

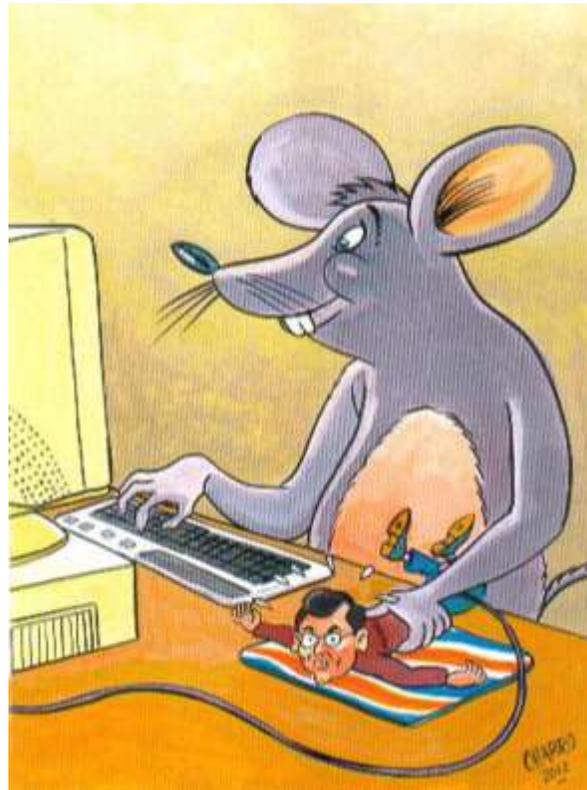


CALIFORNIA BIBLICAL UNIVERSITY OF PERU

# 1

## MARKETING: FORMACION EMPRESARIAL

Por Moisés Chávez



**EL CHE-RATON Y SU PODEROSO  
MOUSE MARCA "CALONGO"**



## PROLOGO

*Marketing 1: Formación Empresarial* es el volumen introductorio de la Serie MARKETING de la Biblioteca Inteligente.

La Serie MARKETING consta de siete volúmenes destinados a la formación de empresarios con éxito. Señalamos con letras negritas el presente volumen:

- MARKETING 1 Formación Empresarial**
- MARKETING 2 Liderazgo empresarial
- MARKETING 3 La Inteligencia Emocional
- MARKETING 4 Kashrút: Calidad y Excelencia
- MARKETING 5 La Praxis Correcta y Vital
- MARKETING 6 La Mujer Empresaria
- MARKETING 7 Tu Empresa Personal

\* \* \*

La Serie MARKETING está formada por los materiales de varios cursos maratónicos de la Santa Sede para micro y macro empresarios diseñados con la metodología del estudio de casos. Ella abarca los siguientes volúmenes:

*Marketing 1: Formación Empresarial* es una introducción a la temática del Marketing que enfoca lo que generalmente se obvia en otras obras sobre el tema: Que está en la voluntad de nuestro Creador, en relación con nuestro planeta Tierra, que sus habitantes seamos emprendedores o empresarios. Que a lo largo de nuestras vidas

implementemos empresas, grandes y pequeñas, y las dotemos de continuidad y solvencia a fin de que perduren y sean un factor de estabilidad en la vida personal, familiar, nacional y mundial.

Las instructivas y normativas divinas se encuentran engastadas en la Toráh desde la primera página del libro de Génesis, pero la hermenéutica tradicional no las ha hecho resaltar como es debido. Recién el desarrollo de la Misionología ha abierto ante nuestra vista este campo de par en par; por lo que el lector hará bien con examinar nuestra obra sobre la *Misionología*, el Volumen 9 de la Serie TEOLOGIA CIENTIFICA de nuestra página web Biblioteca Inteligente.

*Marketing 2: Liderazgo empresarial* se compone de dos partes:

La Primera Parte es una antología de historias cortas como las que solemos someter al estudio de casos en nuestros cursos de Marketing. En este caso este volumen viene a ser la separata gemela del volumen anterior.

La Segunda Parte es una exposición de la base conceptual del liderazgo empresarial.

Las palabras “empresa” y “empresarial” provienen del verbo “emprender”, que es comenzar una acción o actividad importante; una acción caracterizada por el objetivo y la consecución de Crecimiento y Continuidad que definen toda empresa. Estamos hablando de algo sustancial que puede ser no-visible institucionalmente, pero su impacto en la sociedad se hace evidente en su prestigio y solvencia generacional.

*Marketing 3: La Inteligencia Emocional* trata del factor *sine qua non* de toda empresa exitosa: La Inteligencia Emocional o EQ (*Emotional Quotient*) de sus agentes que garantiza el éxito más que su Inteligencia Intelectual o *Intelligence Quotient* (IQ), porque no es otra cosa que la Sabiduría práctica de la cual nos hablan la Biblia y la literatura del movimiento sapiencial de Israel.

Podrá haber grandes proyectos y capitales de base; pero si falta o escasea la Inteligencia Emocional en sus agentes no habrá empresa ni empresarios, teniendo en cuenta que empresarios son todos los que trabajan en la empresa y no sólo los que ocupan el sitial gerencial.

*Marketing 4: Kashrút: Calidad y Excelencia* trata de lo que es correcto en todo emprendimiento y en todas las esferas de la actuación humana. Pero en el presente volumen enfocamos la responsabilidad de los agentes del Marketing en lo que respecta a la salud y la alimentación sana que están en la base de lo que se denomina “calidad de vida”.

El término *Kashrút* es hebreo y significa “lo que es correcto”. Los sabios de Israel han elaborado bastante al respecto y tienen mucho que compartir con todo el mundo, porque su reflexión se fundamenta en la Toráh, en las Sagradas Escrituras que han llegado a bendecir a toda la humanidad, sobre todo en lo que se refiere a la ecología, y en estos trágicos tiempos que nos ha tocado vivir, en lo que se refiere a contrarrestar la pandemia del Coronavirus y toda enfermedad y epidemia.

*Marketing 5: La Praxis Correcta y Vital* es una exposición de la *Teología Práctica*, la ciencia que trata de los principios universales derivados de la Biblia que tienen que ver con el sentido común, con el incremento de la inteligencia emocional, con la conservación

del medio ambiente, con la implementación de la seguridad y con la sustentabilidad en todo tipo de empresas. Respecto de la *Teología Práctica* ampliamos en el Volumen 7 de la Serie CIENCIAS BIBLICAS.

