado en su campo. Segundo, necesita entregarse por completo a su ocupación comercial. Si su tiempo se divide, por ejemplo, entre diez o más horas de estudio del idioma a la semana, actividades relacionadas con su agencia misionera, visitas a contactos y estudios bíblicos durante sus horas de trabajo, lógicamente no podrá ser efectivo en los negocios. El mundo comercial es duro. En el caso que estamos considerando, la pequeña empresa no podía enfrentar los altos costos y necesitó reducir sus precios de compra para así llegar a ser competitiva. Tercero, la

tesano que parecía suficientemente honesto y tenía productos de buena calidad a precios razonables. CIEC estableció vínculos de negocios con este artesano, y el representante del país entró en contacto con las personas que estaban a cargo del negocio. Esto llevó a una relación en la que el obrero fue invitado a pasar la noche con ellos. El Señor había preparado el camino para el Evangelio.

empresa «socia» en la aventura comercial debe tener los recursos financieros suficientes para poder sobrellevar los ajustes necesarios hasta que las irregularidades de los primeros dos o tres años sean superadas y las ganancias alcancen niveles satisfactorios.

Mientras tanto, CIEC ha podido comprar un terreno y está construyendo su propia fábrica en dicho país. Esto le permitirá mayor influencia en sus trabajadores con los principios del reino y el ambiente propicio para compartir el Evangelio, sin mencionar la reducción de los costos de producción y muy posiblemente el mejoramiento de la calidad de sus productos.

Una consultoría multinacional norteamericana

Antecedentes

Parte del trabajo del autor era participar y hacer contactos con el movimiento internacional de hacedores de tiendas. Al principio de 1992 el autor asistió a la primera conferencia de hacedores de tiendas en Norteamérica, donde conoció al presidente de la Corporación del Reino R. L. (CRRL) —de responsabilidad limitada—, una consultoría con visión misionera. Hacia finales de 1993, el autor tuvo la oportunidad de visitar una de las oficinas de CRRL en una de las regiones de Asia, en un país de acceso restringido. En una conferencia sobre hacedores de tiendas en la primavera de 1994, el autor conoció al vicepresidente de la compañía. En el verano de 1995, pudo visitar las oficinas centrales en los Estados Unidos, pasar una tarde con el presidente y algunos otros ejecutivos y así entender mejor el trabajo de la CRRL. Después pudo visitar otra oficina de la compañía en Oriente Medio en otoño del mismo año.

Estos contactos dieron al autor una comprensión más clara de la CRRL y sus metas: profesionalismo de alto nivel y un ne-

gocio rentable unido a un testimonio cristiano efectivo en los países de acceso restringido, como canal para el avance del reino de Dios.

Corporación del Reino R. L.

La empresa fue fundada en 1987 como una «compañía dedicada a la gran comisión». Dos años después (1989), fue incorporado el actual presidente, abriéndose un nuevo departamento de negocios: la expansión de equipos y tecnología norteamericana en Asia. El crecimiento de esta área ha sido notable (más de diez millones de dólares), registrando en la actualidad más del setenta por ciento de las ventas netas de la compañía. La corporación mantiene de diez a doce oficinas filiales en Asia y el Oriente Medio, todas, excepto una, en países de acceso restringido. Sus empleados en todo el mundo, incluyendo aquéllos en oficinas filiales y empresas conjuntas, sobrepasan los ciento cincuenta. Las oficinas centrales en los Estados Unidos tienen catorce ingenieros y consultores como personal. Debido al rápido desarrollo de este negocio, CRRL recientemente se reestructuró y está transfiriendo tecnología y equipamiento para la manufactura de productos de iluminación. En junio de 1993, este departamento estaba negociando más de cuarenta diferentes proyectos de iluminación con un valor total de más de 80 millones de dólares.⁷² Su folleto descriptivo dice: «Actualmente estamos involucrados en varias industrias totalizando más de treinta y cuatro millones de dólares». Otro informe que data del otoño de 1995, presenta sus ventas anuales en más de quince millones de la misma moneda.

⁷² Toda esta información viene de una carta de presentación confidencial en manos del autor.

Lo que sucedió

Ya que parte de la meta de CRRL es cumplir con la Gran Comisión llegando a los no alcanzados, empezaron a ofrecer, lo que ellos llaman franquicias de hacedores de tiendas a agencias misioneras o misioneros independientes que están trabajando en países de acceso restringido. Uno de sus ejecutivos es el responsable directo de este programa. CRRL ayuda a diferentes equipos a abrir una oficina afiliada, proveyéndoles con toda la asesoría técnica necesaria y contactos, o a integrarse ellos mismos como oficinas existentes. En cualquier caso, los empleados nuevos deben ser profesionales calificados (en uno de sus folletos oficiales, CRRL informa que: «su personal está integrado por cuatro doctorados, doce maestrías y más de cincuenta años de experiencia industrial»⁷³). Además deben hacer un internado que les prepara específicamente para una presencia a largo plazo entre los pueblos no alcanzados en países de acceso limitado, que también podrían llamarse de acceso creativo. Aprenden acerca de iniciativa empresarial y se les da el conocimiento técnico y aptitudes básicas para mantener un nivel de competencia en el mundo actual de los negocios internacionales. Actualmente, más de cincuenta misioneros hacedores de tiendas están trabajando junto a obreros nacionales y otro personal que es cristiano, ¡impactando pueblos no alcanzados para Cristo!

Evaluación

Hasta donde el autor se ha podido percatar, los resultados son muy alentadores. Esta empresa tiene el suficiente empuje, experiencia y capital para tener éxito en sus proyectos. Las

⁷³ Folleto también en manos del autor.

franquicias destinadas a los hacedores de tiendas algunas veces crean tensión entre la mentalidad de los misioneros (o sus agencias) y la de los empresarios cristianos que necesitan asegurar la rentabilidad de su empresa. El hacedor de tiendas, que viene a través de una agencia misionera, generalmente tiene que invertir tiempo en el estudio del idioma local, en las actividades del equipo y en sus contactos, a diferencia del empresario nato que está totalmente involucrado en los negocios. Por supuesto que, podríamos pensar que este último tiene menos tiempo para alcanzar a la gente para Cristo, pero este no es necesariamente el caso. Este y otros temas similares serán discutidos en el capítulo 5.

Una compañía textil tercermundista, de clase mundial

Antecedentes

En marzo de 1995 el autor tuvo el privilegio de asistir a la Primera Conferencia de Intercambio de hacedores de tiendas en Asia. Allí, dos creyentes no occidentales compartieron acerca de su compañía, Textiles Angelicales (TA)⁷⁴ y distribuyeron material informativo. Posteriormente, se mantuvo alguna correspondencia posterior con ellos.

Textiles Angelicales

La compañía empezó en la cochera del actual director ejecutivo, un hombre comprometido con su fe que trabajó en el ministerio cristiano de tiempo completo entre 1975 y 1980. En sus comienzos fue una pequeña tienda, comparable al ambiente de Pablo en Hechos 18.1-3. Conforme Dios fue bendiciendo

⁷⁴ Seudónimo por razones de seguridad.

este emprendimiento, se desarrolló hasta ser registrado como negocio de expansión internacional en 1980. Los empleados debían mostrar una profunda lealtad a Cristo, y la compañía llevaba los negocios con absoluta integridad. Esto fue como una luz en medio de la oscuridad de la corrupción que les rodeaba. Se introdujeron otros principios bíblicos entre las costumbres del negocio, tales como el año sabático en 1986 y 1993. Aún así la compañía creció. En 1992 ganaron el premio a la integridad por parte de su gobierno. La empresa actualmente emplea a más de dos mil obreros con unas ventas brutas anuales de más de mil millones de dólares. TA está vinculada con más de dos mil sucursales con franquicia en todo el mundo, algunas en países totalmente cerrados al Evangelio. De esta manera, TA se ha convertido en una multinacional mundial que es conocida por su calidad y honestidad en los negocios.

Lo que sucedió

En la actualidad, más de la mitad de sus empleados son cristianos. La política de la compañía incluye un devocional diario y grupos de estudio bíblico semanales, por lo que el impacto del Evangelio es poderoso. Las vacaciones anuales de la empresa con enseñanzas bíblicas producen resultados sorprendentes, y muchos empleados no cristianos se convierten. Los capellanes desarrollan un ministerio interno, impartiendo capacitación en temas como ética cristiana, principios empresariales y conducta social. De hecho, esto produce un impacto integral en el estilo de vida de los empleados, en sus prácticas de negocios, en su trabajo y en sus relaciones interpersonales, fomentando un lenguaje y acciones dignas de Cristo. En 1991 la compañía abrió también una fundación para ayudar a los discapacitados y en 1994 una fábrica para trabajadores sordos. Con razón,

dondequiera que los empleados de TA trabajan, producen, negocian, venden, compran o viajan en todo el mundo, se les conoce como *misionantes*, o sea, negociantes con visión misionera.

Evaluación

Obviamente, TA no trabaja en forma encubierta. Lo que sí tiene es una idea muy clara: un profesional cristiano no necesita vivir una dicotomía entre lo secular y lo sagrado. Ya que TA opera desde una plataforma de negocios, no reclutan misioneros, sino empleados y profesionales cristianos o seculares. Entonces, animan a estos obreros a comprometerse con Cristo y con la compañía, y les ayudan a tener una comprensión clara de cómo los principios cristianos se aplican a todas las áreas de la vida. Como tales, se convierten en *misionantes* y alcanzan su potencial máximo para la gloria de Dios, en su ámbito de trabajo y en su diario vivir.

4

Ética

HABIENDO ECHADO UN vistazo al devenir histórico en tres diferentes épocas hasta la actualidad, nos enfrentamos aún a una serie de cuestiones éticas y teológicas:

¿Cómo conciliaron los mercaderes cristianos de Tiatira (Asia Menor) del siglo II el hecho de ser hombres de negocio y misioneros viajantes en Lyon? ¿O qué de los mercaderes nestorianos del siglo VII viajando por La Ruta de la seda hacia China, quienes, a la vez que vendían sus productos, compartían las Buenas Nuevas? ¿Sentirían algún tipo de tensión entre sus actividades diarias en los mercados y el fuego interno de su nueva fe?

¿Y qué de los moravos del siglo XVIII, importando y vendiendo su mercancía en sus tiendas de Surinam a precios justos para autosostenerse? ¿El hecho de pasar todo el día detrás de un mostrador los hacía menos espirituales? ¿Qué perspectiva tenían de su trabajo? ¿Por qué los renombrados negociantes protestantes y senadores de la Basilea del siglo XIX dieron su

tiempo, consejo y grandes inversiones a la Misión de Basilea y su compañía mercantil? ¿Cuál era su percepción del capital y su uso? ¿Qué tiene de especial el importador español visitando las aldeas del norte de África, o el ingeniero americano aconsejando a los productores árabes, o el hombre de negocios cristiano de Asia sentado en un Jumbo 747?

Los valores y creencias, fundamentales y complejos, que motivan nuestra vida y sus acciones son necesariamente de carácter ético. El Evangelio, por lo tanto, debió ser la fuente de algún tipo de verdad que guiaba a estos hombres y mujeres, la misma verdad que puede ser válida para hoy día.

¿Cómo contempla la ética histórica a los negocios?

La ética filosófica comenzó en Occidente con la antigua cultura griega. Su principal fuente de autoridad fue la literatura de Homero, escrita a mediados del siglo VIII a.C.⁷⁵ Resulta interesante que el dios Hermes, mensajero de los dioses en la mitología griega, es a la vez el dios de los viajeros y mercaderes, pero también de los ladrones, impostores y estafadores. En la antigüedad, no se consideraba que en el comercio hubiese altos niveles de ética.

En los albores de la era cristiana, Jesucristo usó ejemplos del comercio y los negocios como trasfondo para sus enseñanzas (Mt. 25.14-30; Lc. 16.1-12; 19.12-28). Es interesante notar que algunos patriarcas del cristianismo como Ireneo y Tertuliano consideraron los negocios y el comercio como legítimos. De esta forma, A. Hamman concluye correctamente su investigación acerca de la iglesia primitiva diciendo que: «no tuvie-

⁷⁵ Atkinson David J. y Field David H., edit., *New Dictionary of Christian Ethics and Pastoral Theology*, Leicester, Inter-Varsity Press, 1995; *History of Christian Ethics*, por J.E. Hare, p. 33.

ron problemas para unir lo «sagrado» (divino) con lo «secular» (terrenal), ya que sus actividades diarias eran todas importantes para Dios». ⁷⁶ Aparentemente, en los inicios de la Era Cristiana, hubo un tiempo que el ser cristiano y hombre de negocios no era una contradicción.

Sin embargo, hacia el siglo V y los sucesivos, surgió una marcada divergencia entre los cristianos y sus comunidades, separando los ideales éticos declarados y las motivaciones para la acción moral, por una parte, y su ejecución real por otra, reflejando así las nacientes actitudes del Medioevo. Prestar dinero con interés, en esos días conocido como usura, fue oficialmente prohibido en todo el imperio romano por Carlomagno (789 d.C.) en el Sínodo de Aachen, que tomó como base las Escrituras de Deuteronomio 23.19-20 y Lucas 6.35. En el Concilio de Latum en 1139, la iglesia católica romana ejerció su autoridad en la vida civil y ética al introducir la prohibición canónica contra el cobro de intereses. ⁷⁷ Los decretistas (codificadores de la ley romana) sospechaban tanto de la compra venta (con la constante presencia maligna de la usura y la avaricia) que lanzaron un ataque contra los mercaderes. Básicamente, convirtieron a los prestamistas en proscritos. Para ellos, cobrar intereses era contrario a las Escrituras, a Aristóteles y a la naturaleza, porque era vivir sin trabajar y vender el tiempo, ¡que sólo pertenece a Dios! En cambio, la iglesia contempló el comprar y vender, prestar y pedir prestado, como un

⁷⁶ Hamman, p. 10.

⁷⁷ Geiger Max, *Calvin, Calvinismus, Kapitalismus*, Basel und Stuttgart, Verlag Helbing & Lichtenhahn, 1969, p. 250.

simple caso de conducta de buen y mal vecino, respectivamente.⁷⁸

Resumiendo el viejo principio económico del catolicismo, Max Weber escribió: *Homo mercator vix aut nunquam potest Deo placere* (el mercader puede acercarse a Dios, pero nunca agradarlo totalmente).⁷⁹

Desafortunadamente, lo que una vez fue una preocupación ética por la justicia social (contra la usura en los negocios), se convirtió, con el tiempo, en práctica de la misma Santa Sede. Antiguas familias de mercaderes, como los Fuggers o los Médici, ricos y católicos, acumularon capital y ayudaron a la iglesia a financiar sus cruzadas. Se vendieron títulos eclesiásticos, privilegios y sacramentos a cambio de dinero, las indulgencias se comerciaban, y durante este período grandes sumas entraron a las arcas de las órdenes monásticas y de la iglesia.

En consecuencia, el papado se convirtió en la más grande institución financiera de la Edad Media. Al desarrollarse su sistema fiscal, las cosas no mejoraron, sino todo lo contrario. Los abusos, que eran rarísimos en el siglo XIII, estaban a la orden del día en el siglo XV.

