

La Responsabilidad del Cristiano en los Negocios

Timothy D. Terrell
Septiembre, 2003

El Cristiano que toma los conceptos de mayordomía y dominio con seriedad se está convirtiendo en algo poco común en los negocios en los Estados Unidos. Esto está teniendo un efecto devastador en la sociedad a medida de la cultura de los negocios se vuelve anti-Cristiana. En gran parte, esto se debe a un desequilibrio en la manera como los Cristianos han pensado con respecto al trabajo.

La Cristiandad Americana moderna se ha enfocado en reclutar para las misiones, el pastorado, y últimamente, para la “consejería Bíblica” profesional. El reclutamiento ocurre a través de proyectos misioneros de corto plazo, escuelas Cristianas, seminarios y clases de escuela Dominical. Ciertamente no hay nada de malo con estos ministerios, o con alentar a las personas a considerarlos mientras ubican su llamado. Hasta aquí los esfuerzos de reclutamiento parecen haber sido bastante efectivos (aunque no siempre podamos ser capaces de decir lo mismo del entrenamiento que reciben los nuevos reclutas). Hace varios años, cuando estaba enseñando en una gran universidad Cristiana, noté el abrumador número de estudiantes en las clases relacionados con estas metas profesionales. Mientras tanto, algunos programas relacionados con los negocios atraían a menos estudiantes que los programas similares en las escuelas con una cuarta parte de cuerpo estudiantil.

Muchos de estos estudiantes llegaron a la universidad ya convencidos de que no estarían cumpliendo plenamente el propósito de Dios para sus vidas si hacían algo que no estuviese directamente relacionado con el evangelismo o la enseñanza de la Biblia. Después de todo, si no estaban en el “servicio Cristiano de tiempo completo,” ¿cómo podrían estar agradando a Dios con sus vidas? Algunos estudiantes que estaban interesados en los negocios resolvieron su dilema diciéndose a sí mismos (y a otros) que iban a entrar en los negocios para poder evangelizar mejor a los no creyentes en el lugar de trabajo. Algunos dijeron que iban a trabajar en una ocupación “secular” por un tiempo para así ser capaces de reunir un buen fondo para financiar posteriormente la labor misionera. Otros querían una ocupación con la cual pudieran “ayudar a la gente,” y de esta manera descartaban los negocios – los que consideraban como algo orientado a la explotación y que no toma en cuenta las necesidades humanas. No eran capaces de ver que todo negocio rentable puede llegar a ser exitoso sólo llenando las necesidades de los clientes lo mismo que de los empleados y dueños del negocio.

Los sentimientos de culpa y las racionalizaciones asociadas con incursionar en los negocios son completamente innecesarios. Los negocios son un llamado legítimo y honroso, un llamado implicado incluso en los primeros mandamientos dados al hombre por Dios en Génesis 1, como pronto veremos. La moralidad de la vocación empresarial es algo con lo que se debe tratar no más allá del nivel de la escuela secundaria, cuando los jóvenes están comenzando a considerar sus carreras. Quizás, además del viaje misionero de verano a la playa, los adolescentes debiesen también considerar el inscribirse como aprendices bajo la tutoría de líderes Cristianos en los negocios.

¿Qué Debiese Hacer el Empresario Cristiano?

Los Cristianos en los negocios tienen varias responsabilidades clave. Una es emplear *medios* piadosos para lograr las metas de los negocios. El Cristiano en los negocios no debe defraudar a sus clientes (*Lev. 19:35, 36*) o a sus empleados (*Sant. 5:1-5*), sino que debe decirles la verdad a sus clientes y cumplir sus promesas para con sus empleados. Debiese guardar el Día del Señor de una manera santa, refrenar sus manos del robo y pagar lo que deba.

Los *medios* piadosos deben usarse para lograr *finés* piadosos. Como los niños bien catequizados saben el fin principal del hombre es “glorificar a Dios y disfrutar de Él para siempre.” Para un hombre de negocios Cristiano que cumple su llamado, parte del glorificar a Dios será llevar a cabo las órdenes dadas a Adán en Génesis 1: “Fructificad y multiplicaos; llenad la tierra, y sojuzgadla, y señoread en los peces del mar, en las aves de los cielos, y en todas las bestias que se mueven sobre la tierra.” A Adán se le requirió que fuese más allá de las fronteras del Huerto de Edén, modificando de alguna manera el orden creado. Quizá usara el Huerto de Edén como un modelo, e imitar la creatividad de Dios en su alteración de las partes “silvestres” de la tierra. Está claro que Adán y Eva iban a multiplicarse, incrementando así el número de hombres y mujeres que ayudarían en esta tarea. Se necesitarían la planificación inteligente y las herramientas. Se necesitaría producir muchos bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las personas a medida que fuesen llevando a cabo su trabajo. Los negocios de muchos tipos serían vitales para llevar adelante el mandato Bíblico de dominio.

Después de la Caída Adán fue maldecido con la muerte, y con condiciones duras para su trabajo. Fue sacado fuera, Génesis 3:23 dice, “para que labrase la tierra de que fue tomado.” Para ser obediente aún tendría que estar en el negocio de alterar la tierra, aunque ahora con gran dificultad. A Noé, después del diluvio, le fue dado un encargo similar – ser fructífero, multiplicarse y llenar la tierra (*Gén. 9:1*), junto con las criaturas que salieron del arca (*Gén. 8:17*).