La docencia de la Teología Práctica ha producido en el seno de la Santa Sede una secuela de materiales inspirados por el libro de los Proverbios de Salomón, como el Volumen 11 de la Serie EDUCACION sobre el *Movimiento Sapiencial* y nuestra obra intitulada, *Los 500 Proverbios de Moisés*, incluida como Volumen 7 de la Serie EXITOLOGIA.

La temática del presente volumen ha sido expuesta en los Cursos Maratónicos de la Santa Sede con varios títulos estratégicos, entre los que destaca el de “Teología del Exito”.

*Marketing 6: La Mujer Empresaria*, por la Dra. Amanda de Chávez, una exitosa empresaria, forma parte del volumen que sirvió de material bibliográfico del Módulo Académico de Ginecología en la Santa Sede, y ha sido diseñada para mujeres que tienen acceso a la Biblia como la instructiva divina para la prosperidad y el éxito empresarial.

La *short-story*, “Mi alma gemela” cumple el objetivo de aclarar los conceptos de empresa y de empresarias. Su autora, la Dra. Amanda de Chávez, se identifica plenamente con la plataforma de la escritora Kim Kiyosaki para el asesoramiento financiero de la mujer. Es a ella a quien Amanda considera su “alma gemela”.

*Marketing 7: Tu Empresa Personal* también es obra de la Dra. Amanda de Chávez y enfoca de una manera muy especial la Empresa Personal, en la mayor parte de las veces pequeña — “micro-empresa” —, que puede ser muy eficiente y productiva si se siguen las normas de la manera correcta.

En su curso sobre la Mujer Empresaria en el Módulo de Ginecología en la Santa Sede la Dra. Amanda de Chávez enfocó prioritariamente la Empresa Familiar y mostró que esta modalidad de empresa tiende a perpetuarse y a incrementarse de manera exponencial. En el presente volumen ella nos muestra cómo una Empresa Personal pequeña puede convertirse en una empresa familiar e incluso en una empresa generacional.

\* \* \*

Los volúmenes de la Serie MARKETING tienen como común denominador su enfoque misionológico, por lo que aconsejamos examinarlos de la mano con el Volumen 9 de la Serie TEOLOGIA CIENTIFICA que tiene el título de, *La Missio Dei - Misionología*.

La Serie MARKETING intenta enfocar las fases de una empresa que por lo general no son enfocadas con amplitud en las obras sobre el tema, concentradas en detalles transaccionales. Poco se enfoca las fases de la producción, del desempeño de los obreros involucrando su propia seguridad y la seguridad de lo que producen, de su embalaje, de su transporte y su consumo. Estas son fases que tienen que ver prioritariamente con la ética y la eficiencia.

Constituyendo el Marketing un aspecto de la vida sana y productiva que está en el sustrato de lo que el científico Nikola Tesla cataloga como “progreso de la mano de la tecnología”, la Serie MARKETING se complementa con los diez volúmenes de la Serie EXITOLOGIA que enfatizan en el logro del éxito en la vida:

EXITOLOGIA 1	Exito en la vida
EXITOLOGIA 2	La Praxis Correcta y Vital
EXITOLOGIA 3	Praxis Correcta y Malpractice
EXITOLOGIA 4	La Mujer Empresaria
EXITOLOGIA 5	El Tratado de los Principios
EXITOLOGIA 6	La Llave del Exito
EXITOLOGIA 7	Los 500 Proverbios de Moisés
EXITOLOGIA 8	La Inteligencia Emocional
EXITOLOGIA 9	La Inteligencia Espiritual
EXITOLOGIA 10	Shilicología en acción

\* \* \*

Las citas bíblicas en la Serie MARKETING provienen de la *Biblia Decodificada*, la versión oficial de la Santa Sede.

En el diseño de la cubierta el Ché Raton (que suena tan exclusivo como el Sheraton) es un epíteto del autor del presente volumen con el cual era conocido en la Santa Sede.

En la Serie MARKETING todos los volúmenes han sido incluidos de manera independiente en la página web Biblioteca Inteligente:

[www.bibliotecainteligente.com](http://www.bibliotecainteligente.com)

Para profundizar lo que respecta a temas de Marketing y Calidad de Vida visita nuestra casa en internet. Aquí tienes la llave para que entres:



En cuanto a *MISIONOLOGICAS*, el Boletín Semestral de la Santa Sede, para recibirlo en tu email escribe a la Dra. Silvia Olano, Secretaria de la CBUP, al email:

[cebcarcup@gmail.com](mailto:cebcarcup@gmail.com)

¡Seas bienvenido al apasionante mundo del MARKETING!

Dr. Moisés Chávez,  
Editor de la *Biblia Decodificada*  
Revisor Principal de la Biblia RVA  
Director del CEBCAR Internacional  
Director Académico de la CBUP





**CONTENIDO:**

**PROLOGO**

**UNA MUJER CON ANGEL  
(Historia Motivacional)**

**INTRODUCCION**

**FORMACION EMPRESARIAL**

EL CONCEPTO DE EMPRESA

LA BIBLIOTECA EMPRESARIAL

**PARADIGMAS EMPRESARIALES**

Thomas A. Edison

Henry Ford

John D. Rockefeller

Alexander Graham Bell

Bill Gates

Michael Dell  
Ted Turner

EL BOOM DE LA PUBLICIDAD

MODALIDADES DE EMPRESA

LA LEY DE METCALF  
Y EL VALOR EMPRESARIAL

COMO FUNCIONA  
LA LEY DE METCALF

LOS FUNDADORES DE LA EMPRESA  
CEBCAR-CBUP

REDES INTERNAS Y EXTERNAS

EL CEBCAR Y LA CBUP  
COMO CASOS DE ESTUDIO

EVENTOS EN RED  
DEL CEBCAR Y LA CBUP

PLATAFORMAS MISIONOLOGICAS  
DE LA CBUP

LA PLATAFORMA EMPRESARIAL

EL ROL DIRECTRIZ DE LA ACPCA

EL ENFOQUE MISIONOLOGICO

PRINCIPIO MISIONOLOGICO  
DE RECREAR EL MUNDO

EL PRINCIPIO MISIONOLOGICO  
DE RESTAURAR EL MUNDO

LA TEOLOGIA PRACTICA  
Y LA EMPRESA EXITOSA

CAPACITACION PARA LA VIDA

LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS PRACTICOS

RADIO DE APLICACION UNIVERSAL

SECUELAS DE LA PRACTICA  
DE LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS

COMPROMISO PERSONAL CON  
LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS

PONENCIAS DE  
EMPRESARIOS EVANGELICOS

EL PROBLEMA DE ACTITUD  
Y MENTALIDAD

**BIBLIOGRAFIA**

## UNA MUJER CON ANGEL Historia Motivacional



Cierto día, cuando terminé de imprimir mi libro, *El Diario del Capitán*, que trata de la actuación de mi abuelo Zaturmino Chávez Baella en la Guerra del Pacífico, le leí el primer capítulo a mi mujer, y le dije emocionado:

—¿Ya ves? ¡Te has casado con el nieto de un héroe!