Esto nos muestra brevemente el pensamiento económico, las prácticas y la ética que heredó el siglo XVI. ¿Cómo iban estas prácticas corruptas de la iglesia católica romana a influir y converger con las dinámicas de un nuevo horizonte, la época del descubrimiento, el nuevo mundo, la globalización económica, las actividades de los capitalistas y negociantes católicos (como los Médici, los Fuggers, los Bardi y los Peruzzi que fi-

⁷⁸ Tawney R., *Religion and the Rise of Capitalism*, West Drayton, Penguin Books, 1938, p. 66.

⁷⁹ Weber Max, *Die Protestantische Ethik I*, Gütersloh, Gütersloher Verlagshaus, 1991, p. 363.

nanciaron las guerras de Eduardo III de Inglaterra), los centros católicos financieros y de negocios, como Florencia o Venecia, y por supuesto la Reforma?

El *vocatio Dei* de Lutero

En tiempos medievales, solamente existía un «llamado» o *vocatio Dei*: el llamado eclesiástico. Este trabajo era santificado y de más valor que el secular. Martín Lutero (1483-1546), habiendo sido un monje, reconoció como problemas asociados con la práctica monástica, a la soledad, la separación de la familia y otras «mundanalidades». Se dio cuenta que las virtudes cristianas podrían solamente ser practicadas en el mundo y sus instituciones como el matrimonio, el estado y la profesión. En cuanto empezó a ver la vida monástica como algo malo, las palabras *vocatio* o «llamado» empezaron a surgir en sus escritos. Su rechazo definitivo a la vida monástica fue publicado en *De votis monasticis 1521*.⁸⁰

A partir de entonces, basado en 1 Corintios 7. 17-24, Lutero desarrolló la tesis que cada persona tiene un llamado (*vocatio*) de Dios, que es el estado de vida que el cielo le ha asignado, siendo responsable por éste ante Dios, y contra el cual sería impío rebelarse. Expresado de otra forma, cada individuo tiene un llamado de Dios para sus actividades mundanas. La vida en el hogar y las relaciones entre padres e hijos constituyen ese llamado (*vocatio*), al igual que las responsabilidades diarias en el trabajo o las relaciones entre los patrones y sus empleados. La definición de Lutero era que cada profesión o actividad dia-

⁸⁰ Wingren Gustav, *Luthers Lehre vom Beruf*, München, Chr. Kaiser Verlag, 1952., p. 10. Ver en *Luthers Werke*, ed. Otto Elmen, vol. 2, Berlin, Verlag von Walter de Gruyter & Co., 1950, pp. 188-298. Toda la exposición de *De votis monasticis 1521*, en latín.

ria es un llamado (*vocatio*) que, si se ejecuta debidamente, debe servir a la humanidad y a Dios (Col. 3.17, 23; 1 Co. 10.31). Cada estado de la vida en que una persona se encuentre, ya sea el estudiante preparándose para los exámenes o el hombre de negocios que llena una factura, vende ropa, negocia mejores precios o desarrolla mejores estrategias administrativas, debe considerarse como el llamado de Dios. Todo tipo de actividad se constituye en un acto de adoración y servicio. Lutero dijo:

Todos deben conducir su vida de tal forma que agrade a Dios, aunque a los ojos del mundo parezca humilde o despreciable. Un siervo, una criada, un padre o una madre, todas éstas son formas de vida dadas por su Palabra divina y santificadas para agradar a Dios.⁸¹

Lutero fue entonces el primer teólogo medieval que usó el término «llamado» (*vocatio*), que anteriormente era reservado sólo para asuntos eclesiales, y lo aplicó a actividades terrenales. De esta forma él quiso expresar que no sólo los representantes religiosos tenían un llamado divino, sino también los granjeros, príncipes, mercaderes y todo tipo de persona debía comprender que su trabajo es un regalo y un llamado de Dios.

En cierto sentido, la diferencia entre la vida religiosa y la secular desapareció: todos los hombres estaban en la misma posición delante de Dios.

Aunque a Lutero no le agradaba el comercio⁸² con el *voca-*

⁸¹ WA 25, 385, pp. 26-29, citado en Lachmann, Werner, *Wirtschaft und Ethik*, Neuhausen, Hänssler, 1987, p. 177.

⁸² Graham Fred, *John Calvin, The Constructive Revolutionary*, Richmond, John Knox Press, 1971, p. 78. Realmente, el pensamiento económico

tio Dei sentó las bases para el desarrollo posterior de la ética protestante del trabajo y del capital.

La ética protestante de Calvino sobre el trabajo y el capital

Contexto histórico de Calvino

Los siglos XIV y XV encontraron a Ginebra en la encrucijada de dos importantes rutas comerciales. Una, empezaba en Italia, atravesaba Valais, entraba a Ginebra y seguía hacia el interior de Francia; la otra, salía del Sur de Alemania, cruzaba Suiza y pasaba por Ginebra hacia Francia y España. Desde el siglo XIII, Ginebra se había convertido en un sitio importante para las ferias mundiales. En 1387 se le dio a la ciudad la exención especial de la prohibición canónica contra el cobro de intereses.

Desafortunadamente para la ciudad, en 1462, la política proteccionista de Luis XI prohibió a los mercaderes franceses visitar Ginebra. En 1463 los franceses abrieron la feria de Lyon, que se celebraba exactamente en las mismas fechas que la de Ginebra. A esto se añade que más y más barcos mercantes venecianos elegían la ruta marítima más segura de Italia a Holanda, evitando de esta forma las lentas y peligrosas rutas intercontinentales.

Cuando Calvino (1506-1564) llegó a Ginebra en 1536, la situación económica con la que se encontró era deplorable. Era

de Lutero era aún medieval: consideraba a la agricultura y a la ganadería como el más alto modelo ético, seguido por los artesanos, y al comercio como el más bajo de ellos. También sostuvo la teoría aristotélica de la improductividad del dinero. Ver *Martin Luther*, Roland H. Bainton, Göttingen, Vandenhoeck & Rupprecht, 1967, p. 216.

la ciudad más poblada de Suiza en aquel entonces, con más de diez mil habitantes (comparada con Zurich, que junto con Winterthur llegaban solamente a ocho mil trescientos). Al mismo tiempo Ginebra, al igual que otras ciudades protestantes suizas como Zurich y Basilea, se convirtió en un asilo para refugiados de toda Europa que buscaban libertad religiosa. Gracias a esta afluencia, en 1550, la ciudad había duplicado su tamaño anterior. La mayoría de los refugiados eran artesanos, que sólo habían tenido tiempo como para recoger sus herramientas antes de huir. Entre ellos, había muchos mercaderes y algunos aristócratas como Pompeo Diodati, perteneciente a una de las tres familias aristócratas mercantes que huyeron de la represión de la Contrarreforma en Lucca, Italia en 1562.

La tarea de albergar a tanta gente desarrolló la economía de la ciudad, para sobrevivir como un bastión de libertad religiosa y mantener la justicia social y el orden civil. Esta situación fue el contexto ideal para el desarrollo teológico y funcional de Calvino. Para él, el mundo real debía ser tomado en serio, y éste involucraba a zapateros, impresores, fabricantes de relojes, así como a granjeros, eruditos, caballeros, clérigos y mercaderes.

Debido al contexto urbano de Ginebra y las dificultades implícitas en su reorganización social, industrial y comercial, Calvino tuvo que enfrentarse con necesidades prácticas tales como el capital, el crédito, la banca y las finanzas a gran escala, contactos internacionales y el comercio, así como otras facetas del mundo de los negocios, tales como empleo, seguridad social y salarios.

Por eso, la enseñanza de Calvino parece haber sido dirigida principalmente, aunque no en forma exclusiva, a las clases involucradas en el comercio y la industria. No debe sorprendernos entonces que pronto encontrara adherentes en las grandes

capitales comerciales como Amberes, Londres y Amsterdam, donde las actitudes medievales romanas en el tema de los negocios y el progreso no eran nada atractivas.

Enseñanza de Calvino sobre el capital

Dentro del orden económico existente, Calvino rompió con la tradición ancestral, eclesiástica y aristotélica, que prohibía cobrar intereses en préstamos. Así, se alejó de la vieja tradición griega (proveniente de Aristóteles y tomada por la iglesia por medio de Ambrosio y Crisóstomo), expresada en la regla fundamental: *nummus nummum non parit* (el dinero no puede engendrar dinero).⁸³ Prohibió el cobro excesivo de intereses, y consideró un despropósito cualquier interés en los préstamos a los pobres. Calvino resume su pensamiento en su obra *Las Instituciones* (3.7; 4-7) cuando menciona:

Las Escrituras ... nos advierten que cualquier beneficio que obtenemos del Señor ha sido confiado a nosotros bajo esta condición: que sea aplicado al bien común de la iglesia. Y, por lo tanto, el uso legal de todos los beneficios consiste en el compartirlos liberal y amablemente con otros.⁸⁴

Obviamente, la doctrina de la mayordomía se convirtió en un elemento importante en la interpretación calvinista del capital. Este debía mantenerse y extenderse (a base de un incesante trabajo) para la mayor gloria de Dios. El resultado normal, al

⁸³ Schulze L. F., *Calvin on Interest and Property - Some Aspects of His Economic View*, p. 190.

⁸⁴ Johannes Calvin, Otto Weber, edit., *Institutio Christianae Religionis*, Neukirchen, Verlag der Buchhandlung des Erziehungsvereins Neukirchen Kreis Moers, 1955, pp. 447-52. También citado por Redi W. Stanford, *Jean Calvin: The Father of Capitalism?*, p. 163. Calvino deriva esta importante doctrina de Tito 2.11-14.

combinarse con la frugalidad protestante y una actitud diligente en el trabajo, sería la acumulación de capital. De esta manera, Calvino intentó combatir el sentido de complacencia entre los ricos enseñando que el hombre es sólo mayordomo de los bienes y riquezas que Dios le ha dado. Reducir el esplendor y el consumo irracional del feudalismo sirvió para acumular capital y hacer la posesión de éste más alcanzable para el pueblo. En consecuencia en Ginebra, al igual que en otras capitales europeas, como Amberes y Londres, surgió una nueva generación de grandes mercaderes y hombres de negocios protestantes, reinvertiendo su capital y proveyendo trabajo para aquéllos a su alrededor. Como Graham lo dice: «La propiedad privada es para el bien común de la sociedad».⁸⁵

Esta actitud era un contraste total con el viejo modelo católico, en que los capitalistas se aferraban a sus tierras y posesiones, invirtiendo no para crear ingresos para sus trabajadores, sino para financiar guerras, apoyar a reyes, construir catedrales o promover las artes asegurando así la inmortalidad de sus nombres.⁸⁶

Un éxodo masivo hacia fines de la década de 1560, después de la primera etapa de la diáspora a Ginebra, Zurich o Estrasburgo, provocó que alrededor de cien mil protestantes huyeran de sus países. Se establecieron principalmente en capitales comerciales importantes como Frankfort, Nuremberg, Colonia, Hamburgo y Aachen (en Alemania); Londres, Colchester y Norwich (en Inglaterra); o Leiden y Haarlem (en Holanda). De esta forma, establecieron una red paneuropea de mercaderes calvinistas, guiados por el principio de elección, el nuevo con-

⁸⁵ Graham, p. 73.

⁸⁶ Lachmann, p. 41.

cepto de la ética del trabajo y unidos por la experiencia compartida de su existencia desplazada y minoritaria.

¿Fueron estos nuevos capitalistas y hombres de negocios protestantes los que pusieron las bases para el nuevo desarrollo económico de Occidente?

La ética laboral en la historia

En tiempos antiguos, los griegos despreciaron el trabajo manual viéndolo —junto a los teóricos romanos—, como algo necesario pero que esclaviza, y por ende, de más bajo nivel que la vida intelectual o política del individuo.

En el Antiguo Testamento, el contexto de trabajo es provisto por el mandato cultural en que la humanidad, creada a la imagen de Dios, es llamada a cultivar y guardar el mundo que Dios ha hecho (Gn. 1.26, 28; 9.7), en consecuencia, se pone atención especial al trabajo del hombre (Gn. 4.17, 20-22; 9.20). Dios mismo es descrito como alguien que hace, forma, construye y planta; por lo tanto, alguien que trabaja. Sólo la maldición degrada al trabajo a sudor y esfuerzo (Gn. 3.17-19).

En el Nuevo Testamento, Jesucristo usa parábolas acerca del mundo del trabajo y de esta forma lo contempla de una manera positiva (Lc. 10.7). Pablo condena la holgazanería (2 Ts. 3.6) y exhorta a los cristianos a trabajar (Ef. 4.28). La nueva naturaleza, creada a imagen de Dios, debe trabajar con sus manos (2 Ts. 3.10).

Agustín (354-430) incluyó el trabajo manual como una regla estricta dentro de su comunidad y también alabó a los granjeros, artesanos y hasta a los mercaderes. Benedicto también trajo orden a las vidas de los monjes en la Europa del siglo VI. En su regla hogareña él dice claramente: «La ociosidad es el

enemigo del alma. Por consiguiente, los hermanos deben ocuparse en tiempos establecidos a labores manuales». ⁸⁷ En aquellos días *Ora et labora* (ora y trabaja) era un principio ampliamente practicado y altamente respetado.

Con Tomás de Aquino (1224-1274) ocurrió un cierto cambio: basado en Lucas 10.42, a la *vita contemplativa* (de María) se le dio preferencia sobre la *vita activa* (de Marta). Entonces el trabajo se convirtió en algo moralmente neutral, como el comer o el beber. A partir de entonces, mendigar, contrario a trabajar, era la solución para la vida itinerante de los franciscanos. Así, en el concepto católico del trabajo, encontramos la tendencia a rechazar el significado espiritual del mismo; como resultado, el trabajo se reduce a un mal necesario (la maldición en Gn. 3.17-19) y para los pobres, una forma de penitencia por los pecados. Como hemos visto, no había vocación alguna fuera de la religiosa y por consiguiente ninguna noción de dignidad en el trabajo del individuo.

Calvino y el trabajo

Basándose en el *vocatio Dei* de Lutero, Calvino enseñó (citando Sal. 127.2) que el trabajo no es algo que existe aislado, sino como uno de los dones de Dios. El trabajo fue una señal de comunión y solidaridad de la humanidad bajo Dios.

Ya que el hombre no dependía de la iglesia, el sacerdocio o ningún otro medio para alcanzar la salvación, sino solamente de la soberana elección de Dios, se sitúa como un individuo ante Dios. Por lo tanto, debe «trabajar su elección», es decir, su salvación, en y a través de su llamado (su trabajo diario). De esta forma él puede glorificar a Dios, a la vez que, igualmente

⁸⁷ Helman, pp. 19-20.

importante, tomar plena conciencia de su elección y llamamiento. En este contexto, cada aspecto de su actividad económica o social viene a ser una herramienta *ad majorem gloriam Dei* (para la mayor gloria de Dios); «...hacedlo todo para la gloria de Dios» (1 Co. 10.31).

El «trabajo» se convierte en un medio para perseverar en la fe, la obediencia y el llamado de Dios. La actividad secular o profesional se traduce en la comprobación de la fe. Ya no hay más división entre lo «secular» y lo «sagrado», sino integración. Toda actividad o trabajo del individuo es hecho para Dios, por lo tanto es espiritual. No es la ociosidad y el placer lo que sirve para descubrir la voluntad de Dios y multiplicar su gloria, sino el trabajo activo. Por eso, el mal uso del tiempo es un pecado serio.

