

LAS IMPLICACIONES ÉTICAS Y LOS DESAFÍOS DE LOS NEGOCIOS COMO MISIÓN EN PAÍSES DE ACCESO CREATIVO

VICTOR H. CUARTAS, D. MIN.

Profesor de Ministerio Práctico y Misiones Globales en la Universidad Regent en Virginia Beach, Virginia

(UNA MONOGRAFÍA PRESENTADA ORIGINALMENTE A LA SOCIEDAD EVANGÉLICA MISIOLÓGICA, REGION SURESTE)

INTRODUCCIÓN

Los “Negocios como Misión” (BAM, por sus siglas en inglés) se está convirtiendo en una estrategia creativa para compartir el evangelio en diferentes países alrededor del mundo. Además, es necesario considerar algunas implicaciones éticas y desafíos para evitar problemas en el futuro. ¿Cuáles son algunos de los desafíos actuales? Esta monografía comienza con un esquema breve sobre el concepto de BAM y también describe algunas características de las naciones con acceso restringido (RAN, por sus siglas en inglés). Luego el autorⁱ discutirá algunas de las implicaciones éticas y los desafíos de hacer BAM. Este autor está convencido de que los misioneros son motivados por el amor de Dios para alcanzar a los perdidos. Es fundamental tener la perspectiva del reino. Esta monografía concluye presentando recomendaciones para superar estos desafíos usando ejemplos bíblicos.

TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Los siguientes términos son relevantes para el tema de esta monografía.ⁱⁱ

Bi-vocacional. Adjetivo para describir a una persona que hace tiendas o misionero que tiene vocación doble como (a) una profesión secular en un país de acceso restringido, tomada con el propósito de ejercer un (b) *testimonio* cristiano a tiempo parcial, servicio o plantar iglesias.

País cerrado. Un país que ha sido cerrado por su gobierno o régimen a alguna forma o formas principales a los ministerios cristianos externos, usualmente a los misioneros residentes extranjeros, evangelistas visitantes o distribuidores de *escrituras* gratuitas, literatura cristiana, cintas, videos o películas, u otra influencia cristiana externa.

País que se está cerrando. Un país que todavía está abierto a influencias cristianas externas pero cuyas restricciones crecientes sugiere que se puede cerrar en unos meses o años.

Acceso-creativo: Este término evolucionó durante la década de los noventa del término anterior “acceso-restringido” una vez que los misioneros descubrieron las oportunidades alternas para acceder a los pueblos aislados del evangelio. Los métodos creativos son usados en países donde el acceso a los misioneros tradicionales ha sido restringido por alguna razón (CAN, por sus siglas en inglés).

Negocios del Reino: Este término está basado en la premisa teológica de que todos los cristianos tienen un llamado de amar y servir a Dios con todo su corazón, alma, fuerzas y mente, y que

también deben amar y servir al prójimo. Los negocios del reino comienzan con cristianos que buscan una estrategia múltiple: rentabilidad, sustentamiento, creación de trabajo y generación de ingreso.

Perdidos: Dos terceras partes de la gente que hoy está con vida no conocen al Salvador de la raza humana. Esto incluye a 1.35 billones de musulmanes, 888 millones de hindúes, 388 millones de chinos religiosos, 386 millones de budistas, 262 millones de etno-religiosos, 106 millones de nuevo-religiosos, 26 millones de sikhs, 15 millones de judíos y 154 millones de ateos.ⁱⁱⁱ

Misionero no residente: Misionero de profesión que trabaja por la evangelización de alguna persona o grupo en particular, pero que reside fuera del grupo, usualmente en una ciudad con buenas facilidades de comunicación internacional y sin vigilancia.

Plataforma: Derivación de un término computarizado usado en la década de los '80 que se refería al sistema de operación general de una computadora y/o red. Hoy se usa en el mundo secular y misionero para indicar la base principal o fundamento de operación, empleo, vocación o avocación.

País de acceso restringido. Este es un término más antiguo que se refiere a lo mismo que acceso creativo. Es un país cuyo gobierno o régimen restringe el acceso a los misioneros extranjeros que desean residir, a los cristianos extranjeros que desean visitar o de literatura cristiana extranjera, radiodifusión o cualquier otro ministerio o influencia cristiana (RAN).

Grupos No Alcanzados/Menos Alcanzados: Un pueblo o grupo de personas entre los cuales no hay una comunidad indígena viable de cristianos creyentes (por ejemplo, no hay iglesia) con un número y recursos adecuados para evangelizar a su propio grupo sin la asistencia externa (cross-cultura). El criterio general es un grupo que es menos del 2% de cristianos evangélicos y que contiene menos de un 5% de adherentes cristianos.