—¡Elay puéj! —respondió, atragantándose de risa—, pero no con el héroe.

A la verdad, ella no necesita de más héroes. Ya tiene a su Engelbert Humperdinck con su voz angelical. Ya tiene a su Roger Moore y a su Tony Curtis, dos tipos audaces. Ya tiene a su Peter Falks, el Teniente Columbo del Departamento de Homicidios. Y al que hace de Sherlock Holmes y dice a cada rato: “¡Elemental, mi querido Watson!” —Así me paraba diciendo ella en nuestra luna de miel—.

No sé si para provocarme a celos, o de puro quemasangre que es, me para hablando del amor, de la fidelidad, de la devoción que el Teniente Columbo le profesa a su mujer, que dicho sea de paso, ella jamás la ha visto en la pantalla chica y menos sabe cómo se llama.

Puede ser que el nada perfecto Columbo haya tenido una mujer perfecta. Yo no he merecido esa bendita suerte. Hubo un tiempo en que a la mía se le dio por lavar dólares. Cuando echaba mis camisas a la lavadora, no revisaba los bolsillos, y mis dólares quedaban perfectamente lavados con ACE.

Mi mujer simplemente es. . . Masque después te explico.

\* \* \*

Rabi Zeev Koffman, de París, solía decir: “La mujer más bella del mundo no te puede dar más de lo que tiene.” Pero la mía me ha dado algo de sumo valor al impulsar la producción de mi obra literaria a la que ahora todos tenéis acceso vía Internet en mi página web Biblioteca Inteligente.

—¿Cómo así, doc?

—¡Elemental, mi querido Calongo! Cuando ella llegó a Lima para nuestra boda, hacía dos años que yo había terminado mi labor en la publicación de la Biblia Reina-Valera Actualizada (RVA) en Estados Unidos y me encontraba trabajando en la producción de mi *Diccionario de Hebreo Bíblico*. Y ella, que es graduada de administración de empresas en la Universidad Nacional Mayor de San Andrés, de la Paz, vio el lado empresarial de mi trabajo y lo rediseñó como una empresa que ella misma administró con el nombre de Centro de Estudios Bíblicos “Casiodoro de Reina”, lo que le hizo merecer un doctorado *Honoris Causa* en la Santa Sede.

—¡El famoso CEBCAR!

—Así es, estimado Calongo. Era la primera vez que la iniciativa, el financiamiento y la administración de una empresa editorial evangélica exitosa eran totalmente nacionales. Y con el devenir del tiempo el CEBCAR llegaría a implementar otra empresa editorial aun más grande: La California Biblical University of Peru (CBUP).

\* \* \*

—Pero, ¿de dónde deriva tu mujer esa capacidad para atrapar el éxito?

—Yo le he hecho esa misma pregunta. Y ésta fera su respuesta: “¡Elemental, mi querido Watson!”

—¿Te reveló su secreto?

—Me dijo que la deriva de las conferencias magistrales de su “Angel”, “el más grande estratega de empresas a nivel mundial”.

Hubo un tiempo que se encerraba en el dormitorio y se ponía a escuchar a todo volumen las conferencias de ese charro, y de rato en rato se estremecía de emoción y de risa.

Yo irrumpí una vez para ver qué escándalo era ése, y al escuchar parte de su conferencia, le dije:

—¡Masque, espérate!

Fui corriendo al armario, saqué mi pistola, y tomé el manuscrito de mi libro de *Formación Empresarial*, que estaba puesto debajo. Y le dije:

—Cuando se acabe la conferencia de tu Angel, léete esto que yo he escrito.

Y para que de veras lo leyera, le di, *ipso facto*, un adelanto de 250 nuevos soles.

\* \* \*

Ella lo leyó enterito, y me dijo:

—Lo que tú has escrito es exactamente lo mismo que dice mi Angel. ¿Te lo has pirateado de él?

—No. Yo lo he pirateado de la Biblia.

—¡Ay, amor! ¡Tu libro es super! Y pensar que para escuchar esto mismo que escribes, estuve toda una tarde parada en esa porquería de cola de cuatro cuerdas de largo, para poder ingresar y encontrar asiento en el coliseo de Don Bosco.

Toda una tarde haciendo cola para mirar y admirar a su Angel. ¡Y teniéndome a mí, que soy GRATIS y sin cola!

Ella prosigue:

—¡Y pensar que cada uno de los que estábamos esperando para entrar al Coliseo Cerrado de Don Bosco para escuchar a mi Angel habíamos pagado previamente 50 dólares por la entrada. Y éramos pocos, en comparación con otros países. Solamente éramos 10,000 personas, y si a este número lo multiplicas por 50, era de sólo 500,000 dólares la suma recolectada por su conferencia magistral.

Le digo:

—Sí, pues. . . ¡Poca cosa!

Me dice:

—Yo ya había escuchado esa misma conferencia, con los mismos chistes y con las mismas lisuras, en un video pirateado, pero para mi *curriculum vitae* necesitaba el certificado que dan y su autógrafo sobre mis copias no pirateadas de sus libros.

—Sí, pues. . . La nobleza obliga.

—Es que lo que dice, vale la pena. Y la gente prefiere escucharlo de la boca de él, sazonado con lisuras, que de boca de cualquier religioso de la “baticueva”.