Básicamente, esta fue la motivación detrás del individualismo, la laboriosidad y la autodisciplina, características que se constituyeron en la principal fuerza motriz de la «ética protestante del trabajo» y vinieron a determinar el futuro desarrollo e industrialización de los países protestantes.

Los puritanos

Los herederos de la ética protestante de los negocios son los puritanos. Fueron los exponentes más completos de la Reforma inglesa y quisieron terminar el trabajo de reforma iniciado durante los reinados de Enrique III (1509-1547) y Carlos I (1625-1649). Ellos creían que Dios llamaba a la gente a sus vocaciones para hacer así de todas las formas legítimas de trabajo un medio para servirle a Él.

Max Weber sugiere que la influencia del protestantismo o calvinismo de Europa Occidental, tomó la forma de los movimientos pietista, metodista y bautista del siglo XVII. Así, el puritanismo incorporó influencias de movimientos ascéticos

como los independientes, congregacionales, bautistas, menonitas y cuáqueros de Holanda, Alemania e Inglaterra.

Algunos personajes de renombre dentro de esta variada gama del puritanismo, son el reformador holandés y fundador de los menonitas, Menno Simons (1496-1561); los padres puritanos William Ames (1576-1633), William Perkins (1558-1602) y el más prolijo de los teólogos ingleses, Richard Baxter (1615-1691); el primer cuáquero, George Fox (1624-1691); los padres alemanes del pietismo Felipe Jakob Spener (1635-1705) y August Hermann Francke (1663-1727); los fundadores del metodismo, Juan (1703-1791) y Carlos Wesley (1709-1788), y Jorge Whitefield (1714-1770); y el gran evangelista norteamericano Carlos Finney (1792-1875).⁸⁸

Laborare est orare (trabajar es orar). El moralista puritano repite la vieja máxima con una nueva y más intensa significación. El trabajo que idealiza no es simplemente un requerimiento impuesto por la naturaleza, ni un castigo por el pecado de Adán. Es más bien, una disciplina provechosa, impuesta por la voluntad de Dios. No es únicamente un medio económico que debe dejarse de lado cuando las necesidades materiales han sido satisfechas. Tiene una finalidad espiritual, porque en él puede encontrar salud el alma; y debe mantenerse como una obligación ética aún después que ha dejado de ser una necesidad material. El trabajo fiel y disciplinado pasa entonces a ser la obligación del individuo. Por eso no debe sorprendernos que una disciplina piadosa se convirtiera sin duda, en el centro

⁸⁸ Ver los siguientes artículos: Atkinson Noll, M. A., *Puritan Ethics y Pastoral Counselling of Puritans*, pp. 712-714; Brown Dale W., *Quaker Ethics*, p. 715; Kreider, A. F., *Menno Simmons*, p. 585.

del pacto puritano.⁸⁹ La disciplina incluía todo tipo de conducta moral, y el aspecto económico era una parte natural de ésta.

Por añadidura, surgió un fuerte individualismo (tal como lo contempla la ética calvinista del trabajo), característica distintiva del puritanismo que era compatible con el mundo de los negocios.⁹⁰

Como Baxter escribió en su *Directorio Cristiano*: «Entrégate por completo a los asuntos de tu llamamiento, cuando no estés ocupado en el servicio a Dios».⁹¹ Las virtudes impuestas a los cristianos: diligencia, moderación, sobriedad, ahorro; son las cualidades que más conducen al éxito comercial. A un siervo verdaderamente piadoso Baxter recomienda: «hacer todas las cosas en obediencia a Dios, como si Dios mismo lo hubiera contratado»⁹² así, su escrupulosidad en hacer la tarea probará su grado de santidad.

No había ningún peligro espiritual en hacer dinero. Más aún, lejos de ser un peligro en sí, ¡era una actividad positiva que podía y debía hacerse para la mayor gloria de Dios! Para los puritanos, la prosperidad era con frecuencia el resultado de una vida piadosa. Ésta necesariamente implica diligencia y frugalidad puritanas, que invariablemente traerán riquezas. El éxito en los negocios era en sí mismo casi como una señal de gracia espiritual, porque significaba que un hombre había trabajado fielmente en su vocación y que Dios había bendecido

⁸⁹ Tawney, p. 213.

⁹⁰ Tawney, p. 233. Aunque es Tawney el que señala al “individualismo” como quizás la más significativa característica subyacente (heredada y derivada del *ethos* calvinista y puritano) detrás de la industrialización de Occidente, su perspectiva de tal individualismo es básicamente negativa.

⁹¹ Tawney, p. 241.

⁹² Weber, p. 273.

su negocio. Pero para los puritanos, las riquezas no eran para disfrutarlas, sino emplearlas productivamente en los negocios, para incrementar los ingresos y el capital.

¿Fue este enfoque puritano de la vida, la espiritualización de cada aspecto y motivo de su actividad económica lo que impulsó una potente fuerza de trabajo que produjo capital, vertiendo sus torrentes hacia el desarrollo de la Revolución Industrial?

La tesis de Max Weber

Max Weber (1864-1920) une los motivos subyacentes y los resultados que surgen del *vocatio Dei* de Lutero, la ética calvinista del trabajo y el capital y la ética de los negocios de los puritanos bajo el pensamiento de ascetismo intramundano.⁹³ Fue él quien señaló el ahora famoso vínculo entre el surgimiento del protestantismo cristiano y el desarrollo de una nueva forma de organización económica llamada «capitalismo». El cambio de la perspectiva que acompañó al protestantismo cristiano enfatizaba el trabajo esforzado, diligencia, noción de vocación (se podía servir a Dios en el trabajo diario), el arte de ahorrar y el uso prudente de los dones y los recursos (capital). Estos principios contrastaban ampliamente con el ascetismo católico. Weber argumentó que tales características pusieron las bases para los negocios y sus ganancias, y que impulsaron un gran crecimiento en los países donde el catolicismo fue desplazado.

Por ejemplo, Weber nos muestra que el «ascetismo intra-

⁹³ La definición de Weber: «La ejecución de un cierto estilo de vida metódico y racional [del monasterio al mundo] y la abstención de cualquier lujo y satisfacción personal de consumición irracional». Ver Weber, pp. 347, 369.

mundano» de los cuáqueros jugó un papel muy importante en Inglaterra y los Estados Unidos, así como el de los menonitas en Alemania y Holanda. Los estados norteamericanos fueron fundados predominantemente por puritanos (predicadores, comerciantes y granjeros) que emigraron por motivos religiosos. En contraste, los estados sureños, fundados por capitalistas por razones puramente comerciales, estaban más atrasados y menos desarrollados que los del norte.

Federico Guillermo I permitió a los menonitas quedarse en Prusia del Este para así evitar las obligaciones militares, porque le fueron necesarios para que la industria local sobreviviera. Respecto a Holanda, Weber menciona a sir William Petty, quien declaró que el poderío holandés del siglo XVII llegó a través de los calvinistas y bautistas que contemplaron el trabajo y la diligencia como su obligación hacia Dios.⁹⁴ En Francia, entre los hugonotes protestantes, Weber descubre un número considerable de convertidos en la clase de los comerciantes y mercaderes.⁹⁵ Hasta los españoles católicos tenían un dicho: «la herejía (de los calvinistas holandeses) promueve el espíritu de los negocios».⁹⁶ Tawney informa que la mayoría de los líderes políticos y altos cargos económicos que convirtieron a Londres en el centro financiero mundial de los siglos XVIII y XIX eran puritanos devotos, inspirados por el ejemplo y el ca-

⁹⁴ Weber, p. 186, y Lachmann Werner, *Wirtschaft und Ethik*, Neuhau-
sen, Hänssler, 1987, p. 165.

⁹⁵ Weber, p. 36.

⁹⁶ Weber, p. 36.

pital de los holandeses protestantes.⁹⁷ Se sabe que el famoso Barclay's Bank fue fundado por la reconocida familia cuáquera del mismo nombre.

El profesor de ciencias económicas, Werner Lachmann, escribe en uno de sus libros más recientes⁹⁸ que el investigador austríaco Millendorfer realizó un estudio estadístico de la relación entre la religión y el desarrollo económico. Llegó a la misma conclusión que Weber: «Los mapas religiosos están directamente relacionados a la prosperidad económica. Normalmente, los países protestantes son más prósperos que las regiones que no fueron influenciadas por la Reforma».⁹⁹ Hasta Lachman menciona que fue de mucha ayuda para el desarrollo económico del norte protestante, que España, Portugal e Italia expulsaran a los judíos de sus países. Menciona los ejemplos de Norteamérica y Sudamérica. Al tiempo del descubrimiento hispano-portugués, ésta tenía ventajas considerables sobre Norteamérica en riquezas, recursos naturales y poderosos conquistadores. Pero, obviamente, el norte avanzó muchísimo más que el sur en los aspectos económico y social. Al norte se le dio el carácter peculiar anglosajón, protestante y de cultura puritana; al sur se lo identificó con la cultura católica.

El intento de Weber para probar que el capitalismo moderno surgió de la ética calvinista puritana del trabajo, no debe darse enteramente por sentado. Desde los inicios de este siglo, se ha creado una controversia considerable y cientos de libros y artículos han sido escritos en muchos idiomas para, ya sea

⁹⁷ Ver Tawney, pp. 250-51, y sus notas al pie N° 99 y 319, donde los inversionistas holandeses son nombrados específicamente, incluidas las sumas de sus inversiones.

⁹⁸ Lachmann, p. 163.

⁹⁹ Lachmann, p. 161.

apoyar tal tesis o demostrar sus debilidades.¹⁰⁰ Sin embargo, el propósito de este libro no es analizar las consecuencias. Es suficiente con señalar el impacto que el Evangelio ha hecho, y que aún puede tener, sobre la sociedad, en todas sus estructuras sociales y hasta en los negocios. Cuando una delegación norteamericana de líderes evangélicos visitó la Unión Soviética, justo unos días antes de su colapso, al entrevistarse con personas tales como Mikhael Gorvachov, presidente; Konstantin Lubenchenko, jefe del Soviet Supremo y el general Nikolai Stolyarov, subdirector de personal de la KGB, todos ellos confesaron que la causa de fondo detrás de la caída del imperio no fue política, ni social, ni económica, sino espiritual.¹⁰¹ ¡En cierta forma confirmaron la tesis de Max Weber! Culturas y

¹⁰⁰ *Die Anfänge des Modernen Kapitalismus*, München, 1916. Dos ejemplos de historiadores con enfoque marxista como Dubbs, Maurice, *Studies in the Development of Capitalism*, London, 1946; y Walker, P. C. Gordon, *Capitalism and Reformation* en *Economic History Review*, VIII, London, 1937. A pesar que Engels sugirió que el *ethos* capitalista finalmente determinó la naturaleza y el desarrollo de las creencias calvinistas. Los nuevos capitalistas apelaron a las creencias calvinistas para así justificar sus actividades, las que a la vez reforzaron su conducta económica. Ver: Marshall, Gordon, *Presbyteries and Profits*, Edimburgo, Edinburgh University Press, 1972, pp. 254-55. Otros, como Bieler, André, *La Pensée Économique et Sociale de Calvin*, Geneva, 1959; o Fanfani, Amintore, en *Catholicism, Protestantism and Capitalism*, London, 1935. Probablemente una de las mejores críticas es la de Hudson, Winthrop, «The Weber Thesis Examined» en *Church History*, London, 1961. La lista podría continuar pero con esto es suficiente.

¹⁰¹ Philip Yancey describe su experiencia de primera mano como parte de esta delegación en su libro *Praying with the KGB* (un informe sorprendente), Portland, Multnomah Press, 1992. Oficiales de gobierno y ciudadanos civiles, juntos, afirmaron que en términos generales la verdadera crisis de su nación fue moral y espiritual (p. 12). Yancey cita al General Stolyarov,

sociedades no reformadas, o sociedades que no han sido afectadas por el Evangelio, están condenadas al fracaso político, social y económico.

El resumen de S. Dex en el *Nuevo diccionario de ética cristiana y teología pastoral*, puede transcribirse a manera de conclusión:

Sin embargo, en general, hay un consenso que el cristianismo protestante contribuyó al gran crecimiento económico bajo el capitalismo en los siglos posteriores.¹⁰²

Este breve viaje a través del desarrollo histórico y teológico de la ética del comercio y los negocios, sirve para ayudarnos a preparar el capítulo final, que analizará la validez del comercio y los negocios como vehículo para las misiones modernas. Intentará llegar a conclusiones, proponer aplicaciones, indicar precauciones y ofrecer principios y recomendaciones.

que dijo: «No puede haber Perestroika separada del arrepentimiento [...] Hemos quebrantado los diez mandamientos, y por eso pagamos hoy» (p. 33). El presidente Gorbachov admitió: «Estamos en una crisis espiritual [...] necesitaremos una reforma profunda y sistemática [...] Valoro la solidaridad con la religión» (p. 65). Un economista del gobierno también dijo: «La peor crisis estos días es la moralidad. La ideología, que era una religión para nosotros, ha sido aplastada. Y no hay Cristo para repararla» (p. 72). El editor jefe del diario Pravda (el periódico oficial del gobierno soviético y su órgano de propaganda) agregó: «Los valores cristianos podrían ser lo único que puede evitar el desmoronamiento de nuestro país» (p. 73).

¹⁰² Dex S., «Capitalism» en *Atkinson*, p. 213.

5

Poder empresarial: ¿válido para hoy?

CUANDO CONSIDERAMOS A los mercaderes cristianos, comerciantes y hombres de negocios descritos en los capítulos dos y tres¹⁰³, y los vemos a través del marco teológico y ético desarrollado en el capítulo cuatro, nos parece que ciertamente hay respuestas a preguntas concretas: ¿cómo lo lograron?, ¿cómo pudieron extender la fe cristiana?, ¿cómo

¹⁰³ De la época de los moravos y la Misión de Basilea en adelante, existe mucho material escrito como evidencia de los principios presentados en este capítulo. Podríamos extraer estos mismos principios de la Biblia en referencia a las prácticas cristianas desde la época de la iglesia primitiva hasta el período posapostólico (siglos I al III). Sin embargo, como hay muy poco material disponible de la Edad Media (500-1500), este período ha sido eludido para evitar entrar en especulaciones, aunque se podría asumir que los mismos principios cristianos fueron puestos en práctica.

podieron mantener un estilo de vida integral e influir en el mundo corrupto que los rodeaba?

¿Sus respuestas son relevantes para hoy? ¿Hay principios que podrían aplicarse a nuestro mundo contemporáneo, secularizado y pluralista? ¿Y qué acerca de la naturaleza global, multicultural y sincretista del mundo de los negocios hoy día? ¿Podrían ser estos principios relevantes todavía?

Este capítulo presenta diez características y principios derivados de los ejemplos históricos y casos de estudio mencionados anteriormente. Los vemos permanecer a lo largo de los siglos, prevaleciendo como una cuerda que atraviesa el tiempo. Por esta causa, son altamente recomendables para los empresarios cristianos contemporáneos que quieren que sus negocios sean instrumentos para el avance del reino de Dios en los países de acceso restringido.