Ventana 1040: La Ventana 10/40 es el área rectangular que cubre el norte de África, el Oriente Medio y Asia entre 10 grados al norte y 40 grados norte de latitud. Con frecuencia la Ventana 10/40 se le conoce como “El Cinturón Resistente” e incluye a la mayoría de los musulmanes, hindúes y budistas en el mundo. Se estima que hay 4.05 billones de personas que residen y 7,012 grupos distintos aproximadamente que están en la Ventana 10/40 (Proyecto Josué).^{iv}

DESCRIPCIÓN DE LOS NEGOCIOS COMO MISIÓN

Los “Negocios como Misión” (BAM, por sus siglas en inglés) se está convirtiendo en una estrategia creativa para compartir el evangelio en diferentes países. Hasta cierto punto esto es un nuevo término, pero el concepto y sus diversas aplicaciones no son nuevos. Hay muchos ejemplos sorprendentes de cristianos que hacen negocios usando estrategias efectivas a través del poder del Espíritu Santo que ha podido transformar sus comunidades. Este término está basado en conceptos bíblicos, y sus estrategias difieren de nación en nación, de cultura en cultura, usando diferentes acercamientos. Todo este concepto todavía está en proceso de desarrollo y además, el término tiene diferentes implicaciones, culturas y lingüísticas. No obstante, todavía

hay algunas agencias misioneras que consideran este modelo inapropiado al ver este acercamiento como una combinación entre las ganancias del negocio con la obra misionera.

Necesitamos considerar las siguientes definiciones de BAM. De acuerdo al Comité Lausana de la Evangelización Mundial, BAM se define sobre el principio de una misión integral, que es el esfuerzo por considerar todos los aspectos de la vida sin piedad en su totalidad orgánica. Esto abarca “la preocupación de Dios por tales asuntos relacionados a los negocios como el desarrollo económico, el empleo y desempleo, la justicia económica y el uso y distribución de recursos naturales y creativos entre la familia humana”.^v El punto de vista bíblico promueve un punto de vista total e integrado, y estos elementos forman parte del plan de Dios de redención para cada nación de la tierra. Por lo tanto, la Iglesia desempeña un papel fundamental en la expansión del reino de Dios a través del mensaje de Jesucristo. Consecuentemente, los negocios como misión es una expresión de un verdadero paradigma integral.

La siguiente definición fue desarrollada por el equipo investigativo de Lausana y es mundialmente aceptada: “El BAM está relacionado a negocios reales, viables, sostenibles y de ganancias; con el propósito, la perspectiva e impacto del Reino de Dios –para la mayor gloria de Dios”.^{vi} La misma toma en consideración que Dios tiene la autoridad y el poder para transformar gente, naciones y comunidades enteras, no sólo espiritualmente, sino también económica, social y ambientalmente.^{vii} Cuando la gente de alguna ciudad o región específica acepta el evangelio, comienza un proceso de transformación.

En años recientes, ha habido investigadores y empresarios que han usado diferentes expresiones para describir los negocios como misión. Tesunao Yamamori y Kenneth E. Edlred, en su libro *On Kingdom Business* (En Los Negocios del Reino), usaron el término “empresa del reino” para querer decir: “negocios del reino” “negocios integrales”, “compañías de la Gran Comisión”, “compañías del reino”, “empresarios hacedores de tiendas” y “negocios como misión”.^{viii} El enfoque principal es ministrar a través de los negocios en propiedad e inversiones estratégicas, que se pueden conducir en un escenario mono-cultural o en un ambiente multicultural. De modo que, el propósito principal es avanzar el reino de Dios haciendo negocios para bendecir a la gente y compartir el evangelio.

En el libro *Great Commission Companies* (Compañías de la Gran Comisión), editado por Steve Rundle y Tom Steffen, los autores definen a la Compañía de la Gran Comisión (GCC, por sus siglas en inglés) como un “negocio socialmente responsable y que produce ingresos manejado por profesionales del reino y creado con el propósito específico de glorificar a Dios y promover el crecimiento y la multiplicación de iglesias locales en las partes menos evangelizadas y menos desarrolladas del mundo”.^{ix} El propósito principal de estas compañías es glorificar a Dios, y esto implica que los dueños o empresarios necesitan evaluar constantemente la motivación principal en el proceso y también revisar la misión y visión de las compañías para asegurarse que están cumpliendo con los propósitos de Dios. La intención del GCC es mantener tres prioridades balanceadas: 1) el fin de los negocios (ganancias), 2) las actividades apostólicas (multiplicar nuevas comunidades de fe), y 3) los servicios de diaconado (necesidades sociales).^x

CARACTERÍSTICAS DE LAS NACIONES CON ACCESO CREATIVO

Los términos a continuación han sido usados a través de los años, y todos ellos tienen el mismo significado y propósito: acceso limitado, países cerrados, países con acceso restringido y países de acceso creativo. Este último término evolucionó en la década de los '90 del término “acceso restringido”. Michael Pocock afirma en su libro, *The Changing Face of World Missions* (El Rostro Cambiante de las Misiones Mundiales) que “el término acceso restringido le dio lugar

al acceso creativo, y la estrategia para desarrollar plataformas de acceso creativo echó raíces”.^{xi} Los métodos del acceso creativo son usados en países donde el acceso a los misioneros tradicionales se ha visto restringido por alguna razón.