\* \* \*

El 9 de noviembre de 1992 me llevó al Hotel Sheraton de Lima para que conociera a su Angel. Y he aquí que apareció el Licenciado Miguel Angel Cornejo y Rosado, que ni siquiera era rosado. Era marrón, o como dice ella, “color café Copacabana”, su marca preferida. Entonces se acordó del chiste italiano que le contaron en su Pasanaku, en su club de mujeres.

El Evo, que estaba de visita de estado en El Vaticano, se dio una escapadita y se fue en busca de una Eva a una casa di amore. La madonna le miró con compasión y le dijo:

—¿Quieres con ángelo o senza ángelo?

El le preguntó:

—¿Y cuánto, pues, cuesta sin ángelo?

Le dijo:

—¡Iguale!

Le dijo:

—Entonces, ¡con ángelo!

Ella lo llamó:

—¡Angellooo!

Y se abrió una portezuela secreta, y salió calatieri un enorme y musculoso negro ante cuya presencia el pobre Evo se puso a temblar como si fuera de gelatina.

Y nada puede rescatarla de su ataque de risa.

\* \* \*

—En su conferencia magistral en el Sheraton, el Angel empezó por desarrollar la tesis de que en la Guerra Fría no ganó ni el comunismo ni el capitalismo.

—¿Quién ganó, entonces?

—Ganaron la Excelencia, la Competitividad y la Calidad, representados por el Japón, por sus satélites financieros e industriales del Lejano Oriente (Corea del Sur, Taiwán, Singapur) y otros pueblos que gradualmente se suman a la nueva modalidad, incluido Estados Unidos, que viene aprendiendo a competir bajo nuevos parámetros, para no perder ante el bloque financiero de la “nueva opción”.

—¿Y cuál es el arma de la victoria, doc?

—El arma, mi estimado Calongo, es la CCC. La primera C es CALIDAD; la segunda C es CONOCIMIENTO, y la tercera C es COLEGIATURA. El desarrollo de las tres C fue el tema de fondo de su conferencia magistral en el Hotel Sheraton.

—Sí, doctor, pero con respecto a su mujer, Amanda. . .

\* \* \*

Respecto de la CALIDAD enfatizó en los réditos que hay en mantenerla a un bajo costo una vez lograda a un alto costo.

Respecto del CONOCIMIENTO dijo que hay que adquirirlo venga de quien venga, sin remilgos no-alienados. Y no tuvo reparos en lanzar diatribas contra los sobretonos nacionalistas y los arquetipos negativos de sus paisanos de México: Los sietemachos, los sábelotodos, los inventatodos.

Respecto de la COLEGIATURA, se llama así en México a la deuda contraída por la instrucción que recibimos y que sólo cumplimos en pagar a nuestro país y a la humanidad cuando nos convertimos en “las manos de Dios”, los instrumentos y recursos por medio de los cuales Dios ha establecido que su mundo sea administrado con inteligencia y justicia. En otras palabras, cuando proveemos para dar becas y plazas de trabajo a los chicos y chicas que nos siguen en la historia de la empresa nacional. De otro modo esas mismas manos pueden convertirse en agentes potenciales de la anti-misión, cuyas consecuencias son la destrucción de nuestros semejantes y de los recursos de nuestro planeta.

—Sí, doctor, pero con respecto a su mujer. . .

\* \* \*

Miguel Angel Cornejo, como su paisano, Carlos Cuauhtémoc Sánchez, surge como conciencia humana y hace oír su voz ante las multitudes que se escaparían de un enfoque similar de boca de los religiosos y teólogos de “la baticueva”, de los misioneros que nada saben del éxito y de la competitividad, y que nunca han visto la prosperidad que predicán. Y aunque no llega a definir el concepto de *Missio Dei*, da a entender que ellos no serán

finalmente los que la lleven a cabo, porque Dios tiene sus propios agentes secretos que vos ni te imaginas, Calongo. . .

—Pero supongo que no son “misios” ni “neros”, doc. . .

—Son los agentes secretos de Dios como el mismo Cornejo, que ha logrado convertir la fábrica y las grandes corporaciones en templos donde realmente se manifiesta la gloria del mensaje de Dios.

—Sí, doctor, pero con respecto a su mujer. . .

—¿Qué diablos tienes tú con mi mujer, Calongo?

—¡Que es una mujer “con ángel”!

o o o

## INTRODUCCION

Quienes tienen acceso a la Toráh, la Biblia, como instructiva divina para la prosperidad y el éxito, se verán en ventaja para entender con mayor facilidad el concepto de “empresa” en conexión con la Misionología, en particular con el concepto de *Missio Dei* o “Misión Divina”.

### EL ENFOQUE MISIONOLOGICO

La ciencia de la Misionología ha sido desarrollada en el siglo pasado como que explora la interrelación teleológica (que persigue un fin, un propósito) del Creador con su Creación, y de manera especial con el ser humano sobre el planeta Tierra.

Está en la voluntad de Dios que seamos empresarios o emprendedores; que a lo largo de nuestras vidas implementemos empresas y las dotemos de continuidad y solvencia, a fin de que perduren y constituyan un factor de estabilidad en la vida personal, familiar, de la nación y del mundo.

Las instructivas y normativas divinas se encuentran en la primera página del libro de Génesis, en un texto que es denominado por los investigadores bíblicos, “Mandato Cultural”. Me refiero a Génesis 1:18 que dice: “Dios los bendijo y les dijo: ‘Sed fecundos y multiplicaos. Llenad la Tierra; conquistadla y tened dominio sobre los peces del mar, las aves del cielo y todos los animales que se desplazan sobre la tierra.’”

\* \* \*

El concepto de “conquistar la Tierra” se refiere al incremento de la ciencia y de la tecnología para dominar y utilizar las fuerzas secretas del planeta, lo cual abarca la “conquista del espacio”.

El mandato de crear cultura a partir de lo creado por Dios está bien designado como “Mandato Cultural”, pero la Misionología lo enfoca como algo más profundo y sustancial: Es un aspecto de la Misión de Dios con proyecciones soteriológicas (relativo a la restauración de la Tierra y sus habitantes en medio del universo), porque la tecnología contribuye a mantener la vida del ser humano en nuestro planeta, por ser él mismo el objetivo del Plan Soteriológico de Dios en toda su dimensión y en cada uno de sus aspectos. Si la especie humana se hubiera ya extinguido no tendría razón de ser el concepto de la *Missio Dei*, y la trayectoria del hombre sobre la superficie de la Tierra habría sido semejante a la de los dinosaurios y otros animales ya extinguidos.