**Primer desafío:
una concepción espiritual de los negocios,
donde no hay separación entre lo secular y lo sagrado**

En 1732 a los primeros misioneros moravos les siguieron rápidamente otros que buscaron autosostenerse por medio de ocupaciones seculares, aunque es dudoso que un buen moravo, especialmente en aquellos días, considerara alguna cosa en el mundo como secular. Danker expone lo siguiente:

El poder del cristianismo debe llenar todas las áreas de la vida, y éstas nunca deben oponerse. El propósito de los misioneros moravos era el dirigir al individuo cristiano a la santificación en todas las áreas

de su vida. Por lo tanto, no era nada raro para ellos ser misioneros y empresarios a la vez.¹⁰⁴

En 1848 esta visión unificada permitió al administrador de la misión morava quitar la diferencia entre mercader y misionero al ingresar en el registro de los «dependientes jurados» como gerente autorizado de una empresa comercial en Surinam.

De la misma forma, la Misión de Basilea hace un esfuerzo para enfatizar la naturaleza misionera de su tarea junto a los aspectos mercantiles e industriales, así como su rechazo a señalar alguna distinción no bíblica entre lo secular y lo sagrado, lo material y lo espiritual. La administración de Basilea persistió en este rechazo, haciendo énfasis en que una persona espiritual está llena con el Espíritu de Dios en cualquier área del trabajo, el cual también es don de Dios.¹⁰⁵ La conexión entre negocio y misión era sumamente importante para la comisión industrial. No había diferencia entre la predicación del Evangelio y los negocios: esto era un hecho demostrado históricamente. El impacto de la vida cristiana debe ser integral: abarcará todas las áreas de la vida, incluidos los negocios.

En una investigación realizada a más de cuatrocientos hacedores de tiendas, Don Hamilton encontró funcionando este mismo principio como una gran verdad.¹⁰⁶ Toda nuestra vida

¹⁰⁴ Danker, p. 74.

¹⁰⁵ Danker, p. 131.

¹⁰⁶ Hamilton Don (*Tentmakers Speak*, Ventura, Regal Books, 1987) escribe sobre el problema de los occidentales de separar «la jornada laboral», tiempo dedicado a nuestro empleador y para ganar dinero, como un tiempo que tiene muy poco o nada que ver con ministerio. Pensamos en tar-

es del Señor;¹⁰⁷ somos cristianos y Dios puede usarlos cualquiera sea nuestra ocupación.¹⁰⁸ Como dijo un hacedor de tiendas: «Mi trabajo no es incompatible con un ministerio significativo. Me di cuenta que mi trabajo secular era mi ministerio. No existe tal cosa como un cristiano a medio tiempo».¹⁰⁹

Es interesante que la cosmovisión islámica también contiene este concepto integral, que incorpora cada aspecto de la vida, incluido el trabajo. A través de la confesión de la unidad de Alá (*tauhid*)¹¹⁰ cada aspecto de la actividad humana se convierte en adoración a Dios. El verdadero musulmán, persona

des y fines de semana como tiempos para la familia, recreación, adoración y ministerio. La Biblia no hace distinción entre lo secular y lo sagrado. Ver pp. 66-67.

¹⁰⁷ Cuando Dios creó el universo, Él dijo que «era bueno en gran manera» (Gn. 1.31). Nuestros cuerpos son parte de este universo material creado y nuestro sustento depende de Él. Así que este universo increíble es la provisión de Dios para el hombre. Como tal, no es ni malo ni inferior. Se espera que lo redediquemos a Él con gratitud, en todo lo que hacemos. Hay un sentido en el que Dios quiso que toda la creación fuese sagrada, y toda la vida, aun los negocios. Ver también: *Values in the Marketplace*, por Lykins Jay, Fullerton, R. C. Law & Co., Inc., 1991, pp. 50-51.

¹⁰⁸ Mientras sea una ocupación que no se oponga a los valores cristianos; un vendedor de droga obviamente no puede ser considerado como alguien que practica una profesión digna.

¹⁰⁹ Hamilton, pp. 66-67.

¹¹⁰ Ver *Lutherisches Kirchenamt*, «Was jeder vom Islam wissen muss», Gütersloh, Gütersloher Verlagshaus Gerd Mohn, 1990. En la p. 103, dentro del contexto del sistema económico islámico explican el «tauhid», la unidad islámica total de todos los aspectos de la vida con Alá.

sometida a Dios, se considera un representante de Dios aquí en la tierra y vive completamente a su servicio.¹¹¹

Otro ejemplo es el de los mampursi, una tribu animista de Ghana. Un misionero que trabaja allí mencionó que ellos no hacen ninguna distinción entre sus cuerpos y almas. En otras palabras, no hay nada espiritual o material; todo es lo mismo.¹¹²

Por lo tanto, es muy bueno ver a empresas cristianas contemporáneas como TA realizando negocios con éxito dentro de su visión misionera. Se han dado cuenta que la misión no es sólo el trabajo de la agencia, sino todo lo que los empresarios cristianos hacen, mientras ello promueva el establecimiento del reino de Dios.¹¹³

Estos hombres de negocios entienden su llamado como proveniente de Dios, con la meta de servirle y glorificarle; para ellos no hay diferencia entre lo secular y lo sagrado. La totali-

¹¹¹ Klöcker Michel y Tworuschka Udo, edit., «Ethik der Religionen-Lehre und Leben», *Arbeit*, vol. 2, München, Kf6sel-Verlag GmbH & Co., 1985; *Islam*, por Tworuschka, Monika, pp. 67-68. Tworuschka también cita un texto escolar sirio (p. 81), donde está escrito: «El trabajo es adoración a Dios»: todo tipo de trabajo [espiritual, agrícola, industrial o comercial] dentro del Islam es visto como adoración a Dios, mientras sus intenciones sean honestas. El profeta [Mahoma] dijo: «Las obras serán valoradas sólo por sus intenciones, y cada persona por sus motivaciones».

¹¹² Steyne Philip M., *God's of Power*, Houston, Touch Publ. Inc., 1990, p. 37. Steyne dice que la perspectiva mundial animista es espiritual en esencia, en lugar de material y que cualquier distinción entre lo religioso y lo secular es insignificante.

¹¹³ Notas escritas distribuidas en la primera Conferencia de TIE (Tentmaker International Exchange) que tuvo lugar en Asia en 1995. Por razones de seguridad, no hemos incluido las fechas y el lugar exactos. El exponente es conocido personalmente por el autor.

dad de su proyecto es espiritual, ya que son llamados a trabajar para su gloria, una meta que nos recuerda las palabras del teólogo inglés Michael Griffiths, quien llama a sus lectores a «romper con la distinción no bíblica entre profesionales religiosos y laicos».¹¹⁴

En toda la cristiandad, se percibe la necesidad urgente de una segunda Reforma: redescubrir el *vocatio Dei* de Lutero en el mundo de los negocios y sus profesionales ¡y el *ad majorem Gloriam Dei* de Calvino en cada actividad comercial! «Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor [...] porque a Cristo el Señor servís» (Col. 3.23-24).

Con esta visión, miles de hombres de negocios cristianos pueden empezar a descubrir que ellos mismos son valiosísimos agentes de cambio, llamados por Dios para afectar de una manera duradera el ámbito de su actividad. ¡Poner en práctica una realidad como ésta puede cambiar el mundo!

Segundo desafío: disciplina y diligencia

Ya sea que estudiemos a un mercader moravo del siglo XVIII o a un *misionante* de Basilea del siglo siguiente, podremos notar su habilidad para «ser un ejemplo de diligencia cristiana».¹¹⁵ Imbuídos de una clara actitud espiritual, fueron personas que buscaron su puesto no sólo por el dinero o los beneficios superficiales involucrados, sino por darse en servicio para el crecimiento moral y cristiano de la población local, en la esperanza que los no creyentes adoptaran en todos los aspectos, las prácticas y disciplina cristianas.

¹¹⁴ Griffiths Michael, *Tinker, Tailor, Missionary?*, Leicester, Inter-Varsity Press, 1992, p. 63.

¹¹⁵ Danker, p. 102.

Esto parece reflejar la típica ética de trabajo protestante puritana heredada de los siglos anteriores. Su comportamiento fue el siguiente: «En lo que requiere diligencia, no perezosos; fervientes en espíritu, sirviendo al Señor» (Ro. 12.11). Eran solícitos (Pr. 22.29), sensatos en su enfoque respecto a su llamado y muy autodisciplinados. La Biblia invita a todos a trabajar duro y evitar la holgazanería (1 Ts. 4.11; 2 Ts. 3.7). Proverbios exhorta a los hombres a adquirir una vida disciplinada y prudente (1.3).

Disciplina y diligencia juntas permiten al obrero ser escuchado.¹¹⁶ Estos valores generan, además, un más alto nivel de moralidad, que es siempre la consecuencia del poder motivador de principios religiosos subyacentes. Los frutos pueden ser palpados en beneficios materiales, ya que Dios bendice el trabajo diligente con buenos resultados (tenemos un ejemplo en la mujer virtuosa de Proverbios 31). Por otra parte, también puede conducir al juicio moral de una sociedad corrupta. La gente empieza a darse cuenta que un empleado irresponsable que llega tarde, pierde tiempo en pequeñas charlas, desatiende su trabajo, se toma largos descansos o distracciones, es un ladrón, culpable de pecado contra Dios, su verdadero Jefe (ver 2 Ts. 3.11-12).

Los empresarios cristianos disciplinados y diligentes en su trabajo, pueden todavía ser de gran impacto en la sociedad o en

¹¹⁶ Hamilton, p. 67. Donde una enfermera trabajadora puede llegar hasta las sesenta o setenta horas de trabajo exhaustivo por semana. Un día sus colegas le preguntaron cómo lograba realizar este trabajo. «Jesús me ayuda», contestó. «¿Jesús? —preguntaron— ¿Qué es eso?» De repente se dio cuenta que a través de su empleo y su arduo trabajo, se le presentaba la oportunidad única para compartir abiertamente su fe en Jesucristo.

las culturas contemporáneas donde estas virtudes no se promueven bajo ninguna motivación religiosa subyacente.

Tercer desafío: honestidad

Los Hermanos moravos «eran siempre rigurosamente correctos en asuntos de dinero; y por esta razón, los tenían en alta estima como hombres de negocio desde el principio».¹¹⁷ Esto era bien conocido en Surinam, donde los negociantes moravos se destacaron como honestos y libres de las típicas sospechas respecto a los mercaderes. Se les conocía por detalles como cuando los moravos, conscientes de que necesitaban una licencia especial del gobierno, y aún sabiendo que nadie se molestaba en conseguirla, fueron al gobernador y la obtuvieron.

Un ejemplo típico de principios honestos en los negocios es la compañía de Abraham Dürninger, que había regulado exactamente los beneficios que sus representantes debían ganar. Si se descubrían diferencias, se corregían inmediatamente. De esta forma, hace más de doscientos cincuenta años, en una amplia diversidad de lugares (Danker hace referencia también a los negocios de los moravos en Groenlandia), éstos presentaron a los comerciantes y a la población, métodos de negocios honestos e inspiraron a sus competidores con su ejemplo, para que hubiera un trato más justo hacia la población.¹¹⁸

De igual forma, el primer misionero comerciante de la Misión de Basilea enviado a Mangalore, India, en 1853, fue un ejemplo brillante de honestidad cristiana. Se le conoció por ser hombre de «una palabra»; un niño podía comprar por exacta-

¹¹⁷ Helman, p. 34.

¹¹⁸ Danker, p. 46.

mente el mismo precio que una mujer adulta. Por muchos años el gobierno de Madrás confió la impresión de sus investigaciones a los misioneros impresores, con la seguridad que sus secretos nunca trascenderían, como normalmente sucedía, cuando el trabajo se daba a los impresores locales.

Pusieron en práctica el principio bíblico descrito en Levítico 19.36: «Balanzas justas, pesas justas y medidas justas tendréis». A través de tal honestidad, estos misioneros comerciantes y hombres de negocio marcaron las pautas para operaciones comerciales en su zona. Sólo predicar no hubiera tenido éxito de cara a las prácticas comerciales corruptas y sin escrúpulos.¹¹⁹ Uno de los padres de los hacedores de tiendas modernos, Christy Wilson,¹²⁰ escribió que en una sociedad corrupta, el hecho que no se cobre soborno puede ser un testimonio poderoso de honestidad cristiana, ¡que tanto se necesita en todo el mundo!¹²¹

Actualmente la corrupción también ha invadido nuestra cultura occidental. Los antiguos valores protestantes de honestidad e integridad ya no son la característica principal de políticos o líderes de los negocios en nuestra era posmoderna¹²² y menos aún en otras partes del mundo. Aún así, la honestidad de TA es reconocida ampliamente en el país asiático en que la-

¹¹⁹ Más adelante, el factor de la corrupción será tratado con mayor amplitud. De momento sólo cabe mencionar que el contexto en el que estos misioneros trabajaban (Surinam, Costa de Oro, India), eran, con mucha probabilidad, altamente corruptos.

¹²⁰ Su libro *Today's Tentmakers* fue el primer trabajo intensivo en el tema, publicado en 1979. Christy Wilson también dirigió el subcomité de Hacedores de Tiendas del Comité de Lausana.

¹²¹ Wilson, p. 115.

¹²² 1996 pertenece a la era posmoderna o un contexto caracterizado

bora y ha alcanzado gran reconocimiento en una sociedad plagada de corrupción.¹²³

Vivir y hacer negocios honestamente en un ambiente tan oscuro no será fácil, pero Dios promete su bendición y ayuda para aquéllos que actúan justamente. «Pesa exacta y justa tendrás; efa cabal y justo tendrás, para que tus días sean prolongados sobre la tierra que Jehová tu Dios te da» (Dt. 25.15); o «El que camina en integridad anda confiado; mas el que pervierte sus caminos será quebrantado» (Pr. 10.9; 28.18).

Los empresarios cristianos que demuestran honestidad en su trato tendrán un testimonio impactante y visible, gracias al poder de su buen ejemplo.

Cuarto desafío: precios fijos y justos

La empresa Moravian Dürninger & Co. (fundada en 1747) fue quizás la primera compañía en Europa que trabajó con precios fijos. La especulación a expensas del cliente no era una práctica de estos mercaderes rectos, aunque no por esto dejaban de ser competitivos.¹²⁴ De la misma forma, los mercaderes de Basilea en la India vendieron sus productos a precios fijos, su

por el consumismo, las comunicaciones, la globalización, opciones múltiples, negación de la verdad y el pluralismo o la permisividad. Ya no estamos viviendo ni en tiempos poscristianos. Veamos las noticias diarias, por ejemplo, hasta en los países protestantes por tradición como Suiza u Holanda, asuntos de corrupción son mucho más comunes que hace 20 ó 50 años. Ver también Lyon, D. A., «Modernity and Postmodernity», en *Atkinson*, pp. 597-99.

¹²³ Notas escritas dadas en la conferencia TIE en marzo de 1995. La compañía ganó premios oficiales hasta del gobierno.

¹²⁴ Helman, p. 57.

negocio de imprenta en Mangalore mantuvo precios justos y fue todo un éxito.¹²⁵

A los moravos se les prohibía estrictamente hacer ventas a crédito, en cambio ellos debían atraer a los clientes por sus bajos precios. De tanto en tanto, les eran enviados una diversidad de artículos tales como vajillas y ropas, que les permitía servir a sus clientes de la mejor y más económica forma posible. No tenían apetencias de enriquecerse a expensas de la población, como otros lo hacían.

Dios quiere que el cristiano obre en cada aspecto de su vida, y en particular, en su vida de negocios, con «justicia, juicio y equidad» (Pr. 1.3).