Es necesario que el evangelio se introduzca en cada nación. No obstante, hay países donde no es posible que un expatriado o misionero extranjero obtenga una visa, y las actividades eclesiásticas son seriamente restringidas.^{xii} Además de esto, en algunos de estos países, la evangelización abierta por los cristianos es ilegal, y los creyentes tienen que reunirse en secreto para leer las Sagradas Escrituras o adorar a Dios. Algunos investigadores y misioneros se refieren a estas naciones como “países cerrados” porque transmite la realidad de estas naciones, y era imposible entrar en estas naciones con el evangelio. Este autor cree que el término “cerrado” no es apropiado ya que ningún país está realmente cerrado a la transformación del evangelio. Dios ama a todas las naciones y Él desea ver que toda persona, grupo y nación de la tierra venga a Su reino a través de Jesucristo (Mateo 24:14).^{xiii}

La mayoría de las naciones en la ventana 1040 son de acceso creativo. La Ventana 1040 tiene varias consideraciones importantes: en primer lugar, su significado histórico y bíblico; segundo, los países menos evangelizados; tercero, los grupos y las ciudades sin alcanzar; cuarto, el dominio de los bloques religiosos; quinto, la preponderancia del pobre; sexto, las fortalezas de Satanás dentro de la Ventana 1040. De acuerdo al Proyecto Josué, existen aproximadamente 5,189 grupos no alcanzados en la Ventana 1040.^{xiv} La Junta de Misiones Internacional ha identificado 6,522 grupos no alcanzados.^{xv} La diferencia está basada en los parámetros y acercamientos usados para medir estos grupos no alcanzados.

Una de las características principales en estos países es la pobreza. La Ventana 1040 alberga la mayor parte de los ciudadanos más pobres en el mundo. De entre la gente más pobre hay ocho de cada diez que viven en la Ventana 1040. De acuerdo a Barrett, “Más de 1 billón de personas viven en pobreza absoluta”.^{xvi} El ingreso promedio de esta gente es menos de algunos cientos de dólares por persona al año. Bryant L. Myers opina en su artículo, “*What is Poverty Anyway?*,” (De Todas Formas, ¿Qué es la Pobreza?) que “cuando aquellos que tienen poder sobre otros lo usan para beneficiarse a sí mismo, el resultado es la pobreza”.^{xvii} Esto es contrario a los principios del reino, y la avaricia es un pecado que está afectando a muchas personas en el mundo porque hay una falta de balance entre los pobres y los ricos. “Porque *raíz de todos los males* es el amor al dinero, el cual codiciando algunos, se extraviaron de la fe, y fueron traspasados de muchos dolores (1 Timoteo 6:10, énfasis añadido).

También hay otros problemas asociados a la pobreza que afecta a la gente de estas naciones: la distribución desequilibrada de riquezas, limitaciones climáticas, avaricia, falta de una ética de trabajo, sobrepoblación, maniobras políticas, opresión, hambre, malnutrición y desempleo. Todos estos problemas están relacionados, y existe una relación directa entre la ceguera espiritual y la necesidad física extrema. De acuerdo a las Naciones Unidas, “Más de 800 millones de personas se acuestan a dormir sin comer”.^{xviii} El Nuevo Testamento registra diez ocasiones en las que Jesús fue “movido a compasión”.^{xix} Y cada ocasión fue un encuentro personal con personas necesitadas.

Jesús siempre expresó su preocupación por los pobres. Él verdaderamente es un ejemplo del mensaje de Isaías: “¿No es más bien el ayuno que yo escogí, desatar las ligaduras de impiedad, soltar las cargas de opresión, y dejar ir libres a los quebrantados, y que rompáis todo yugo? ¿No es que partas tu pan con el hambriento, y a los pobres errantes albergues en casa; que cuando veas al desnudo, lo cubras, y no te escondas de tu hermano? (Isaías 58:6, 7, énfasis añadido). Jesús citó a Isaías cuando comenzó Su asombroso ministerio en público, “El Espíritu

del Señor está sobre mí, por cuanto me ha ungido para dar buenas nuevas a los pobres; me ha enviado a sanar a los quebrantados de corazón; a pregonar libertad a los cautivos, y vista a los ciegos; a poner en libertad a los oprimidos; a predicar el año agradable del Señor” (Lucas 4:18, 19, énfasis añadido). De manera que, los obreros misioneros están llamados a seguir también el gran ejemplo de Jesús. La implementación de los negocios creativos pueden ser usados por Dios para hacer cambios significativos en las comunidades a través del ministerio del Espíritu Santo (Romanos 15:13).