\* \* \*

La visión de las cosas que da la Misionología está en estrecha relación con la responsabilidad ecológica del hombre. “Conquistar la Tierra” no se refiere a las guerras de conquista entre unos grupos humanos y otros, sino a la investigación científica, a la experimentación con plantas que curan y plantas que matan, al incremento del potencial genético de las semillas, etc.

El ser humano ha recibido la misión de crear cultura, tanto cultura material como cultura espiritual. La hermenéutica bíblica tradicional no ha hecho resaltar estos conceptos, los cuales recién han sido desarrollados por la Misionología. El lector sacará mucho provecho al examinar nuestra separata académica de *Misionología*, que está a vuestra disposición en nuestro stand a cargo de la Dra. Silvia Olano García.

## TEOLOGIA DEL EXITO

El manual más calificado del éxito es la Toráh o la Biblia Hebrea. Sus historias cortas, sus formulaciones normativas y los testimonios personales respecto de las bondades de Dios engastados en sus salmos y poemas tienen como propósito enseñarnos a vivir auténticamente. Pero sus enseñanzas no podrán impactar a nadie si no son vividas, y para esto se requiere antes estudiarlas sistemáticamente. Esto es materia de la presente separata académica que nos enseña a extraer del texto bíblico los principios teológicos que manifiestan la voluntad divina para la felicidad del hombre.

\* \* \*

La Toráh enseña que el propósito de sus instructivas es que tengamos éxito en todo cuanto emprendamos y que todo nos salga bien. Así está escrito en Josué 1:8: “Nunca se aparte de tu boca este libro de la Toráh. Más bien, medita en él de día y de noche, para que guardes y cumplas todo lo que está escrito en él. Así tendrás éxito, y todo te saldrá bien.”

La palabra Toráh pudimos haberla traducido como “instrucciones”, porque eso significa. Pero como significa mucho más, preferimos transcribirla en lugar de traducirla, porque su traducción la limita, como cuando se la traduce con la palabra “ley”.

Para empezar, la Toráh no pretende contener las instrucciones de los más sabios de los hombres, sino instrucciones del Creador, quien nos ha hecho y sabe como funcionamos como seres humanos con la plenitud de nuestro potencial, y cómo podemos aprovechar mejor la capacitación para que todo nos salga bien.

\* \* \*

Etimológicamente, *Toráh* proviene del verbo hebreo que significa “tirar” flechas con el arco. Más concretamente, proviene de la forma causativa del verbo, que se traduce “enseñar a tirar”.

Con el transcurso del tiempo llegó a significar simplemente “enseñar”, pero con un claro objetivo. Pero la etimología nos enseña que se trata de enseñarnos para que podamos

dar en el blanco de nuestras vidas, es decir, para que podamos vivir plenamente y logremos los objetivos de Dios para cada uno de modo personal.

Cuando fue escrito el libro de Josué, del cual hemos derivado el texto citado, la Biblia no existía como Biblia, como una gran biblioteca en un solo tomo, como la tenemos ahora. Y tratándose de un libro, de un rollo aislado de papiro, juzgamos conveniente referirnos al mismo como *Toráh*, como el conjunto de instrucciones divinas que fue implementado con el paso del tiempo.

\* \* \*

La edición de la Biblia que hemos citado, la Biblia Reina-Valera Actualizada, traduce fielmente la palabra hebrea *tatsláj*, como “tendrás éxito”, pues de la misma raíz verbal deriva el sustantivo que se traduce “éxito”: *הַצְלָחָה* (léase: *jatslajáh*), una palabra muy “exitosa” en el hebreo moderno del Estado de Israel.

La *Toráh* nos enseña muchas cosas respecto del éxito o *jatslajáh*.

Pero si usas otra edición de la Biblia española es posible que el valioso tema del éxito se te escape de las manos si en lugar de “tendrás éxito” traducen “seas prosperado”. También es una traducción buena, pero lamentablemente en nuestro tiempo ha sido manoseada con intereses vedados por individuos que marketean la Teología de la Prosperidad, enfocada mayormente a la justificación de las ganancias deshonestas por parte de los religiosos de Enlace TV y de Cash Luna.

A propósito, aprende una expresión exitosa en hebreo moderno: *¡Be-jatslajáh!*, literalmente, “con éxito”, o mejor traducida como: “¡Qué tengas éxito!”

¡Que tengas éxito en la asimilación de los conceptos revolucionarios que serán impartidos en la presente separata académica de Teología Práctica!

## EL EXITO Y LA VIDA

La *Toráh*, la instructiva divina, no tiene como objeto hacer que tu éxito sea algo distanciado, separado o divorciado de tu vida. Esto nos enseña otro texto de la *Toráh* que se encuentra en Deuteronomio 30:15, 16: “Mira, pues, yo pongo hoy delante de ti la vida y el bien, la muerte y el mal, con el fin de que ames al Señor tu Dios, que andes en sus caminos y que guardes sus mandamientos, sus estatutos y sus decretos que yo te mando hoy.”

La Biblia te enseña a hacer de tu misma vida, de tu existencia, tu obra de arte. Esta distinción es enfatizada en las conferencias magistrales y en las obras editadas por el exitólogo mexicano Carlos Cuauhtemoc Sánchez; sobre todo aquellas que tienen como objetivo apartar a los adolescentes de la drogadicción. Simplemente, por más éxito que tenga en otros campos, un drogadicto no vive su vida con éxito.

\* \* \*

Deuteronomio 30:15, 16 nos enseña, además, lo que es fundamental en la práctica de las enseñanzas de la Biblia: Que el éxito deriva de la obediencia a Dios, la cual es

resultado de amarle, lo cual es resultado de conocerle. Sobre el fundamento de esta experiencia personal la Teología Práctica nos enseña a derivar los principios teológicos universales contenidos en la Toráh y a aplicarlos en todos los aspectos de la vida.

El objetivo de “la vida y el bien” se identifica con el objetivo de la “calidad de vida” y sus consecuencias materiales y espirituales, como fueran expuestas por el Dr. Carlos Casanova Lenti en su relación con la medicina naturista, la alimentación, el entorno físico (que él llama “el ropaje exterior”). Estos conceptos expuso ante los estudiantes de la CBUP en una Conferencia Magistral en su Clínica Naturista, en Santa María de Huachipa, Lima.