Precios fijos y justos tienen que resaltar en un contexto de corrupción y avaricia. No hay duda que el negocio cristiano debe ser rentable, y las Escrituras promueven favorablemente la búsqueda de las ganancias honestas (ver Pr. 3.9-10; 14.23; 21.5 y Ecl. 1.6). Sin embargo esto no incluye el uso de tácticas avaras o deshonestas (Pr. 20.10; Lc. 12.16-21), tales como incrementar los precios al máximo para exprimir los beneficios del consumidor,¹²⁶ ¡en absoluto contraste con la práctica actual de la maximización de las ganancias!¹²⁷

De esta forma, ofrecer precios claramente fijos y justos y

¹²⁵ Schlatter, vol. 2, pp. 157-158. También Weber, pp. 279-298, recoge en su escrito *Die Protestantischen Sekten und der Geist des Kapitalismus*, que especialmente en el siglo XVII, «los niños del mundo» solamente iban a los bautistas y a los cuáqueros para comprar, ya que éstos eran los únicos que tenían precios fijos. No confiaban en sus «semejantes mundanos».

¹²⁶ Como es práctica de hoy en día. Ver también Elzinga K. G., «Profit», en *Atkinson*, pp. 693-694.

¹²⁷ Hay Donald A., *Economics Today*, Leicester, Apollos, 1989. Ver el contexto en el capítulo 5, pp. 299-303, donde escribe acerca de la economía

mantener principios económicos correctos serán una característica fundamental del negocio cristiano. Otro efecto colateral, señalado por Danker, es el beneficio que los habitantes locales recibirían de tales negocios justos.¹²⁸ Especialmente hoy día, tales actitudes podrían impactar nuestra sociedad y demostrar los altos valores y la bondad divina a los proveedores y consumidores en todo el mundo, lo que, una vez más, produciría un testimonio impactante para el reino de Dios.¹²⁹

Quinto desafío: la calidad como marca distintiva

Otra característica positiva y visible dentro de una sociedad corrupta es el énfasis en ofrecer y mantener «buena calidad» en el trabajo y los productos. Desde los comienzos, este fue uno de los principios operativos de los moravos. Naturalmente, el personal de Herrnhuter era respetado por la gente porque tenían la reputación de vender mercancía de buena calidad.¹³⁰ El empresario moravo *par excellence*, Abraham Dürninger, estaba en contacto constante con el superintendente de la corte de Sajonia, donde se hizo famoso por la calidad de sus productos. De igual forma, el gerente de una plantación alemana en

de mercado y la maximización de las ganancias de nuestros tiempos. Esto último significa que el margen entre el precio de costo fijo de un producto y su precio final de venta es empujado más y más hasta el máximo. Ver también: Haan Rolf, *The Economics of Honour*, Geneva, World Council of Churches Publications, 1988. Aquí Haan muestra al lector la naturaleza y origen de la injusticia económica y cómo la perspectiva bíblica puede humanizar la economía.

¹²⁸ Danker, p. 140.

¹²⁹ Otras lecturas para hombres y mujeres cristianos de negocios son: *Oxford Declaration of Christian Faith and Economics*, 1990.

¹³⁰ Helman, p. 127.

Berbice¹³¹ escuchó de la buena calidad de las fábricas de Herrnhuter y debido a esto empezó a hacer sus pedidos a ellos.

Así mismo, la imprenta de la Misión de Basilea en Mangalore, India, fue oficialmente nombrada por el correo de Madrás (1873) como «la mejor calidad de trabajo en toda la región de Madrás». ¹³² Este honroso reconocimiento fue en gran medida el resultado de una producción de primera clase.

Es interesante notar que los productos o servicios hechos por manos diligentes y disciplinadas son reconocidos inmediatamente por la gran mayoría. Por ejemplo, el trabajo de la mujer virtuosa (vv. 13, 19) y sus frutos (vv. 22-24) en Proverbios 31 fueron reconocidos públicamente. «Su marido es conocido en las puertas» (v. 23); y «alábenla en las puertas sus hechos» (v. 31b). La calidad parece ser otra característica distintiva de la ética cristiana de los negocios. ¿No debería ser ésta una consecuencia obvia de la ética protestante del trabajo?

Sus productos y mercancías bien manufacturados dieron a los misioneros de Basilea la oportunidad de demostrar a otros la calidad de su servicio e integridad. Y el gozo que ellos encontraron en su labor productiva, en su mejor expresión, se derivaba no de la ética griega o romana, sino de los dones expresados en el Nuevo Testamento.

Con razón, aún en nuestros días, el Dr. Jay Likins enfatiza la importancia de la calidad del producto como un factor crítico para alcanzar el éxito, en sus seminarios para hacedores de tiendas. ¹³³

¿No glorifica a Dios mantener una tradición caracterizada

¹³¹ Pequeña isla del Caribe al norte de Surinam.

¹³² Danker, p. 86.

¹³³ Material del seminario de capacitación en los negocios *Values in*

por productos de calidad, demostrando al mundo entero algo acerca del carácter de Dios, quien hizo todo bueno en gran manera (Gn. 1.31) y para su gloria (1 Co. 10.31)?

Sexto desafío: profesionalismo altamente calificado

Uno de los más famosos pioneros alemanes que trabajó con la Misión de Basilea en la Costa de Oro, Elias Schrenk (1831-1913), escribió que los talleres de carpintería y de cerrajería de ese lugar, producían excelencia. Allí capacitaron a muchos creyentes nativos que se hicieron famosos a lo largo de toda la costa occidental, desde Sierra Leona hasta Fernando Poo. Las corporaciones comerciales cristianas llegaron a ser de gran importancia para la estructura social.¹³⁴

Danker señala correctamente la visión de la compañía comercial de Basilea de preparar a los misioneros como «cristianos de alta capacitación, que den testimonio en el mercado».¹³⁵

Los comerciantes y artesanos moravos también eran bien conocidos por su destreza en sus tareas. Al ir desarrollando esta habilidad llegaron a ser maestros artesanos y alcanzaron niveles más altos que lo que inicialmente aspiraban.¹³⁶ Esto, por supuesto, dio a su testimonio cristiano mucha más credibilidad.

Una excelente habilidad profesional es esencial para un mi-

the Marketplace de Global Reach, Jay Likins, Consultoría en los negocios, en posesión del autor. Ver también su libro *Values in the Marketplace*, Fullerton, R. C. Law & Co., Inc., 1991.

¹³⁴ Schrenk, p. 68.

¹³⁵ Danker, p. 121.

¹³⁶ Danker, p. 37 y Helman, p. 100. A través de esto, hasta alcanzaron un nivel más alto, especialmente cuando llegaron a ser semi-instruidos, ya que las colonias eran generalmente deficientes en trabajadores hábiles.

nisterio efectivo, porque nos da el derecho de ser escuchados. El informe de Hamilton contiene los siguientes puntos:

Ser bueno en tu trabajo es en sí mismo un testimonio, y con frecuencia te lleva a mayores oportunidades de compartir de Cristo. Si quieres ganarte el respeto, es importante que hagas bien tu trabajo y ser reconocido como competente por otros.

Conocí a varios que no estaban comprometidos a ser buenos profesionales. Pensaron que sus trabajos eran solamente una forma de entrada para así continuar con su «verdadero negocio»: ser testigos de Cristo. Pero, debido a su trabajo tan inadecuado e incompetente, su testimonio cristiano era paupérrimo.¹³⁷

Con razón en el libro *Trabajando tu llamado a las naciones*¹³⁸ Don Hamilton lo expresa muy claro: «La credibilidad de un profesional cristiano estará directamente relacionada a su desempeño en el trabajo que le ha sido asignado». Algunas páginas más adelante, en este mismo compendio, David Tai-Woong Lee enfatiza el mismo punto escribiendo:

Existen dos áreas a considerar. La primera de ellas es alcanzar la excelencia en tu propia especialidad. A mayor nivel de éxito en tu trabajo, mayor probabilidad de obtener respeto genuino y aceptación.¹³⁹

Esta es la razón por la que CCRL enfatiza la importancia de te-

¹³⁷ Hamilton, pp. 69-75, donde encontramos algunos ejemplos prácticos.

¹³⁸ Lewis Jonatan, edit., *Trabajando tu llamado a las naciones*, Unilit, Estados Unidos, 1995, 206 pp..

¹³⁹ Lewis, cap. 3.

ner profesionales altamente calificados entre su personal.¹⁴⁰ ¡Yamamori llama al misionero profesional cristiano un especialista en todo el sentido de la palabra!¹⁴¹

Séptimo desafío: evangelismo y discipulado fervientes

El primer misionero comerciante, Ludwing Rottmann, enviado a la Costa de Oro africana en 1854 por la Misión de Basilea, estaba altamente motivado para proclamar el Evangelio a los perdidos que estaban hundidos en la mayor de las miserias tanto físicas como espirituales. Su padre escribió acerca de él: «simplemente no podía quedarse en casa». El mercader Elias Schrenk fue igualmente consumido por el deseo de traer gente a los pies de Cristo. Él escribió: «En mi corazón había un deseo profundo de predicar el Evangelio».¹⁴² En su tarea misionera, esta gente puso énfasis en ayudar a los recién convertidos a aprender acerca de la vida cristiana haciendo, así como Jesucristo lo hizo con sus discípulos.

Cuando el primer misionero artesano moravo Leonhard Dober y el carpintero David Nitschmann dejaron Herrnhut en 1732, este último estaba tan lleno de celo por evangelizar a los perdidos que hizo a un lado la necesidad de estar con su esposa e hijos y nada pudo detenerlo para salir rumbo a Santo To-

¹⁴⁰ Todo el material está en posesión del autor.

¹⁴¹ Yamamori Tetsunao, *God's New Envoys*, Portland, Multnomah-Press, 1987, p. 57.

¹⁴² Schrenk S., *Elias Schrenk (Ein Leben im Kampf um Gott)*, Stuttgart, Evang. Missionsverlag GmbH, 1936, p. 70. «In meinen Herzen war eine grosse Last, das Evangelium zu predigen».

más.¹⁴³ Los otros misioneros fueron, de manera similar, comerciantes y artesanos motivados que no tenían preparación alguna como teólogos sino como evangelistas. Se esperaba que trabajasen al lado de sus discípulos potenciales, testificando de su fe a través de las palabras habladas y del ejemplo de sus vidas. Así, la evangelización, el trabajo hombro a hombro y la conducta de una vida transparente, se convirtieron en un propósito importante, junto con la adquisición de una habilidad artesanal primero, y habilidades comerciales y administrativas después. Aquí también, el proceso de discipulado era «aprender haciendo».

En el libro *Trabajando tu llamado a las naciones*, tanto Hamilton como Lee señalan el mismo punto, que Jim Chew se toma todo un capítulo para demostrar: un cristiano profesional «que quiere estar en la primera línea de batalla de Dios contra el pecado», debe tener la carga y la capacitación para la evangelización.¹⁴⁴ Ruth Siemens¹⁴⁵ en su hoja de datos H-1 del libro *The Tentmaker's Preparation* define el punto claramente:

La motivación principal de un hacedor de tiendas es la misión. Su

¹⁴³ Hirsell, p. 171. Por lo menos coinciden que Nitschmann, una vez que llegó a Santo Tomás, se quedó por poco tiempo y después fue el primero en volver a Herrnhut.

¹⁴⁴ Lewis, «Dos destrezas básicas», cap. 8. Chew hace énfasis en dos principales habilidades del hacedor de tiendas: evangelismo y discipulado, especialmente necesarios en países de acceso restringido, oficialmente cerrados a la predicación abierta del Evangelio y en donde las reuniones públicas cristianas son prohibidas.

¹⁴⁵ Ruth Siemens, fundadora y directora de Global Opportunities, una de las primeras organizaciones que investigan e informan al profesional cristiano de las oportunidades como hacedores de tiendas en todo el mundo.

más alta prioridad es la evangelización. Jesucristo reclama un compromiso total de todo lo que somos y tenemos bajo su señorío.¹⁴⁶

Una vez más vemos que es posible ser un profesional calificado y a la vez mantener el deseo ardiente de llevar las Buenas Nuevas a los perdidos, evangelizando a través de nuestra predicación, enseñanza y vivencia dentro del contexto de nuestro propio trabajo. La Gran Comisión de «Id y haced discípulos a todas las naciones» (Mt. 28.19) es válida para todos los cristianos, no sólo para evangelistas profesionales y misioneros de tiempo completo. ¿No sería el mundo diferente si todos los hombres de negocio, comerciantes y artesanos cristianos obedecieran este mandato en su ámbito comercial y aprovecharan cada oportunidad para compartir el Evangelio?

Octavo desafío: solidaridad social

La actitud típica de un mercader protestante o «capitalista» era su disposición para usar su capital y posesiones para el beneficio común de los pobres y los refugiados.¹⁴⁷

Tawney también encuentra «una profunda conciencia de solidaridad social» como un aspecto noble del espíritu puritano.¹⁴⁸

Desde su origen, el deseo de la Misión de Basilea era establecer ayuda y beneficencia sociales, y de esta forma, obtener independencia económica para los recién convertidos. Por tal razón la misión industrial fue iniciada en la India. El resultado fue una poderosa industria textil que permitió me-

¹⁴⁶ Siemens Ruth E., «GO Factsheet H-1», *The Tentmaker's Preparation*, Pasadena, 1986.

¹⁴⁷ Geiger, p. 278.

¹⁴⁸ Tawney, p. 269.

jorar sus circunstancias sociales a cientos de trabajadores indios.¹⁴⁹ Así, habiendo vivido en chozas sobrepobladas, pronto tuvieron sus casitas propias en condiciones más saludables y hasta con pequeños jardines. En 1867 Basilea insistió en el establecimiento de un crédito unido y de un plan de seguridad médica, algo, hasta entonces, totalmente desconocido en la India.¹⁵⁰

Mientras tanto, Spittler¹⁵¹ junto con su amigo Christian Heinrich Zeller, fundó en 1820 la primera institución educativa para niños pobres y abandonados.¹⁵² En 1833 le siguió una escuela para sordomudos, así como otras tantas instituciones sociales, como el Hospital para niños de Basilea en 1845. En la localidad india de Kanara fueron bautizados veinte alumnos del departamento educacional, el 20 de enero de 1842, dando así empuje al futuro desarrollo de programas cristianos educacionales.

¹⁴⁹ En 1851 el primer maestro tejedor, John Haller, se estableció en Balmatha. No sólo desarrolló un próspero negocio textil, sino que también inventó la ropa caqui, que se convirtió en la ropa militar de muchas naciones. El jefe de policía de Mangalore estaba tan entusiasmado que vistió a toda su fuerza policial de este color. Lord Roberts de Kandahar, comandante en jefe de las fuerzas de la realeza, también recomendó que se introdujeran los uniformes caqui al ejército inglés. Ver Wanner, pp. 262-65.

¹⁵⁰ Schlatter, vol. 2, p. 160. Ver también Danker, p. 88. Lo que los senadores Christ y Sarasin lograron en la India, no era posible todavía en Suiza. La política conservadora no permitió que se estableciera el seguro de salud obligatorio para los trabajadores en Basilea. Ver Rennstich, 1985, p. 100.

¹⁵¹ Christian Friedrich Spittler fue el principal promotor para la fundación de la Misión de Basilea.