LAS IMPLICACIONES ÉTICAS Y DESAFÍOS DE LOS NEGOCIOS COMO MISIÓN

Es importante volver a mencionar las características de BAM antes de describir algunos de los desafíos que enfrentamos hoy en día. De esta manera, el BAM está relacionado a negocios reales, viables, sostenibles y de ganancias; ... el propósito del reino, la perspectiva e impacto; y ... la transformación de personas y sociedades espiritual, económica y socialmente. El BAM de Lausana declara que “al final de cuentas, el BAM es *‘ad maiorem Deo Gloria’* (AMDG, por sus siglas en inglés); para una mayor gloria de Dios”. Por lo tanto, el propósito principal del BAM es el de glorificar a Dios.

La controversia ética de hacer misiones usando la plataforma de los negocios locales es reconocida tanto por los empresarios como los hacedores de tiendas en este punto en particular. La pregunta básica es si se debe considerar ético presentarse uno mismo a un país anfitrión como un empresario sin revelar su vocación misionera cuando para el gobierno es ilegal que los extranjeros propaguen la fe cristiana. Probablemente esta sea la pregunta más crítica que enfrentan los misioneros de acceso creativo. A continuación algunas de las implicaciones éticas y desafíos del BAM cuando es usado como plataforma en los países de acceso creativo donde el país anfitrión no tiene conocimiento de que esto sea un esfuerzo misionero.

¿Un Trabajo Misionero Poco Ético?

Los obreros en la misión necesitan integrar todo lo que hacen en el campo. Para lograr responder la interrogante de si el BAM es poco ético o no, es necesario reconocer la tensión entre los factores internos y externos. Por lo tanto, la respuesta es difícil y puede ser controversial. Las normas éticas deben ser consideradas cuando se conduce un negocio con personas de otras culturas.^{xx} El Concepto de BAM puede ser una estrategia misional apropiada con un entendimiento integral de la vocación, enfocado en el reino de Dios y demostrando respeto a las autoridades locales. En ocasiones los obreros en la misión que están involucrados en el BAM pueden tener conflictos de identidad y quizás sentirse frustrados por el dilema ético. Pudieran sentirse que están viviendo entre dos mundos diferentes, las misiones y los negocios, y ambos elementos deben integrarse. David Barrett y James Reapsome argumentaron que “desde la perspectiva cristiana, la legalidad no es un asunto ético, sino que es puramente un término que describe los requisitos del gobierno secular los cuales pudieran ser arbitrarios, severos, crueles, injustos, efímeros, inconsistentes, inestables o hasta difícil de cumplir”.^{xxi} Por lo tanto, los obreros en la misión de acceso creativo pudieran ser ilegales aunque eso no significa que son poco éticos. Cuando ocurre una situación como ésta, los misioneros y empresarios pudieran perder su influencia en sus comunidades. Stephen Bailey sugiere que la respuesta es un cambio de perspectiva que le permita a los empresarios y misioneros ver todo lo que hacen y todo lo que dicen como una ofrenda ante Dios y como señal de la venida del reino de Jesús.^{xxii}

Consecuentemente, todo lo que los cristianos y misioneros hacen es un acto de adoración (Marcos 12:30), y la integración es vital y posible.

Violación de los Términos del Gobierno en el País Anfitrión

En la mayoría de los Países de Acceso Creativo, la ley juega un papel diferente al del Occidente. La autoridad no descansa sobre el sistema legal abstracto sino que está directamente en las manos de la gente. Estas sociedades permanecen sumergidas en una tradición de poder personal donde el abuso e interés personal es muy común. Para los creyentes, la obediencia máxima es para Dios. En Hechos 5:29, Pedro declara: “Es necesario obedecer a Dios antes que a los hombres”. No obstante, los cristianos también están llamados a someterse a las autoridades (Romanos 13:1). Además, los cristianos deben hacer todo esfuerzo por cumplir con las leyes del gobierno. Sin embargo, cuando las leyes son contrarias a la expansión del reino de Dios, los misioneros pudieran decidir actuar ilegalmente.^{xxiii} Existe una tensión real con este asunto, por lo que es necesario pedirle al Espíritu Santo coraje y sabiduría.

Falta de Testimonio Personal

Los principios del reino se reflejan en el testimonio del misionero a través de sus palabras y acciones. Sin embargo, en ocasiones los misioneros en una misión en el campo hacen cosas que no reflejan los principios del reino. La relación con el país anfitrión se puede afectar por las acciones y promesas falsas. Adicionalmente, la relación diaria a través de los negocios en el mercado expone a los misioneros a compartir sus vidas con autenticidad. Los creyentes están llamados a ser sal y luz en el mundo (Mateo 5:13, 14). La plataforma de los misioneros, su vocación en el país anfitrión, les da una razón lógica como también una maravillosa oportunidad para compartir la fe entre las naciones. Por lo tanto, los obreros en misión están llamados a ser ejemplos de Jesucristo a través de todo lo que hacen en el campo.