## **EL CONCEPTO MODERNO DE MARKETING**

Sólo tras lo expuesto arriba es posible tratar con éxito del tema del moderno concepto de Marketing.

El Marketing, que es el tema central de la Serie MARKETING, es una empresa que consolida las demás empresas que puedan surgir en el mundo empresarial, porque lleva los recursos empresariales, sobre todo las patentes, a la conformación de un sinnúmero de nuevas empresas.

Así es como define el concepto de “Marketing” el diccionario francés, *Le Petit LAROUSSE Illustré* del año 2014:

*Marketing es una palabra inglesa que deriva de market, “mercado”, y se refiere al conjunto de acciones coordinadas —como son el estudio del mercado, la publicidad, la promoción respecto al lugar de las ventas, la investigación de nuevos productos, etc.— que concurren al desarrollo de la venta de los productos o de los servicios.*

El entry del Diccionario LAROUSSE en francés prosigue a detallar diversos tipos de acciones de ventas como las denominadas “marketing direct”, “marketing mix”, “marketing viral”, etc. Quizás haya que añadir los estudios estadísticos de la oferta y la demanda y el aporte de las encuestas especializadas.

Observe que incluye en el mundo de valores intercambiables a los servicios profesionales o *services*.

La presente definición ha de guiar los novedosos conceptos que serán expuestos a lo largo del presente volumen. Sólo cabe recalcar que, dada la procedencia y el interés particular de quienes participaron en los cursos cortos programados o en los cursos maratónicos que han dado origen al contenido del presente volumen sobre *Formación Empresarial*, hemos optado por ilustrar los conceptos a partir del desarrollo empresarial de nuestras propias instituciones como el CEBCAR, la CBUP y sus empresas en red.

## FORMACION EMPRESARIAL

En esta parte medular del presente volumen nos referiremos a los conceptos básicos de la formación empresarial o para fundar empresas, y hacia el final presentaremos como paradigma las empresas creadas alrededor de la gesta del Centro de Estudios Bíblicos “Casiodoro de Reina” (CEBCAR) y de la California Biblical University of Peru (CBUP).

### EL CONCEPTO DE EMPRESA

La actividad humana en el planeta puede ser de dos clases: Eventual y pasajera, y permanente o empresarial.

Las palabras “empresa” y “empresarial” provienen del verbo “emprender” que es comenzar una acción o actividad importante, una acción caracterizada por su objetivo de crecimiento y continuidad.

Está en la voluntad de nuestro Creador, en relación con nuestro planeta Tierra, que sus habitantes seamos emprendedores o empresarios; que a lo largo de nuestras vidas implementemos empresas y las dotemos de continuidad y solvencia a fin de que perduren y sean un factor de estabilidad en la vida personal, familiar, nacional y mundial.

Las instructivas y normativas divinas se encuentran engastadas en la Toráh desde la primera página del libro de Génesis, desde la exposición del concepto denominado “mandato cultural” en Génesis 1:28; pero la hermenéutica tradicional no las ha hecho resaltar como es debido. Recién el desarrollo de la Misionología ha abierto ante nuestra vista este campo de par en par. El lector sacará mucho provecho al examinar el volumen de *Misionología*, incluido en nuestra página web Biblioteca Inteligente, particularmente nuestra “biblioteca empresarial”, que es como llamamos al conjunto de publicaciones de la Plataforma Empresaria de la CBUP.

### LA BIBLIOTECA EMPRESARIAL

Además del volumen de *Misionología*, la formación empresarial requiere de una suma bibliográfica asequible, la misma que proveemos en la Biblioteca Empresarial, que es una serie de separatas académicas incluidas en nuestra página web Biblioteca Inteligente.

El presente volumen de *Formación Empresarial* ha sido diseñado para servir a todos aquellos que tienen acceso a la Toráh, la Palabra de Dios, como instructiva divina para la prosperidad y el éxito auténticos. Como tal, su contenido está estrechamente relacionado también con el contenido del volumen de *Teología Práctica* y su enfoque de los principios teológico-universales del éxito empresarial que derivamos de la Biblia.

Pero nuestra Biblioteca Empresarial incluye muchos materiales más. En suma, ponemos a su disposición las siguientes separatas académicas:

1. *Misionología*
2. *Teología práctica*
3. *El discipulado evangélico*
4. *Formación empresarial* (la presente separata académica)
5. *Liderazgo empresarial* (curso dictado en la Universidad de Piura)
6. *La mujer empresaria* (curso dictado por la Dra. Amanda de Chávez)
7. *Administración de la empresa eclesial*
8. *La empresa pastoral* (Tesis doctoral CBUP del Dr. Juan Quispe de la Cruz)
9. *La llave del éxito: Revelaciones del Excelentísimo Doctor Don Trepanación de la Mancha.*

A estas separatas académicas (materiales impresos para los cursos cortos programados y los cursos maratónicos del CEBCAR) hay que añadir los volúmenes de la Serie EXITOLOGIA.

Quisiéramos referirnos de modo especial a la obra presentada en último lugar, *La llave del éxito*. Se trata de un manual de exitología producido por el Dr. Gustavo Montero del Aguila a base de una antología de diversas conferencias magistrales dictadas por él mismo y por el Dr. Moisés Chávez. El Dr. Montero del Aguila tiene el mérito de haber rescatado varios discursos de inauguración de los Módulos Académicos de la CBUP, a partir de grabaciones y videos oficiales.

Aparte de estas obras bibliográficas producidas por la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR, incluimos otras muy valiosas en la BIBLIOGRAFIA al final de la presente separata académica.

Esta “Biblioteca Empresarial” está enfocada a las necesidades de los pequeños y medianos empresarios, y en el futuro esperamos sea implementada gracias a las separatas académicas producidas por los estudiantes de grado inscritos en la CBUP-VIRTUAL. Una que está en proceso de implementación es la de la Dra. Gladys Victorio Arribasplata, sobre *La Dieta Sana*, enfocada no a partir de principios religiosos, sino más bien científicos. Como dice la palabra: “Dime lo que comes, y te diré quién eres.”