¹⁵² Rennstich, pp. 69-77. Ya para 1845, este modelo de escuela había sido iniciado 38 veces en Alemania y hasta en Rusia y Francia.

Como Danker escribió, el discípulo es desafiado a ayudar y ofrecer su amistad a su prójimo en toda necesidad y hacerlo en el nombre de Cristo.¹⁵³ Los moravos en Surinam iniciaron un fondo de seguros para los empleados de sus compañías.¹⁵⁴ Wilson señala que esto no era exclusivo de Surinam «sino que sucedió mucho antes que fuera una práctica común en Norteamérica».¹⁵⁵

Así, encontramos otro aspecto importante del testimonio cristiano. Para los hombres de negocio, comerciantes y mercaderes cristianos, una vida integral incluye «hacer el bien y ayudar a los pobres» (Hch. 9.36; 1 Jn. 3.17-18; Mt. 25.42-45), porque «vivimos en relación con Dios y con nuestro prójimo»¹⁵⁶ (Lv. 19.18; Mt. 19.19; Lc. 10.29-37).

De esta manera, no nos sorprende que por medio de su involucramiento en el mercado, tanto Basilea como los hermanos moravos fueron factores significativos, provocadores de cambios sociales en beneficio de los habitantes locales. Una vez más, tales empresarios cristianos tendrán un impacto tremendo en nuestra sociedad, en sus países de origen o en el extranjero. «Así alumbré vuestra luz delante de los hombres, para que vean vuestras buenas obras, y glorifiquen a vuestro Padre que está en los cielos» (Mt. 5.16).

¹⁵³ Danker, p. 9.

¹⁵⁴ Helman, p. 139. El fondo funcionaba como una compañía de seguros, ya que proveía tratamiento médico y medicinas gratuitas, mantenimiento durante períodos largos de enfermedad, beneficio por muerte y una pequeña pensión por invalidez permanente o enfermedades en la vejez.

¹⁵⁵ Wilson, p. 31.

¹⁵⁶ Yeats, C. «Social Ethics», en *Atkinson*, p. 797.

Noveno desafío: impacto comunitario

Al escribir sobre el impacto que Kersten & Co., N.V.¹⁵⁷ tuvo en Surinam, Helman menciona el propósito más amplio de la empresa: «servir a la comunidad desde donde se opera y se ha desarrollado».¹⁵⁸ Que dicho emprendimiento fue una herramienta muy útil para la misión de la Congregación de los Hermanos Evangélicos, es una realidad. Sin embargo, también se mantuvo ocupada siendo más y más útil a las economías de la capital de Surinam y sus alrededores. Tales propósitos se complementaban mutuamente y los negocios llevaron la semilla desde el principio. Como Helman lo expresa:

Kersten & Co. se ha convertido en parte de la historia de Surinam y también de la cristianización y desarrollo cultural de la población heterogénea¹⁵⁹ [...] De esta forma surgió un crecimiento común, una simbiosis entre la comunidad y la economía del país.¹⁶⁰

La empresa morava y su personal se convirtieron gradualmente en parte integral de la comunidad a la que habían traído crecimiento económico, ayuda social y cambios éticos. Como resultado fueron capaces de introducir principios cristianos y de servir como agente de cambio para la sociedad entera.

Varios monarcas y príncipes visitaron las colonias moravas. Su anhelo para que los moravos se establecieran en sus

¹⁵⁷ Una compañía de importación y exportación fundada por los moravos en Surinam, en 1768. Sus doscientos años de historia han sido descritos en el libro de Albert Helman, *Merchant, Mission and Meditation*.

¹⁵⁸ Helman, p. 190.

¹⁵⁹ Helman, p. 9.

¹⁶⁰ Helman, p. 103.

países fue obviamente motivado por consideraciones económicas.¹⁶¹

El desarrollo económico y el éxito son vistos en muchas culturas como «una señal de bendición de Dios (o de los dioses)».¹⁶²

¿Qué gran impacto puede producir un negocio en las manos de Dios? ¿No deberá ser el sueño más grande de todo hombre de negocios cristiano que su profesión o la estructura de su negocio, se convierta en algo tan efectivo en cada aspecto de la vida que por medio de él sociedades completas, y hasta países, puedan ser influenciados para la gloria de Dios?

Décimo desafío: influencia política

Es conocido que los nestorianos del Medioevo fueron empleados por todos los grandes reyes como ministros de estado y médicos de confianza teniendo, por lo tanto, gran influencia política.¹⁶³

Antes de alistarse con la Misión de Basilea, Elias Schrenk, el segundo misionero comerciante en África, pasó por el entrenamiento del famoso magnate protestante Carl Mez en Frei-

¹⁶¹ Beck Harmut, *Brüder in vielen Völkern*, Erlagen, Verlag der Ev.-Luth. Mission, 1981, p. 321. El autor ha conocido personalmente casos similares, i.e. las colonias menonitas de Paraguay; por las que el anterior presidente y dictador, Stroessner, estaba muy satisfecho, ya que habían transformado una gran parte de la selva en el interior de Paraguay.

¹⁶² Esto no es sólo para las culturas judeocristianas, sino también para aquellas influenciadas por el budismo, confucianismo e islamismo. (i.e., la posesión árabe de la mayor parte de las reservas mundiales de petróleo lo ven muchos como una bendición de Alá). Cf., Kl'föcker, Michel y Udo Tworuschka, «Ethik der Religionen» (1985).

¹⁶³ Rennstich, p. 61.

burg.¹⁶⁴ Siendo este último miembro de la segunda cámara de Baden, y en 1848 de la Asamblea nacional alemana, públicamente sostuvo sus principios bíblicos y luchó por la justicia social y la libertad.

Muchos de los fundadores de la Misión de Basilea fueron también destacados políticos, como el concejal Adolf Christ,¹⁶⁵ el senador Bernhard Socin-Heusler y el senador y magnate industrial Carl Sarasin-Vischer-Sauvain. Este último estuvo muy comprometido en dar a conocer las verdaderas circunstancias sociales de los comerciantes y obreros. También inició lo que más tarde llegó a ser el banco de los artesanos de Basilea. Debemos mencionar también a Eduard Preiswerk, juez, concejal y, más tarde, presidente de la Compañía comercial de la Misión de Basilea.¹⁶⁶

En el caso de los moravos, muchos aristócratas tenían interés y fueron atraídos por el conde Zinzendorf y su sistema implementado en Herrnhut. Este era primo político del rey danés y se movía en los más altos círculos europeos, donde los *herrnhuters* tenían notable influencia política. Abraham Dürninger (1706-1773), uno de sus más grandes pioneros y empresarios, era muy bien recibido en audiencias privadas por el rey de Sa-

¹⁶⁴ Ver biografía *Carl Mez, Ein Unternehmer in Industrie, Politik und Kirche*, por Klaus von Orde, Basel, Brunnen-Verlag, 1992. Carl Mez figura como uno de los hombres protestantes de negocios que mayor influencia tuvieron para ayudar a Carl Spittler a fundar la Misión de Basilea.

¹⁶⁵ Sus compromisos oficiales y políticos le llevaron con frecuencia a ciudades como Frankfort, Stuttgart, Bremen, Zurich, Winterthur, Berna y Ginebra. Ver Schlatter, vol. 1, p. 262.

¹⁶⁶ Schlatter, pp. 265-66.

jonía, que le consultaba continuamente sobre asuntos comerciales y consejos personales.¹⁶⁷

En conclusión podemos ver que, en cualquier época, país o contexto político, los empresarios cristianos constantemente se han ganado el derecho a ser escuchados también en ese ámbito y, por lo tanto, han sido de impacto a la sociedad.¹⁶⁸

Precauciones necesarias

Hasta ahora, hemos visto los resultados positivos de empresarios cristianos altamente motivados, poseedores de una ética integral y que han trabajado en el mundo de los negocios para el avance del reino de Dios.¹⁶⁹ Sin embargo, ignorar algunas de las debilidades, peligros y dificultades inherentes no sería sabio ni correcto.

Examinémoslas pues y aprendamos de ellas:

Tensiones motivacionales

El ejemplo de la Misión de Basilea y su empresa comercial nos revela claramente las tensiones que existen entre «misiones» y «negocios» (o sea, lo «espiritual» y lo «secular»).

¹⁶⁷ Hammar, pp. 80-81.

¹⁶⁸ Lecturas adicionales sobre el cristiano y la política: Vinay, Samuel y Hauser, Albrecht, edit., *Proclaiming Christ in Christ's Way*; estudios de evangelismo integral, Oxford, Regnum Books, 1989; René Padilla, *The Politics of the Kingdom of God and the Political Mission of the Church*, pp. 180-98; Yoder John, *The Politics of Jesus*, Grand Rapids, W. B. Eerdmans, 1986; Serrano Jorge, *La participación del cristiano en la vida pública*, Miami, Unilit, 1990.

¹⁶⁹ Tanto los «herrnhuters» como la Misión de Basilea tenían un llamado y una visión misionera claros, y ambos movimientos fueron establecidos bajo el único motivo: «ganar a los perdidos para Cristo».

El cuarto inspector de misiones, Otto Schott,¹⁷⁰ ejerció presión para separar por completo todas las actividades comerciales de la misión. Se opuso a cualquier relación entre las actividades misioneras y las económicas.¹⁷¹ Era diametralmente opuesto al presidente fundador de la empresa comercial de la misión, el magnate Ulrich Zellweger, que, a su parecer, quería hacer crecer el negocio demasiado rápido, usando comerciantes seculares y principios netamente comerciales para proceder más ágilmente.¹⁷²

Ambos personajes tenían motivaciones muy diferentes. Sufrían de visión unilateral; ninguno pudo lograr integrar lo secular con lo sagrado, y ambos eventualmente renunciaron.¹⁷³ No pudieron soportar la presión de vivir en esta tensión.

Los moravos también encontraron problemas similares. Sus motivos no siempre fueron muy claros. El misionero fundador de la famosa CKC veía el lado comercial de los negocios

¹⁷⁰ Otto Schott, inspector de 1879 a 1884. Ver Schlatter, vol. 1, pp. 303-316.

¹⁷¹ Danker, p. 85. Schott formó su opinión en su viaje de inspección a la India, donde observó la venta de vino y cerveza en una tienda de misioneros y donde observó demasiada dependencia de los indios en las fábricas de la misión. Schlatter, vol. 1, p. 313.

¹⁷² Danker, pp. 108-110, ver también Wanner, pp. 48-49. Desde una perspectiva económica, el pensamiento de Zellweger era, muy probablemente, correcto. Se le conoció como un gran economista y quería abolir la esclavitud en África a través de una extensa red de estaciones de negocios y plantaciones de algodón. Por lo tanto, quería enviar muchísimos más hombres de negocios, que crearan tensión, ya que la misión no tenía el suficiente personal adecuado como comerciantes y agricultores. Ver Wanner, p. 48.

¹⁷³ Zellweger renunció en 1864, Schott en 1884. Ver Danker, pp. 108-110; Schlatter, pp. 313-316; Wanner, pp. 34-49.

como algo maligno.¹⁷⁴ En una ocasión, algunos de su grupo escribieron el folleto *A los caballeros dueños y administradores de las plantaciones en la colonia de Surinam*, lo que hizo que se levantara un escándalo. Como resultado, los intereses comerciales y el espíritu misionero de la misión entraron en conflicto.¹⁷⁵

Por otra parte, Danker concluye que al menos «trabajaron para lograr la unidad de los aspectos espirituales con los materiales» en todas las empresas comerciales misioneras,¹⁷⁶ y que tuvieron la voluntad de vivir con esta tensión. También menciona que:

Cuando llegó la crisis, ambos grupos solucionaron los problemas y respaldaron las actividades económicas en la misión con bases teológicas en términos de una acertada metodología de misiones.¹⁷⁷

No puede haber duda: las misiones y la economía tienen cada

¹⁷⁴ Se decía de Christian Kersten, quien fundó la compañía en 1768, que «no se le veía bien preparado para los negocios» (Helman, p. 77). Aún así la compañía prosperó y todavía lleva su nombre en la actualidad.

¹⁷⁵ Helman, p. 110. Esto tenía que ver con su concepto de misiones. Hoy en día, como se entiende el «reino de Dios», esta acción no tendría conflicto con el propósito de la misión, ya que «ser profético» o hablar contra la injusticia, se entiende como parte de la motivación misionera. Para lecturas adicionales ver Vinay y Hauser. El contenido fue trazado por evangélicos de los cinco continentes, quienes se autoproclamaron estar en la tradición del evangelismo integral expresado y estimulado por el Pacto de Lausana en 1974. Ver *Let the Earth Hear His Voice*, Minneapolis, World Wide Publ., 1975. Especialmente, *Evangelism and the World* (pp. 146-94) de René Padilla y *Evangelism and Man's Search for Freedom, Justice and Fulfillment* (pp. 385-426) de Samuel Escobar.

¹⁷⁶ Danker, p. 75.

¹⁷⁷ Danker, p. 134. Aunque no indica cuál «acertada metodología de misiones».

una su propia dinámica interna y buscan obedecer sus propias leyes. El peligro es que el empuje misionero finalmente lo lleve a cierto acomodo con el mundo. La relación económica puso a estos misioneros en contacto con el mundo que les rodeaba y, por lo tanto, creó cierto grado de secularización.¹⁷⁸

Sin embargo, es igualmente peligroso caer en el pensamiento que el trabajo profesional sólo es válido cuando provee una excusa para que los creyentes testifiquen, una doctrina del trabajo totalmente contraria a la Biblia.¹⁷⁹

A pesar de todo, los esfuerzos comerciales de los moravos en Surinam, oficialmente iniciados en 1768, y en muchos otros lugares del mundo, así como la Compañía Comercial de la Misión de Basilea fundada en 1859, y su participación en África y

¹⁷⁸ Danker, p. 137. A través de los años, la motivación misionera perdió su primacía al ser sobrepasada por la teología de la liberación.

¹⁷⁹ Ver: El «vocatio Dei» de Lutero; *La enseñanza de Calvino sobre el trabajo*; y también *Los puritanos*. Aún el *ethos* protestante del trabajo necesita ser equilibrado; sino podría dar la impresión que el trabajo, en sí mismo, es el propósito de la vida, lo que sabemos que no es así. Una nueva base teológica ha surgido de la *Oxford Declaration on Christian Faith and Economics*. Más de cien teólogos, economistas, representantes de iglesias y agencias de desarrollo, gerentes del mundo de los negocios, científicos de centros de investigación y universidades, se reunieron en enero de 1990. Su enfoque es que el trabajo es un don espiritual (2 Co. 1.22; Ro. 8.23), dado para beneficiar al prójimo. El trabajo y la vida no son dados como una expresión asceta (como en el *ethos* puritano), sino también para disfrutarlos. «El Dios vivo, que nos da todas las cosas en abundancia para que las disfrutemos» (1 Ti. 6.17). Ver: Sautter, Wolf y Miroslav, *Gerechtigkeit, Geist und Schöpfung*, Wuppertal, Zurich, R. Brockhaus Verlag, 1992, especialmente las pp. 39-40, 43, 58.

la India, demostraron por casi dos siglos que la amalgama de las misiones y los negocios es realmente posible.¹⁸⁰

Suficiente evidencia de esto también vimos en los casos contemporáneos que hemos presentado como ejemplo. Es posible integrar los negocios en las misiones, o las misiones en los negocios, como se prefiera. ¿Dónde están los socios actuales de Aquila y Priscila, de la importadora y exportadora Celestiales o de los Textiles Angelicales que se aventurarán hacia los mercados de tierras y pueblos que aún no conocen el amor de Dios?