Fallando en Desarrollar una Misión Integral

Cuando los obreros en misión se quedan cortos en el desarrollo de una misión integral, descuidan algunos aspectos del proceso integral, y fallan en ver el cuadro completo. El BAM y las plataformas de acceso creativo son estrategias que están dirigidas hacia las necesidades espirituales, físicas y sociales de la gente al hacer actividades de negocios del reino. Los negocios proveen oportunidades diarias para compartir con la gente al establecer relaciones auténticas en el mercado. No hay mejor lugar que éste para conocer la gente tal como son, y amarlas con autenticidad. Por esta razón, es importante analizar los diferentes aspectos de la comunidad con el fin de ser más efectivos.

Teniendo una Motivación Errónea

La motivación juega un rol fundamental en todo lo que hacemos para Cristo. Uno de los desafíos que los obreros en la misión pudieran tener al hacer BAM es que pudieran enfocarse más en las ganancias de sus negocios en lugar de amar a la gente y satisfacer sus necesidades. El resultado puede ser catastrófico dado a la falta de compasión y preocupación por la creación más importante de Dios. El amor y la compasión les permiten a los obreros en la misión seguir su jornada al crear oportunidades de empleo y satisfacer las necesidades más importantes de la gente. Consecuentemente, el negocio en sí es el ‘ministerio’.

Falta de Rendimiento de Cuentas

La falta del rendimiento de cuentas es una tendencia muy común en nuestro mundo hoy en día. También puede afectar a los obreros en misión al recrear un espíritu de auto-confianza. Albergar un espíritu de independencia en tal campo de batalla tiene sus riesgos dado a que el rendimiento de cuentas y la sumisión mutua a los líderes son esenciales. Con el fin de evitar este problema, se debe establecer una clara línea de responsabilidad. Este proceso incluye a las iglesias, las agencias misioneras, los empresarios y los líderes en el campo. De hecho, el apóstol Pablo estimula la sumisión de los unos a los otros (Efesios 5:21).

Impulsado por el Interés Personal en Lugar de los Principios del Reino

Cuando los obreros en misión comienzan a apartarse de los principios y valores bíblicos, el peligro consiste en que comienzan a sentirse impulsados por un interés personal en lugar de los principios del reino. Además de esto, sus prácticas y estrategias no son claras dado a las motivaciones pecaminosas e impías (Gálatas 3:3). Los obreros en misión y los empresarios deben probar sus motivos: “Cualquier motivación basada en el egoísmo, orgullo o avaricia dará mal fruto”.^{xxiv} Siempre es bueno que continuamente le permitamos a Dios escudriñar nuestros corazones para asegurarnos que nuestras motivaciones están conforme a Su perfecta voluntad (Salmo 139:23).

Promoción de Negocios que No Ayudan a la Gente Local

El propósito principal de los negocios del reino es bendecir a las comunidades. Por lo tanto, iniciar un negocio con el único propósito de entrar a un país no es favorable dado a que los negocios del reino deben ayudar a los locales. Es crítico que los obreros en misión y los consultantes desarrollen una planificación estratégica que realmente considere las necesidades más importantes de las comunidades donde han sido llamados a servir. Por lo tanto, tasar las verdaderas necesidades de las comunidades le dará nuevas oportunidades a los empresarios y obreros en misión para expandir el reino de Dios mediante el uso de nuevas plataformas.

RECOMENDACIONES PARA SUPERAR ALGUNOS DE LOS DESAFÍOS

Ed Silviso identifica seis diferencias sociales basadas en Efesios: étnico (ver Ef. 6:12), denominacional (ver Ef. 3:16-21), ministerial (Ef. 4:1-6), género (ver Ef. 5:21-33), generacional (ver Ef. 6:1-4), y el mercado de los negocios (Ef. 6:5-9).^{xxv} Silviso explica cómo el ministerio en el mercado de los negocios debe ir mano a mano con la edificación del reino de Dios y la transformación de diferentes sociedades. Él estimula a la iglesia para sobrepasar las barreras que quedan para integrar el negocio y el ministerio. De acuerdo a Bill Pollard, “En la comunidad mundial de hoy día, el mayor canal de distribución de la ‘sal y luz’ es la comunidad negociante...el mercado de los negocios”.^{xxvi} El acercamiento integral es necesario para ver las verdaderas transformaciones centradas en Cristo ocasionadas por el evangelio en las ciudades y comunidades. Algunas de las recomendaciones para sobrepasar estos desafíos al hacer BAM, son las siguientes:

- a) Enfoque en el reino de Dios mediante la promoción del estudio de este tema en las Escrituras;
- b) Preservar la integridad en medio de la presión;
- c) Diferenciar entre los asuntos legales y éticos;
- d) Comenzar negocios reales, viables, sostenibles y de ganancias que tenga una misión y visión clara, y valores claros;