De manera que, ¿cómo puede un empresario Cristiano saber cuándo está siendo obediente en su llamado? La gente necesita una incontable variedad de bienes y servicios para sustentar sus vidas, llevar a cabo su labor, disfrutar y cuidar de lo que Dios ha creado y multiplicarse. ¿Cuáles de estos bienes y servicios se necesitan más urgentemente? ¿En qué debiese yo, como creyente con un conjunto único de talentos, involucrarme en el negocio de producir? El economista Cristiano Paul Heyne, tratando con los intereses ambientales en particular, se especializó en esta problema del saber cómo – de manera específica – ser buenos mayordomos de la creación: “Ciertamente vamos casi a fracasar en alcanzar nuestros objetivos si simplemente le pedimos a las personas que sean ‘mejores mayordomos.’ Nadie sabe lo que implica la ‘mayordomía de la creación’ para sus acciones propias. Las exhortaciones para que cambiemos nuestros estilos de vida simplemente no nos dan suficiente información.”¹ El requerimiento de que los empresarios Cristianos “produzcan lo que más se necesite” para hacer una buena labor significa que debemos tener alguna manera de saber con exactitud cuáles son esas cosas.

¹ Paul Heyne, “¿Están los Cristianos llamados a ser ‘Mayordomos’ de la Creación?” *Diario de la Mayordomía* 3 (1993), 21.

El Papel de los Precios y las Ganancias

La información no va a descubrirse por el escrutinio propio o una nueva revelación divina. Se encuentra por poner atención a la comunicación constante de otros con respecto a lo que más necesitan para llevar a cabo sus metas. Esta comunicación se hace de manera rápida y efectiva a través de un sistema de precios. Si se reducen las reservas de petróleo del Medio Oriente debido a una guerra, alguien debe reducir el consumo de petróleo. Claro que si los usuarios del petróleo fuesen entrevistados y se les preguntara si estarían dispuestos a renunciar a su consumo usual para el beneficio de alguien que “lo necesitara más, “ no obtendríamos ninguna información útil. No se esperaría que ningún cliente individual supiera como es que el valor que invierte en petróleo se compara con el valor que otros podrían darle al mismo petróleo. Pelear por ello dejaría el petróleo en las manos del individuo más fuerte, quien no necesariamente es quien puede hacer el mejor uso de él. De manera que los clientes concuerdan en comparar valores ofreciendo cantidades de otros bienes (o de dólares que comprarían esos bienes) al vendedor. El hablar es barato, pero la disposición a sacrificar otros bienes para obtener el petróleo es evidencia del valor que el comprador pone sobre él.

Al mismo tiempo, la gente que podría ser capaz de producir petróleo mira los más altos precios que podrían obtener los vendedores del petróleo, y consideran entrar en el negocio. Las ganancias elevadas son una señal de que los recursos necesitan ser redirigidos hacia el negocio que está generando algo de alto valor. Las ganancias ayudan a la persona a determinar cuáles bienes y servicios están satisfaciendo las necesidades más intensas del momento, de manera que, por ejemplo, los negocios no están malgastando tiempo y materiales construyendo casas cuando las medicinas son lo que se necesita con más urgencia. Una encuesta, o una comisión del gobierno, no pueden esperar resolver este problema de asignar recursos.

Alguien objetará que las metas de nuestros congéneres tienen a menudo son viles y poco nobles, de manera que los artículos que no debiesen tener un elevado valor de hecho atraen recursos para su producción. Y es verdad que el sistema de mercado conduce a las recompensas monetarias para aquellos que responden a la demanda de pornografía, al *crack* o a la cocaína. Lo que el mercado produzca solo será tan virtuoso como la gente que se halle en él, y un negocio rentable no es necesariamente un negocio moral.

Sin embargo, la debida repugnancia que tengamos por ciertos productos de un sistema de precios no cambia el hecho de que el sistema aún está realizando su función más básica bastante bien – comunicar la relativa intensidad de varias necesidades sentidas. Si la pornografía se vende en el mercado, no es culpa del sistema de precios sino de la gente cuya depravación les conduce a desearla, o a ofrecerla en venta. Nuestra desaprobación de tales transacciones debiese llevarnos a suplicarle a Dios que cambie los corazones de los hombres, y que actúe para convencer a otros de la inmoralidad de sus acciones. Esto es preferible a trastocar todo el proceso de intercambio del mercado lo que les permite a los individuos buscar lo que valoran. Al estorbar la obra del mercado, como hace el socialismo, privaríamos a los empresarios individuales de la información que les diga si producir alimentos para los hambrientos, casas para los que necesitan refugio, medicina para los

enfermos, o ropa para quienes no la tienen. De modo que, cualquier intervención estatal para impedir que se lleven a cabo las transacciones del mercado debiese limitarse a casos bien definidos que se ajusten a la jurisdicción Bíblica del estado – tales como prohibir la prostitución o contratar asesinos.

La Vocación Empresarial

Así que, los Cristianos en los negocios tienen la responsabilidad de usar medios piadosos para tomar dominio sobre la tierra, satisfacer necesidades humanas legítimas para que cada persona pueda ser “fructífera” y “multiplicarse,” dando gloria a Dios. No debiésemos considerar a los precios y a las ganancias como un “mal necesario” que debe ser tolerado para que los propósitos más elevados puedan llevarse a cabo. Más bien, debiésemos verlos como un método necesario para comunicar nuestras variadas necesidades en un mundo complejo. Los empresarios que estén involucrados en llenar estas necesidades de una manera práctica debiesen ser objeto de admiración e imitación, no de desprecio. Y los jóvenes Cristianos que buscan su llamado no debiesen tener que racionalizar una carrera en los negocios, sino que deben comenzar a verla como una vocación digna de elogio.

Timothy Terrell enseña economía en una pequeña universidad en Carolina del Sur. También es Director del Centro para la Ley y la Economía Bíblica, en <http://www.christ-college.edu/html/cble/>.