Nuestra generación y la de nuestros hijos, debe ser capaz de mantener una clara motivación misionera y así contribuir con el avance del reino de Dios a través de sus empresas comerciales.

Es obvio que el camino no será fácil, aún así es nuestro anhelo que el lector llegue a la conclusión que el mundo de negocios cristiano posee un tremendo potencial que debe ser

¹⁸⁰ Eventualmente, la Compañía Comercial de la Misión de Basilea se separó de la misión; hacia la Primera Guerra Mundial perdió la mayoría de sus compañías, fábricas, almacenes y tierras. Sólo después de la Segunda Guerra Mundial, los herederos de la Compañía Comercial de la Misión de Basilea, ahora bajo el nombre de Compañía Comercial de la Unión, vieron el restablecimiento de algunas de sus antiguas propiedades y activos de África y la India. Ver Wanner, 1959, IV parte, pp. 299-421. La empresa CKC de los moravos en Surinam, básicamente ha sobrepasado sus ideales cristianos en los últimos cincuenta años. La compañía aún existe y todavía sostiene su testimonio cristiano, pero como ha sucedido con muchas otras denominaciones, los *herrnhuters* o *Unitas Fratrum* se han vuelto totalmente liberales. Se puede asumir que este puede ser el fin de cualquier compañía misionera cristiana, una vez que haya pasado cierta edad. Sin embargo, existir por veinte, treinta o cincuenta años con los conceptos evangélicos muy claros hará una diferencia en el mundo.

movilizado y canalizado cuidadosamente hacia el mercado mundial sobre todo hacia las áreas no alcanzadas del mundo. Si nuestra única motivación en las misiones es la gloria de Dios, entonces «al que cree todo le es posible» (Mr. 9.23; 11.23).

El peligro de desviarse

«Ninguno puede servir a dos señores [...] No podéis servir a Dios y a las riquezas» (Mt. 6.24; Lc. 16.13).

Carl Sarasin, miembro del comité de la Misión de Basilea, banquero privado y magnate industrial, sabía de lo que estaba hablando cuando escribió al joven misionero comerciante Rottmann en Christiansborg, Costa de Oro, donde este último había abierto su primera tienda en 1855. Enfatizó el punto que la motivación misionera debe estar por encima de la del negocio para que la tienda del misionero pueda ser como una isla en el vasto océano del paganismo.

Merece la pena mencionar el ejemplo del creyente chino, Watchman Nee, que gastó parte de su vida desviado y enredado en negocios comerciales. En 1942 tomó la dirección de una fábrica de fármacos con la esperanza de llegar a ser autosuficiente como el apóstol Pablo. Sin embargo, quedó tan atrapado por sus responsabilidades que por cinco años tuvo que dejar de predicar. En 1947 confesó públicamente su error de involucrarse tanto en la fábrica que la entregó a la congregación cris-

tiana en Shangai.¹⁸¹ Tanto Wilson como Hamilton advierten el peligro de desviarse de esta manera.¹⁸²

Sin duda fue muy positivo el que Basilea hiciera tanto énfasis en que el misionero comerciante comprendiera que su objetivo no era formar un imperio económico en el extranjero, sino que todas las ganancias generadas deberían ser ofrendadas a la misión. Existe el peligro, sin duda alguna, que este tipo de misioneros involucrados en el mundo de los negocios, se enreden excesivamente en ganar dinero. Tal como Rolf Haan escribió, «El dinero es un poder seductor»,¹⁸³ y el deseo de éste ha sido elevado al nivel de una «motivación económica» fundamental.¹⁸⁴

El mismo peligro se ve con frecuencia en los ejemplos contemporáneos. Una empresa conocida por el autor empezó a cooperar con una agencia misionera en un país musulmán. Después de un par de años, la maximización de las ganancias se convirtió en tal presión que el dueño hizo a un lado su compromiso escrito y pasó por alto a los comerciantes de la misión y empezó a tratar directamente con los proveedores islámicos. Esto, lógicamente, le permitió bajar costos, alcanzar mejores ganancias y hacer un buen negocio. Sin embargo, se perdió la

¹⁸¹ Angus I., Kinneer, *Against the Tide: The Story of Watchman Nee*, Eastbourne, Victory Press, 1973, pp. 126-135. Citado por Wilson, p. 70.

¹⁸² Wilson, p. 70 y Hamilton, p. 15.

¹⁸³ Haan, p. 63.

¹⁸⁴ Este es actualmente el principal, sino único, motivo para muchos hombres de negocios, incluidos los cristianos. El viejo *ethos* protestante del mundo económico era la mayordomía del hombre en su responsabilidad para con Dios y su creación. Lecturas adicionales, ver anterior, K.F.W., *God and Mammon*, Philadelphia, Westminster Press, 1965, especialmente el cap. 4 sobre «Mayordomía», pp. 43-45.

preciosa oportunidad que hubieran tenido dos misioneros para dar testimonio de su fe, al estar involucrados en el trato y contacto con los habitantes locales.¹⁸⁵

En conclusión, tenemos la obligación de advertir sobre los peligros de permitir que el deseo por ganancias financieras nos lleve a enredarnos y a preocuparnos desmedidamente por el negocio y su dinámica. Pero es posible mantener un enfoque claro a través de una dedicación resuelta y entregada al objetivo de ser un misionero comerciante, un hombre de negocios cristiano con un sólo llamado: amar y servir al Señor con todo nuestro corazón (Dt. 6.5; 10.12; Mr. 12.30; etcétera) ¡y glorificarle en todo! (1 Co. 10.31; Col. 3.23-24).

Corrupción

Uno de los temas éticos más importantes que un empresario cristiano y misionero transcultural enfrentará en cualquier parte del mundo, aun dentro de nuestra sociedad occidental, es la corrupción.¹⁸⁶

Ésta ya existía en el contexto del Antiguo Testamento.¹⁸⁷ Desde el *ethos* judío de «pesa y balanza justa tendrás» (Lv. 19.35-37; Dt. 25.13-16; Pr. 11.1; 16.11), se advertía claramente

¹⁸⁵ Se podría argumentar que el mismo dueño de la empresa, cristiano, podría continuar influyendo en los proveedores locales. Esto podría ser hasta cierto punto cierto, pero lo limita al no conocer el idioma local y muy poco de la cultura, cosas que el misionero-comerciante conoce bien después de vivir durante años en ese país.

¹⁸⁶ Entiéndase corrupción en el más amplio sentido de la palabra, abuso de poder (injusticia, uso del soborno) en puestos políticos, económicos, técnicos y sociales y en lo concerniente a las estructuras administrativas en general. Ver también a Rennstich, 1985, p. 197.

¹⁸⁷ Palestina, Egipto, Mesopotamia, etcétera

te contra las prácticas de hacer trampa, aprovecharse de otros y ser deshonestos. El soborno era común en esos días (Ex. 23.8; Dt. 16.19; Pr. 6.35).

Desafortunadamente este era también el caso en los tiempos del Nuevo Testamento, tanto entre los líderes judíos (Mt. 28.11-15; Mr. 14.11) como entre otros judíos involucrados en los negocios (Lc. 19.8) y entre los gobernadores romanos (Hch. 24.24-26).¹⁸⁸

Cuando los primeros mercaderes y comerciantes cristianos en tiempos posapostólicos basaron sus negocios y su forma de vida en el nuevo camino del Evangelio, sus tratos y actitudes debieron contrastar con las prácticas comunes del ambiente corrupto que les rodeaba tanto en la sociedad como en la cultura. Clemente de Alejandría¹⁸⁹ sintió la necesidad de dirigirse a los banqueros corruptos: «¡Banqueros, sean honestos!»¹⁹⁰

Lo mismo debió sucederles a los comerciantes nestorianos al viajar por la Ruta de la seda y atravesar muchas y diferentes culturas y sociedades, donde encontraron paganismo y animismo, confucianismo, budismo e islamismo, con sus torcidos valores de co-

¹⁸⁸ Kleiner Paul, en su libro *Bestechung: Eine theologisch-ethische Untersuchung* (Bern-New York, Peter Lang, European University Studies, 1992), hace un estudio profundo de los pasajes del Antiguo y Nuevo Testamento acerca de la corrupción y el soborno (pp. 101-149). En su cap. 5 (pp. 84-100), nos muestra que existe muy poco material teológico disponible.

¹⁸⁹ El primero de muchos patriarcas de la iglesia, incluidos Orígenes, Dionisio, Atanasio, Ario y Cirilo, que se les conoce como de la «escuela de Alejandría», hacia finales del s. II. Ver Hamman, p. 27.

¹⁹⁰ Hamman, p. 56. Aquí Hamman habla sobre un tal Calixto, quien más tarde llegó a ser papa, sirvió a un banquero como esclavo, y escapó con la caja del dinero de viudas y hermanos (más tarde, en un campo de trabajos forzados se arrepintió y llegó al punto de merecer ser líder espiritual).

rrupción¹⁹¹ mezclados con el problema universal del ser humano de la avaricia y la codicia.¹⁹² Helman recoge esta misma realidad cuando cita a los comerciantes moravos en Surinam, diciendo:

La gente aquí es muy mala y han aprendido bien cada treta, así que debemos mantenernos despiertos y alertas para evitar ser seriamente engañados.¹⁹³

Quizás un siglo después, los misioneros comerciantes de Basilea pasaron por la misma experiencia. Entre 1877 y 1878 una gran hambre azotó la India y todo el país se hundió en profunda angustia. Sólo en la provincia de Madrás, medio millón de personas murieron en cinco meses. Aun enfrentándose a la muerte, la corrupción estaba a la orden del día. Los que no sobornaban a los guardias, no eran registrados en la lista para

¹⁹¹ En el Pacto de Lausana, párrafo 10 acerca de Evangelismo y Cultura, dice: «Debido a que la humanidad es creación de Dios, su cultura escondida de belleza y gracia en grandes cantidades. Aunque, debido a la caída del hombre, todo está distorsionado por el pecado y muchas cosas están bajo la influencia demoníaca». ¡Esta definición aclara que todas las culturas y sociedades son corruptas! Noonan John T., Jr. *Bribes*, New York-London, Macmillan Publishing Company, 1984, citado por Kleiner, p. 159, demuestra en más de setecientos casos desde el tiempo de los sumerios a través de todas las épocas que el soborno y la corrupción era y es un problema constante en todo el mundo. Lecturas adicionales: Kraft Charles H., *Christianity in Culture*, New York, 1979; Niebuhr H. R., *Christ and Culture*, London, 1952. Ver también *Willowbank-Report*, conferencia de Lausana celebrada en Bermudas, en enero de 1978 (en *Lausanne geht weiter*, Neuhausen, Hänssler Verlag, 1980).

¹⁹² Ver Yeats C., *ibid*, junto con los siguientes artículos en Atkinson, Pigott J. P., «Covetousness», pp. 267-268; y Pigott, «Jealousy and Envy», pp. 506-507.

¹⁹³ Helman, p. 57.

recibir ayuda de emergencia del gobierno. De esta forma, muchos oficiales acumularon riquezas a expensas de los pobres, hambrientos y moribundos.¹⁹⁴

Aunque Wilson fue una víctima de la corrupción en su trabajo en Afganistán, aconseja a sus lectores cuando dice que en el trato con oficiales, es sabio no ponerlos en una posición en la que tengan que contestar sí o no. Muchos de ellos temen tener que firmar algo. Generalmente es suficiente con informarles sobre lo que quieres hacer demostrándole así respeto por su posición.¹⁹⁵

Otra manera de ganar la confianza y lograr que se abran las puertas de las autoridades locales, es presentarles informes y fotografías, y expresarles que han sido de gran ayuda.¹⁹⁶

Recientemente han habido muchas revelaciones de sobornos por compañías internacionales que trabajan en el extranjero. Algunos dicen que tiene que hacerlo para adaptarse a la cultura local. Para algunos hombres de negocios transculturales cristianos, esto podría parecer la única salida, pero para un cristiano, siempre será un mal testimonio pagar un soborno. El apóstol Pablo no lo hacía (Hch. 24.26-27), y las Escrituras nos recuerdan que «las dádivas corrompen el corazón» (Ecl. 7.7). En lugar de dar dinero, algunos misioneros comerciantes se presentan regularmente a los oficiales en ciertas temporadas del año (Navidad, por ejemplo) para ofrecer regalos como muestra de su agradecimiento a aquéllos que han sido de ayuda

¹⁹⁴ Rennstich, pp. 138\ 9.

¹⁹⁵ Wilson, p. 114.

¹⁹⁶ Por muchos años, éste ha sido el trabajo de un ingeniero (a quien conozco personalmente) en las montañas del norte de África, donde realiza una labor de proyectos de desarrollo y donde muchas comunidades islámicas han recibido el impacto del Evangelio.

para su negocio. De esta manera, los regalos no se perciben como sobornos.¹⁹⁷

A pesar de estas opciones, una persona confrontada día a día con un sinnúmero de negociaciones, incompetencia, papeleo, poco o ningún avance con los permisos, retrasos y todo lo que se le parezca, puede paulatinamente perder la paciencia y sentir la necesidad de hacer algo para evitar perder su negocio. Una posible solución, practicada por algunos misioneros que trabajan en países árabes, es pagar a un intermediario local (generalmente un agente aduanal) una buena cantidad por toda la operación, incluyendo todo lo necesario para que el negocio «pase». Se asume que el intermediario local conoce bien su terreno.¹⁹⁸

La mejor manera es mantener una línea clara. «Pero sea vuestro hablar: Sí, sí; no, no» (Mt. 5.37). Ya hemos visto el impacto que tiene y la bendición que Dios promete a aquéllos que son honestos (Dt. 25.13-26; Pr. 10.9). Kleiner también llama a instituciones cristianas «para ayudar a sobreponerse al soborno».¹⁹⁹ Para el cristiano, existe, por supuesto, el poder de la oración, porque «para Dios todo es posible» (Mt. 19.26, Lc. 1.37), aun de cara a la corrupción oficial y en los efectos colaterales de la caída dentro del mercado transcultural.

El rechazo de la ética de la responsabilidad lleva a la corrupción. Si los cristianos quieren ser sal y luz, deben resistir la poderosa tentación de corromperse. Rennstich dice que la co-

¹⁹⁷ Algunos casos son conocidos personalmente por el autor.

¹⁹⁸ Aquí se asume que si el intermediario usa dinero para pagar sobornos, ese es «su» problema. Aunque el misionero-comerciante o empresario por lo menos evita involucrarse personalmente, esta no es una solución totalmente «limpia».