- e) Entender las diferentes actitudes culturales hacia la ética;
- f) Mantener una comunicación clara y consistente con todas las personas involucradas en establecer un negocio para el reino;
- g) Examinar nuestras motivaciones personales al involucrar a otras personas en el proceso;
- h) Escribir y desarrollar una lista de las mejores prácticas;
- i) Establecer un sistema efectivo para rendir cuentas;
- j) Desarrollar un plan estratégico para tener la seguridad de que el negocio es uno de ganancias, ético y de alta calidad, y también esté centrado en el reino, sea culturalmente relevante, y se preocupe por el ministerio de la persona en su totalidad;
- k) Designar mentores y líderes maduros que puedan proveer cuidado pastoral y supervisar al personal y a los misioneros;
- l) Anticipar desafíos posibles y asuntos éticos, incluyendo estrategias efectivas e integrales para superarlos;
- m) Definir la clase de negocios e iniciativas en las que su ministerio o agencia misionera se estará enfocando, aclarar la clase de relaciones relacionadas a su ministerio;
- n) Tener por escrito las metas comprensibles y las estrategias para la transformación de la gente en las comunidades;
- o) Evaluar periódicamente los resultados y estrategias implementados;
- p) Equipar y entrenar a otros para comenzar negocios a través de la capacitación;^{xxvii}
- q) Establecer consorcios intencionales con otros negocios del reino que comparten valores centrales y misión similares;
- r) Evitar conflictos de interés y otras áreas de susceptibilidad, seguido de un buen negocio como principios de la misión;
- s) Pedir ayuda cuando sea necesario, consultar con otros ministerios para seguir el crecimiento;
- t) Implementar una práctica del reino ética que no contradiga el evangelio.

Los negocios del reino saludables benefician a las comunidades pobres al crear estabilidad en la economía. Además de esto, la gente de los negocios del reino puede también abrir las puertas al evangelio en la mayoría de las áreas restringidas en el mundo. Más aún, cuando los empresarios invierten y desarrollan negocios sostenibles, ellos reducen en gran manera el precio de las misiones extranjeras. Jesús siempre tuvo compasión de los pobres. Por ejemplo, el evangelio de Mateo registra a Jesús teniendo compasión de los pobres. “Oyéndolo Jesús, se apartó de allí en una barca a un lugar desierto y apartado; y cuando la gente lo oyó, le siguió a pie desde las ciudades. Y saliendo Jesús, vio una gran multitud, y *tuvo compasión de ellos*, y sanó a los que de ellos estaban enfermos”.^{xxviii} (Énfasis añadido).

EJEMPOS BÍBLICOS A CONSIDERAR

Las estrategias de los hacedores de tiendas y del BAM son bíblicas, y están basadas en los principios del Reino de Dios. Michael Pocock señala que una de las tendencias más importantes en las misiones mundiales de hoy es el hecho de que nos estamos moviendo de la estrategia de hacedores de tiendas para desarrollar plataformas.^{xxix} Por ejemplo, Daniel, Priscila y Aquila son buenos ejemplos de empresarios que usaron los principios del reino para transformar sus comunidades. Primero, Daniel es un gran modelo para vivir piadosamente en países de acceso creativo. Daniel y sus amigos, Sadrac, Mesac y Abednego pudieron influenciar la mente y el corazón del rey Nabucodonosor y su reino babilónico.^{xxx} Él tenía la gracia y el favor de Dios, y fue escogido como “gobernador de toda la provincia de Babilonia” (Daniel

2:48). Existen tres razones que ayudaron a Daniel para funcionar bien en el reino de Babilonia, permanecer fiel a Dios con tal integridad: “Daniel creyó en la soberanía de Dios, su mente fue moldeada por los principios bíblicos, y él poseyó la valentía en su fe”.^{xxxii} Además, Daniel pudo vivir en medio de un ambiente hostil manteniendo su integridad y pureza de fe. Él fue humilde, y un mensajero digno de Dios (Daniel 10:11, 12).

Segundo, Priscila era una mujer de negocios, asociada a su esposo Aquila tanto en los negocios como el ministerio. Ellos usaron su negocio como plataforma para transformar su comunidad. Lucas la menciona a ella antes que Aquila, lo cual pudiera indicar que ella era la maestra principal (Hechos 18:24-28).^{xxxiii} En Romanos 16, Pablo felicita a sus obreros e incluye a Priscila y Aquila, quienes llevaban su comercio de cuero consigo al mudarse de un lugar a otro, dirigiendo una iglesia en su hogar en cada localidad (v. 5). Priscila y Aquila son mencionados en Hechos 18:2, 18:18a, y 18:26. No sólo fueron valientes al compartir el evangelio, sino que también arriesgaron sus vidas por Pablo (Romanos 16:3, 4).