## PARADIGMAS EMPRESARIALES

Una estrategia que adoptamos para introducir al lector que anhele ser un empresario al contenido del presente volumen de la Serie MARKETING es presentándole empresarios a quienes vale la pena imitar.

El Sr. Robert T. Kiyosaki co-fundador de la compañía Richdad.com y de CASHFLOW@Technologies, escribe con Sharon L. Lechter su obra *Escuela de Negocios para personas que gustan ayudar a los demás*.<sup>1</sup> En la misma desmitologiza la imagen de

---

<sup>1</sup>Robert T. Kiyosaki y Sharon L. Lechter, *Escuela de Negocios para personas que gustan ayudar a los demás*, Editorial Aguilar, 2006. La Editorial Aguilar, Avenida San Felipe 731, Jesús María, Tel. (511)218-1014.

algunos inventores-empresarios americanos que haríamos bien en tener en cuenta. El analiza como casos de estudio las características de sus empresas como paradigmas de empresa.

Kiyosaki ha escogido, no el caso de empresarios que aprovecharon las patentes de otras personas, sino de aquellas que poseyeron con toda justicia las patentes por ser ellos mismos los inventores, y que sobre esa base diseñaron grandes empresas cuyos nombres aun resuenan en el mundo financiero al lado de empresarios modernos y de modernas modalidades de empresa. Ellos mismos son responsables de haber impulsado a los Estados Unidos de América al sitio de potencia mundial.

Vayamos desde los más distantes en el pasado hasta aquellos que podemos ver a menudo en las pantallas de televisión en el día de hoy. Trataremos brevemente acerca de los siguientes empresarios de fama mundial o paradigmas empresariales, que no por casualidad suman siete, un número cabalístico:

1. Thomas A. Edison
2. Henry Ford
3. John D. Rockefeller
4. Alexander Graham Bell
5. Bill Gates
6. Michael Dell
7. Ted Turner

Estos hombres tienen un testimonio misionológico que compartir con todos nosotros que estamos interesados en implementar empresas exitosas, sobre todo en el ámbito del mundo evangélico.

### **THOMAS A. EDISON**

Kiyosaki empieza hablándonos de Thomas A. Edison y menciona un hecho que se ha comprobado cierto: El no inventó el foco eléctrico, la bombilla de luz, pero sí la perfeccionó.

Ya se había inventado otros focos eléctricos antes que él implementara el suyo, pero no eran prácticos. Los primeros focos no se mantenían encendidos por un tiempo suficiente. También sucedía que los otros inventores no podían explicarse cómo sus inventos pudiesen tener valor comercial.

Entonces, Thomas A. Edison fue el primero que inventó el foco eléctrico útil, y también supo convertirlo en un producto de empresa. Fue su sentido empresarial lo que hizo que muchos de sus inventos fueran tan útiles para millones de personas. El fue el fundador de la compañía General Electric y de muchas otras grandes compañías que contribuyeron al desarrollo de Estados Unidos como un imperio en el planeta.

\* \* \*

Thomas A. Edison era un empresario nato que desde niño buscaba tres cosas básicas:

1. Ganar dinero, no importa si no lo requería para sobrevivir. El ganar dinero en sí, y la cantidad de dinero ganado, constituye básicamente una manera de medir el potencial empresarial, no importa cuán pequeña sea la empresa. Siempre hay placer y motivación en verse crecer.

2. Ser útil y estar ocupado; sobre todo ser útil a los demás, lo cual requiere de presencia oportuna en la esfera de la necesidad y espíritu de servicio inteligente. Esto acusa inteligencia emocional.

3. Ampliar su mercado cada vez más, explorando siempre otras áreas empresariales, empezando de su entorno inmediato.

\* \* \*

Las cosas para él empezaron en su temprana infancia. De niño trabajó vendiendo dulces y revistas en los trenes. Aun siendo niño, en un año pasó de empleado a dueño de su negocio, empleando a otros doce niños.

Mientras iba creciendo se aburría de su negocio en los trenes y aprendió a enviar y a recibir mensajes telegráficos en Código Morse para conseguir trabajo como operador de telégrafos. Pronto fue uno de los mejores operadores de telégrafos en su condado y viajó de ciudad en ciudad brindando sus servicios como operador. Tal movilidad le permitió desarrollar lo que en la teoría empresarial se conoce como “red de relaciones públicas”, lo cual en sí ya constituye una empresa que en la actualidad es transferible con la respectiva transacción financiera.

\* \* \*

Paralelamente empezó a imprimir su propio periódico, y esta actividad sumada a su experiencia como operador de telégrafo le dio ventaja para perfeccionar el foco eléctrico como bien público. Al ser operador de telégrafos aprendió a valorar el poder de un sistema de líneas, postes, estaciones de transmisión y gente con aptitudes, y de un sistema como teoría empresarial.

Lo que convirtió su foco eléctrico en un bien público no fue éste como tal, sino el sistema de líneas eléctricas y estaciones de transmisión de energía. Él podía ver a escala empresarial, mientras otros sólo veían un interesante invento dentro de las cuatro paredes de un laboratorio de investigación física y química.

Sin la red eléctrica, el foco eléctrico hubiera sido de escaso valor para el público. Con la red eléctrica llegó a tener un valor excepcional para la civilización.

## HENRY FORD

Henry Ford, uno de los más grandes empresarios del mundo, logró el compromiso y la misión de su compañía, la Ford Motor Company.

Su compromiso con la sociedad se revestía de impulso misionológico. Para él, como para Edison, se trataba de “democratizar” el automóvil, como el foco eléctrico.

La razón por la que este compromiso fue tan revolucionario es que en esos tiempos sólo los ricos podían comprar automóviles “personalizados”, porque la producción era tan reducida, que los vehículos eran necesariamente personalizados. El reto que enfrentó Henry Ford fue hacer accesible el automóvil a todos mediante la producción en masa.

Tenga bien presente el concepto de “democratizar el automóvil”, porque nos conduce a un concepto más amplio, el de la “democratización” que asumió como misión y compromiso el CEBCAR. La democratización es una de las columnas de todo enfoque empresarial.

\* \* \*

Curiosamente, Henry Ford era un empleado de Thomas A. Edison, y en su tiempo libre diseñó su primer auto. Esta relación empresarial nos conduce a otro concepto empresarial estrechamente relacionado con el de democratización, y que ha sido puesto en relieve en las conferencias magistrales de Miguel Angel Cornejo, el mayor especialista de empresas a nivel mundial: Aprender de los que más saben sobre técnicas y productos asociados.