¹⁹⁹ Kleiner, p. 230.

rrupción es un pecado social y universal.²⁰⁰ En su libro *Korruption* la explica como un fenómeno sociológico, político y económico. Señala que tanto la Biblia como la historia registran los perversos efectos de este vicio, cambiando frecuentemente las circunstancias de la historia. Las tres formas básicas de corrupción son: enriquecimiento personal, soborno en casos de justicia y la compra de títulos y puestos. Kleiner las investigó y las discutió luego, en el marco de sus dimensiones éticas y teológicas, sobre todo con referencia a la ética de la responsabilidad.²⁰¹

La base de la corrupción es la mentira. Según Rennstich, existe una técnica de mentir que se convierte en una normativa muy justificable al que la pone en práctica.²⁰² La corrupción solamente tiene cabida bajo el ambiente de la mentira. Para Bonhoeffer mentir es la «negación de la verdad y su rechazo a través de palabras o silencio; y que aún sabiendo la realidad de lo que Dios creó y sostiene, ignora la verdad voluntariamente».²⁰³ El hombre que es creado a la imagen de Dios debe rechazar la mentira y la corrupción con absoluta firmeza. Dios mismo no puede ser corrupto: «Porque Jehová vuestro Dios es Dios de dioses y Señor de señores, Dios grande, poderoso y temible, que no hace acepción de personas, ni toma cohecho» (Dt. 10.17).

²⁰⁰ Rennstich Karl, *Korruption: Eine Herausforderung für Gesellschaft und Kirche*, Stuttgart, Quell-Verlag, 1990, pp. 223-228.

²⁰¹ Kleiner, p. 206.

²⁰² Rennstich, p. 79.

²⁰³ «Lüge ist demzufolge die Verneinung, Leugnung und wissentliche und willentliche Zerstörung der Wirklichkeit, wie sie von Gott geschaffen ist und in Gott besteht, und zwar soweit dies durch Worte und durch Schweigen geschieht» (Rennstich, p. 81, cf. Bonhoeffer, citación).

Riesgos

Todo hombre de negocios sabe que llevar a cabo un nuevo proyecto, abrir una nueva línea de producción o entrar a un mercado nuevo es un riesgo. Esto es verdad hasta en nuestro mercado occidental, aún cuando goza de cierto grado de estabilidad y ofrece algunos factores de riesgo previsibles. Pero el riesgo en un escenario global y transcultural es mucho más alto.

En su libro *Economics Today*, Hay dice acerca del comercio internacional que «un gobierno bueno y estable» es esencial para el desarrollo económico.²⁰⁴ Cualquier consultor o asesor de inversiones aceptaría este punto de vista. Los gobiernos democráticos parecen garantizar más la estabilidad que las dictaduras, en las que las autoridades participan en la planeación y el control regular de la economía y donde puede suceder que grandes contratos de desarrollo generen corrupción. Inestabilidad política y un proceso regulador corrupto plantean definitivamente un factor de alto riesgo para las inversiones en nuevos negocios. En algunos países, las leyes existentes ni siquiera garantizan los derechos del inversor extranjero.²⁰⁵ En situaciones problemáticas, el activo y las posesiones pueden ser confiscados y nunca más recuperados. Para evitar este problema, algunos misioneros comerciantes en el mercado mundial se valen de la opción de tener todo por escrito bajo un administrador local, o asociándose con un cristiano local, competente y confiable.

²⁰⁴ Hay, p. 255.

²⁰⁵ Se puede encontrar esta información en embajadas, empresas internacionales o viajes de investigación. Cámaras de comercio y ferias mundiales son también una buena fuente.

Otros factores de riesgo incluyen diferentes perspectivas éticas y conducta moral. Tal fue la experiencia inicial de los misioneros mercantes de Basilea en su fábrica de la Misión de Basilea²⁰⁶ en Christianborg, África Occidental, donde la primera estación comercial era tan insegura que tuvieron que poner guardias locales por la noche para guardar la fábrica de robos e intentos de incendio. Factores similares incluyen diferentes actitudes hacia el trabajo y la calidad. Vez tras vez, los primeros comerciantes cristianos en la India tuvieron que enfrentarse con jóvenes perezosos y sin ningún talento, que, a pesar de todo esfuerzo posible, debieron ser despedidos a causa de su improductividad.²⁰⁷

De todas formas, un factor de riesgo puede igualmente ser considerado como un desafío y una oportunidad para progresar.²⁰⁸

Al iniciarse la Primera Guerra Mundial, el 16 de septiem-

²⁰⁶ Debido a la más alta inseguridad del extranjero respecto a sus derechos civiles, más aún debido al alto riesgo de su vida y pertenencias, se construyeron recintos comerciales y de manufactura protegidos por paredes. A veces colonias completas se desarrollaron con este tipo de «fábricas», por ejemplo en las Indias británicas. Ver nota 140 en Wanner, 1959, p. 561.

²⁰⁷ Rennstich, p. 127; Hay, p. 254, se refiere a la perspectiva hindú que uno no se debe preocupar por la prosperidad material, sino por el desarrollo de la vida interior, lo cual es un factor probable detrás de la situación económica de la India, hasta hoy día. Aún así la Misión de Basilea aprovechó la oportunidad para convertirse en un agente de cambio, al dar una nueva perspectiva del trabajo a los indios recién convertidos.

²⁰⁸ En varias visitas a zonas no alcanzadas, el autor tuvo la oportunidad de ser testigo de las nuevas actitudes hacia el trabajo, desarrolladas por empleados locales trabajando para un jefe cristiano con principios cristianos.

bre de 1914 la Compañía Comercial de Basilea perdió todas sus empresas y posesiones en el Camerún, cuando las tropas aliadas invadieron el país y se las confiscaron. Lo mismo sucedió en 1918 en la Costa de Oro (Ghana), donde los misioneros comerciantes tuvieron grandes pérdidas de tiendas, fábricas, edificios y tierras. En la India la misión logró mantener trece diferentes negocios industriales, pero después de varios años de tolerancia, éstos fueron también confiscados y vendidos por el gobierno en 1916. Gracias a Dios, las posesiones y activos del Camerún (en 1922-23) y la Costa de Oro (en 1928) fueron más tarde oficialmente recuperadas. Sólo las industrias indias nunca fueron devueltas, aunque se llegó a un acuerdo financiero en 1952.²⁰⁹

Otros elementos de riesgo fueron, y continúan siendo, los desastres naturales, que Elias Schrenk registra extensivamente,²¹⁰ y los problemas de salud.

En el siglo XVIII muchos pioneros moravos (y otros) sufrieron enfermedades serias y pagaron el precio con sus vidas. Un siglo después, muchos de los misioneros comerciantes de Basilea también dieron sus vidas.

En la actualidad, una significativa cantidad de pueblos no alcanzados aún viven en lugares áridos, tropicales e inhóspitos, y con frecuencia la higiene en las ciudades y mercados del tercer mundo es bastante pobre.

Todos estos riesgos, y quizás muchos más, tienen que tomarse con seriedad y sin duda van a cobrar su precio. Sin embargo, ¿hay algo que pueda detener el avance de los negocios

²⁰⁹ Wanner, pp. 301-4.

²¹⁰ Schrenk, pp. 75-77. Ver también a Wanner, p. 562, nota al pie 141, donde describe cómo el terremoto del 10 de julio de 1862, se convirtió en un retroceso para sus empresas comerciales misioneras.

del reino, basados en la motivación correcta, cuando se realizan bajo la dirección de Dios y para su gloria? «Buenas obras, las cuales Dios preparó de antemano para que anduviésemos en ellas» (Ef. 2.10).

Conclusiones

Recordando la parte histórica del capítulo 2, hemos visto evidencias claras sobre cómo durante los últimos dos mil años, el comercio y los negocios han contribuido grandemente al extendimiento del cristianismo por todo el mundo. Si no fuera por toda esa gente laica, que vivió y trabajó en el mercado mundial como una «carta abierta, leída y conocida por todos» (2 Co. 3.2), el Evangelio nunca se hubiera extendido tanto como lo hizo, ya sea en términos geográficos o de niveles sociales.

No debe sorprendernos entonces que, en los últimos treinta o cuarenta años, el comercio haya sido redescubierto como una estrategia válida para las misiones, especialmente para países donde la predicación abierta del Evangelio está prohibida²¹¹ y donde es difícil para los misioneros tradicionales tener acceso. La misionología ha hecho referencia a este tipo de misioneros como *tentmakers* o hacedores de tiendas, su estrategia funciona hoy día y hay muchos que la utilizan, como lo ilustramos en el capítulo 3.

Sin embargo, al considerar el uso del comercio y los negocios como vehículos para las misiones, surgen cuestiones teológicas y éticas que deben comprenderse, analizarse y

²¹¹ Yamamori Tetsunao, en su último libro *Penetrating Missions Final Frontier*, 1993, menciona treinta y cinco países cerrados, y casi todos ellos incluidos entre los países con los grupos menos alcanzados del mundo, y la mayoría dentro de la ventana 10/40. Ver pp. 30-35.

considerarse seriamente. Nuestro mundo económico, su contexto y sus dinámicas no gozan de buena reputación. Motivaciones equivocadas, injusticia, avaricia y corrupción es lo que asociamos inmediatamente cuando pensamos en negocios. ¿Pueden tales profesiones, sus estructuras y la dinámica de la economía ser usadas como herramientas para la gloria de Dios?

Que las actividades económicas y las profesiones hayan sido consideradas como valiosas, en contra de las apreciaciones generalmente negativas de los tiempos grecorromanos y medievales, es resultado de la Reforma, tal como lo vimos en el capítulo 4. ¡El trabajo y el capital tienen un nuevo significado cuando son usados para la gloria de Dios! La ética protestante y puritana del trabajo hizo una contribución importante al desarrollo del capitalismo y la industrialización de Occidente.

Hombres de negocio cristianos, mercaderes y comerciantes, viven un estilo de vida integral. Consideran sus actividades comerciales como espiritualmente positivas y por lo tanto como una forma válida de servicio a Dios. Se esfuerzan en su trabajo y son diligentes delante del Señor y se ganan una buena reputación por su honestidad. Sus negocios son justos, los precios correctos y sus productos llevan la «calidad» como marca distintiva. Son profesionales altamente calificados y tienen un profundo sentido de solidaridad social. Sienten pasión por traer almas a los pies de Cristo y discipularlos. Los resultados de sus negocios y su actitud impactan a toda la sociedad, y, políticamente, expresan la preocupación de Dios por el mundo.

Cuando contemplamos individuos que «trastornan al mundo entero» (Hch. 17.6) e influyeron integralmente a la sociedad de forma tal que los efectos de su ministerio se extienden

por culturas enteras, aun en las capitales comerciales; ¿no nos confronta esto con el vehículo para las misiones ideal?

El argumento de esta publicación es que, para alcanzar a los no alcanzados del mundo y reevangelizar al viejo Occidente cristiano, debe existir un poderoso despertar del adormilado potencial que representan los hombres de negocios cristianos. ¡Tal como lo evidencia la historia, Dios los usó en la expansión inicial del cristianismo y lo puede volver a hacer!

Este fue el llamado para los laicos en Manila, en ocasión del Segundo Congreso para la Evangelización Mundial. El presidente Leighton Ford habló en este contexto de una segunda Reforma: «Dios confía su trabajo en las manos de cristianos sencillos y normales, así como puso la Biblia en sus manos durante la Reforma».²¹²

Yamamori desafía a la iglesia mundial con un cambio paradigmático: enviar seiscientos mil enviados especiales además de los misioneros tradicionales.²¹³

El mundo y sus indescriptibles necesidades: pueblos no alcanzados, miles de millones atrapados por fuerzas demoníacas en todo tipo de religiones sincretistas (Ef. 6.12), mil trescientos millones de pobres y necesitados, cuatrocientos millones al filo de la inanición, cien millones sin lugar donde guarecerse;²¹⁴ son todos eco de lo que leemos acerca de las multitudes en los tiempos de Jesús, que estaban «desamparados y disper-

²¹² Marquardt Horst y Parzany Ulrich, edit., *Evangelisation mit Leidenschaft*, Neukirchen-Vluy, Aussaat Verlag, 1990, p. 218.

²¹³ Yamamori, pp. 51-56.

²¹⁴ Cifras del Diagrama global 6, Barret David y Todd M. Johnson, *Our Globe and how to reach it*, Birmingham, New Hope_The AD2000 Series, 1990, p. 19.

sos como ovejas que no tienen pastor» (Mt. 9.36). Sin duda que «la mies es mucha y los obreros pocos...» (v. 37).

¿Serán los hombres de negocio y comerciantes cristianos del siglo XXI otra vez parte de la solución, enviados «como obreros a su mies» (v. 38)?

Tienen la ventaja de ser capaces de tener acceso a todo el mundo, hasta las zonas oficialmente cerradas al trabajo misionero libre. Los negocios se han convertido en un asunto global. Cada cultura conoce, necesita y respeta los negocios. El tratado del GATT²¹⁵ junta a toda la comunidad comercial del mundo y el mercado mundial ha creado un nuevo orden internacional.

¿No es posible, entonces, que un fuerte movimiento de negocios cristiano pueda surgir, usando sus relaciones, contactos y redes para penetrar en lugares áridos y alimentar a las ovejas perdidas y hambrientas? «Mirad, pues, con diligencia cómo andéis, no como necios sino como sabios, aprovechando bien el tiempo, porque los días son malos» (Ef. 5.15-16).

Tales comerciantes y mercaderes cristianos necesitarán tomar precauciones y tener sus motivaciones misioneras bien claras. Deberán tener mucho cuidado de no ser desviados y enredados en sus propios negocios. Dentro del mundo caído y corrupto en que se mueven, necesitarán mucha sabiduría y fe para sobreponerse al sinnúmero de obstáculos y riesgos. Aún así, «para Dios todo es posible» (Mt. 19.36).

Dios tiene un propósito con la historia humana. Su propósito es revelarse a sí mismo a todos los hombres y «llenar la tierra con el conocimiento de su gloria» (Hab. 2.14). Las estrategias misioneras deben tener metas claras y estar de

²¹⁵ GATT: Acuerdo General de Comercio y Tarifas. Ver: Sir Frederic Catherwood, «International Trade», en *Atkinson*, pp. 500-502.

acuerdo con la Palabra de Dios. El apóstol Pablo tuvo una meta para toda la vida. Leemos en Hechos 9.15: «Vé, porque instrumento escogido me es éste, para llevar mi nombre en presencia de los gentiles, y de reyes, y de los hijos de Israel». Pablo confirma su objetivo en Romanos 15.20-21 (citando Isaías 52.15): «Aquellos a quienes nunca les fue anunciado acerca de él, verán; y los que nunca han oído de él, entenderán». Hombres de negocio y comerciantes cristianos deben comprender que ellos tienen parte en el llamado apostólico de alcanzar a los no alcanzados. Así como el apóstol Pablo tuvo que ser flexible en cuanto a las regiones geográficas y sus fuentes de recursos financieros, lo mismo se requiere para el hacedor de tiendas contemporáneo. La aplicación de estos principios la vemos en la estrategia misionera de Pablo de alcanzar las urbes principales, los centros neurálgicos espirituales y económicos del imperio romano. Hacer uso de sus habilidades profesionales le parecía a él la mejor forma de acercamiento para asegurarse que estaba siendo geográficamente flexible y financieramente menos dependiente mientras iniciaba su ministerio de plantar iglesias. Las iglesias que Pablo y sus colaboradores plantaron extendieron el reino de Dios a áreas no alcanzadas, contribuyendo de una manera significativa a la evangelización del mundo entonces habitado (Col. 1.23). Esta puede convertirse en la meta de tu vida. ¿Escogerías usar tu potencial comercial en cooperación con el movimiento de los hacedores de tiendas para así ayudar a dar a conocer a Cristo dentro de grupos étnicos en todo el mundo? ¿No podría ser éste el propósito de Dios para ti?