CONCLUSIÓN

Finalmente, todo creyente necesita jugar un rol activo en la Gran Comisión (Mateo 28:18-20). El BAM es una estrategia útil para compartir el evangelio en diferentes países alrededor del mundo. Hay algunas implicaciones éticas y desafíos presentes, pero hay recomendaciones para evitar estos escollos y analizar las características de las naciones de acceso creativo. Dado a que los misioneros son motivados por el amor de Dios para alcanzar a los perdidos, esta motivación necesita estar enfocada en mantener una relación cercana y centrada en Cristo con Dios. El BAM está arraigado en el amor de Dios por las naciones del mundo desde una perspectiva del reino. Queda la pregunta principal de si es ético usar el BAM como plataforma para compartir el evangelio en países de acceso creativo. En algunos casos pudiera ser ilegal, pero esto no significa que sea poco ético dado a que el llamado supremo es actuar con convicción y compromiso obedeciendo al plan de Dios (Hechos 1:8). El precio y sacrificio final es pagado por los obreros de misión fieles que están en el campo compartiendo su fe a diario, por medio de varias plataformas. Es por el amor que Dios tiene por las naciones de la tierra, de las cuales más de la mitad no han sido alcanzadas, que debemos usar los Negocios como Misión como plataforma para el establecimiento del reino de Dios en cada nación.

NOTAS FINALES

ⁱ Víctor H. Cuartas (D.Min. Regent University) ha estado involucrado en el ministerio pastoral y plantación de iglesias por casi veinte años. Él se ha asociado con diferentes denominaciones para avanzar el reino de Dios a nivel internacional compartiendo la urgencia de entrenar y equipar líderes emergentes. El Dr. Cuartas es profesor de Ministerio Práctico y Misiones Globales en la Universidad Regent en Virginia Beach, Virginia. Es el pastor fundador de la Iglesia de Dios “El Mundo Para Cristo” en Chesapeake, Virginia, y sirvió en la capacidad de director ejecutivo de COMHINA. Actualmente funge como su Director de Investigación y Entrenamiento. Combina es un movimiento misionero que moviliza a los hispanos en los Estados Unidos y Canadá para el evangelizar a los grupos no alcanzados. También es el autor de “Empowering Hispanic Leaders”.

ⁱⁱ David B. Barrett y Todd M. Johnson, *World Christian Trends AD 30-AD 2000: Interpreting the Annual Christian Megacensus* (Pasadena, Calif.: Biblioteca William Carey, 2001), 857-862.

ⁱⁱⁱ David B. Barrett y Todd M. Johnson, "Status of Global Mission, 2007," *International Bulletin of Missionary Research* 31, no. 1, 8.

^{iv} Ver www.joshuaproject.net

^v Comité Lausanne para la Evangelización Mundial, "Negocio como Misión," Manuscrito sin publicar, Lausanne Occasional 59. Tailandia, 2004. http://www.lausanne.org/documents/2004forum/LOP59_IG30.pdf.
Accesado el 26 de febrero, 2009.

^{vi} Ibid., 2004.

^{vii} Ibid., 2004.

^{viii} Tetsunao Yamamori y Keneth A. Eldred, *On Kingdom Business: Transforming Missions through Entrepreneurial Strategies* (Wheaton, IL: Crossway Books, 2003), 8.

^{ix} Steve Rundle y Tom Steffen, *Great Commission Companies: The Emerging Role of Business in Missions*. (Downers Grove, IL: InterVarsity Press, 2003), 41.

^x Tom Steffen, "Making God the Hero-King of the Great Commission Company," *Mission Frontiers* 29, no 6 (Noviembre-Diciembre 2007): 16.

^{xi} Michael Pocock, Gailyn Van Rheenen y Douglas McConnell, *The Changing Face of World Missions: Engaging Contemporary Issues and Trends* (Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2005), 214.

^{xii} La mayoría de los países en la Ventana 10/40 caen están en esta categoría.

^{xiii} "Y será predicado este evangelio del reino en todo el mundo, para testimonio a todas las naciones; y entonces vendrá el fin" (Reina-Valera).

^{xiv} Ver www.joshuaproject.net. Accesado el 18 de febrero, 2009.

^{xv} Ver <http://www.imb.org/globalresearch>. Accesado el 20 de febrero, 2009.

^{xvi} Barrett, 657.

^{xvii} Bryant L. Myers, "What is Poverty Anyway?," in *Perspectives on the World Christian Movement*, 4th edition, eds., Ralph D. Winter y Steven C. Hawthorne (Pasadena, CA: Biblioteca William Carey, 2009), 607.

^{xviii} Naciones Unidas, 2006.

^{xix} Winter, 592. (World Relief)

^{xx} Lilian H. Chaney y Jeanette S. Martin, *Intercultural Business Communication*, 3rd ed. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2004), 56.

^{xxi} David Barrett y James Reapsome, *Seven Hundred Plans to Evangelize the World: The Rise of a Global Evangelization Movement* (Birmingham, AL: New Hope, 1988), 29.

^{xxii} Stephen Bailey, "Is Business as Mission Honest?" *Evangelical Missions Quarterly* 42, no. 3 (Julio 2007): 372.

^{xxiii} Daniel en el Antiguo Testamento, y Pablo en el Nuevo Testamento son buenos ejemplos.

^{xxiv} “Guidelines for YWAM on Business as Mission,” (Guías para el Negocio como Misión del YWAM) YWAMConnect, <https://www.ywamconnect.com/ubasicpage.jsp?siteid=29315&pageid=328906> (accesado el 26 de febrero, 2009)

^{xxv} Ed Silvano, *Anointed for Business: How Christians Can Use Their Influence in the Marketplace to Change the World*. (Ventura, Calif.: Regal, 2002), 87.

^{xxvi} Bill Pollard es el Presidente de la Corporación ServiceMaster.

^{xxvii} El libro “Empowering Hispanic Leaders” por Víctor H. Cuartas, ofrece sugerencias para entrenar a los líderes hispanos que estarán involucrados en el ministerio en varias regiones de los Estados Unidos. Los hallazgos de este proyecto investigativo produjeron información, entendimiento y dirección que pueden contribuir a los esfuerzos imperativos de entrenar líderes emergentes para los grupos hispanos en todo lugar. Los principios revelados en este estudio sobre el entrenamiento al liderazgo hispano probarán ser efectivos para capacitar a los líderes de otros grupos en los Estados Unidos y otros países.

^{xxviii} Mateo 14:13, 14.

^{xxix} Pocock, 212.

^{xxx} Pocock, 230.

^{xxxi} Mans Ramstad, “Daniel as a Model for Godly Living in Creative Access Countries,” *Evangelical Missions Quarterly* 45, no. 1 (2009): 30-35.

^{xxxii} Silvano, 185.

PUBLICACIONES CITADAS

Bailey, Stephen. “Is Business as Mission Honest?” *Evangelical Missions Quarterly* 42, no. 3 (Julio 2007): 372.

Barrett David y James Reapsome. *Seven Hundred Plans to Evangelize the World: The Rise of a Global Evangelization Movement*. Birmingham, AL: New Hope, 1988.

_____, y Todd M. Johnson. *World Christian Trends AD 30-AD 2000: Interpreting the Annual Christian Megacensus*. Pasadena, Calif.: Biblioteca William Carey, 2001.

_____, y Todd M. Johnson. “Status of Global Mission, 2007,” *International Bulletin of Missionary Research* 31, no. 1, 8.

Chaney, Lilian H. y Jeanette S. Martin. *Intercultural Business Communication*, 3rd ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2004.

Cuartas, Victor H. *Empowering Hispanic Leaders: An Online Model*. Fort Worth, TX: Church Starting Network, 2009.

International Mission Board-IMB at <http://www.imb.org/globalresearch>. (accesado el 20 de febrero 20, 2009).

Joshua Project en el www.joshuaproject.net. (accesado el 18 de febrero, 2009).

Comité Lausanne para la Evangelización Mundial, "Business as Mission," Manuscrito Sin Publicar, Lausanne Occasional paper 59. Tailandia, 2004.
http://www.lausanne.org/documents/2004forum/LOP59_IG30.pdf. (accessed February 26, 2009).

Myers, Bryant L. "What is Poverty Anyway?," en *Perspectives on the World Christian Movement*, 4th edition, eds., Ralph D. Winter y Steven C. Hawthorne. Pasadena, CA: Biblioteca William Carey, 2009.

Pocock, Michael, Gailyn Van Rheenen y Douglas McConnell. *The Changing Face of World Missions: Engaging Contemporary Issues and Trends*. Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2005.

Ramstad, Mans. "Daniel as a Model for Godly Living in Creative Access Countries." *Evangelical Missions Quarterly* 45, no. 1 (2009): 30-35.

Rundle, Steve y Tom Steffen. *Great Commission Companies: The Emerging Role of Business in Missions*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press, 2003.

Silvoso, Ed. *Anointed for Business: How Christians Can Use Their Influence in the Marketplace to Change the World*. Ventura, Calif.: Regal, 2002.

Steffen, Tom. "Making God the Hero-King of the Great Commission Company." *Mission Frontiers* 29, no 6 (Noviembre-Diciembre 2007): 16.

Yamamori, Tetsunao y Keneth A. Eldred, *On Kingdom Business: Transforming Missions through Entrepreneurial Strategies*. Wheaton, IL: Crossway Books, 2003.

YWAM. "Guidelines for YWAM on Business as Mission," YWAMConnect, <https://www.ywamconnect.com/ubasicpage.jsp?siteid=29315&pageid=328906> (accesado el 26 de febrero, 2009).