No se trataba de re-inventar el mundo, sino de captar e implementar lo que otros han inventado y descubierto.

\* \* \*

La Ford Motor Company nació en 1903.

Al rebajar drásticamente los costos de producción y adaptar la línea de ensamblaje para producir autos “estandarizados” y, consecuentemente, más baratos, Ford se convirtió en el fabricante de automóviles más grande del mundo.

El concepto empresarial de la “estandarización” vino a remplazar el concepto de los productos “personalizados”, y por consiguiente, costosos.

Ford no sólo hizo que su auto sea más accesible, sino también pagó los sueldos más altos en la industria automotriz, recurriendo a un nuevo concepto empresarial: El del personal calificado, el mismo que se conserva y se implementa mediante estímulos tangibles. Por lo mismo ofreció planes de ganancias compartidas a sus trabajadores, redistribuyendo entre ellos más de 30 millones de dólares al año. ¡Y 30 millones de dólares al año eran mucho más a principios del Siglo 20 que en el día de hoy!

Henry Ford tenía interés no sólo en sus clientes, sino también en sus trabajadores. Era un hombre generoso, no codicioso, y menos, tacaño.

Como veremos más adelante en este curso, un tacaño JAMAS podrá ser un empresario.

## **JOHN D. ROCKEFELLER**

John D. Rockefeller, el magnate de la industria petrolera, hizo mucho más que predecir los alcances del petróleo en el mundo moderno y de taladrar la corteza terrestre para extraerlo.

El construyó una red de servicios: Grifos o estaciones de abastecimiento de combustible, cambiones de entrega, barcos petroleros y red de tuberías. En pocas palabras, él enfocó todas sus empresas como sistemas, o como se dice en la actualidad, utilizando el término técnico acuñado en inglés, *networks*.

El concepto de *network* es asociado del concepto de “cadena”, pero no es exactamente lo mismo, debido a la variedad de características de sus conexiones.

## **ALEXANDER GRAHAM BELL**

Alexander Graham Bell inventó el teléfono, el cual con el tiempo se convirtió en un sistema o red telefónica llamada AT&T, y después se convirtió en redes de radio, y más adelante en redes de televisión.

Pero él no era un empresario aislado, abocado a su invento, pues cada vez que se inventaba algo nuevo, él y sus empresarios asociados construían y proveían la red que sostendría al nuevo invento.

## **BILL GATES**

Bill Gates, considerado el hombre más rico del mundo en la actualidad, se hizo conocido al conectar un sistema operativo en la red de IBM y terminó construyendo la empresa Microsoft, llamada así por producir pequeños chips para poner en funcionamiento programas informáticos o *software*.

Actualmente, el poder de las super computadoras y de las PC (*Personal Computers*) permite a muchos empresarios implementar ingentes empresas que trabajan en red.

## **MICHAEL DELL**

Michael Dell es el hombre que está detrás de mi propia computadora *laptop* con la cual he producido la Biblioteca Inteligente MCH.

Mi computadora *laptop* se llama DELL, a nombre de Michael Dell que inventó las Computadoras DELL, según dice la leyenda, en su dormitorio.

## **TED TURNER**

Ted Turner estuvo últimamente en las noticias en todo el mundo cuando se anunció su retiro de sus empresas a causa de su avanzada edad.

Seguramente tú ves las noticias en CNN en inglés. Pues bien, entérate que fue Ted Turner quien construyó la empresa CNN cuya sigla significa *Cable News Network* (Red de Noticias por Cable).

De nuevo puedes darte cuenta de la presencia de la palabra “red” o *network* en la sigla de CNN. Más adelante verás cómo se han implementado otras modalidades empresariales a partir del concepto de red o sistema.

Si sólo ves el noticiero de CNN EN ESPAÑOL, en cuya sigla el signo circunflejo de la Ñ española cubre las dos NN formando un el logotipo CNN, pues entérate que se trata de una empresa que funciona a manera de franquicia de CNN en inglés y se trata de un programa en “español”.

\* \* \*

Y aunque muchos empresarios están detrás de la implementación de Internet, se trata de lo más reciente en materia de redes o *network*. Se dice que Evo Morales calculó ganar el referendo para su reelección como presidente de Bolivia por cuarta vez. Como en las veces anteriores, su recurso absoluto serían los “movimientos sociales”, multitudes organizadas alrededor de los objetivos de su partido socialista. Pero las “redes sociales” lo derrotaron; las redes sociales son las redes de comunicación expedita por Internet: Facebook, google, twitter, etc.

La lección de fondo de esta exposición respecto de empresarios-empresas es que las empresas exitosas en nuestro tiempo funcionan en sistemas de *network* o redes, y la gente que opera detrás de la Plataforma Empresarial de la CBUP ha aprendido bien la lección como para compartirla con toda persona interesada en tener éxito y prosperidad.

## **EL BOOM DE LA PUBLICIDAD**

El acompañante del éxito empresarial de todos estos empresarios es el *boom* o auge de la publicidad. Alguien ha dicho que mientras en los países retrógrados la publicidad es política, en los países progresistas es empresarial.

La publicidad exitosa sólo tiene sustento en tres condiciones:

1. La seriedad del empresario,
2. El acceso a su empresa
3. La calidad y potencial de continuidad de su producto.

Si estas tres cosas no están garantizadas, la publicidad puede producir un boom o estampida, pero como todo boom es pasajero y puede dejar pérdidas cuantiosas además del gasto en publicidad.

Muchas obras escritas por escritores ricos pueden vender mucho gracias a un boom publicitario, sólo para desaparecer del mercado en poco tiempo, ocasionando pérdidas que sobrepasan a las ganancias del boom.

\* \* \*

Cuando las tres condiciones mencionadas están garantizadas, la publicidad puede empezar de manera local y extenderse a nivel global, como ocurre, por ejemplo, por la publicidad de la *Coca Cola*, la misma que es variada, cambiable y relacionada con otros proyectos publicitarios, como por ejemplo, de beneficencia y de arraigo social, como cuando se asocia la publicidad de la Coca Cola con la participación del público en la adquisición de regalos de Navidad para niños pobres.

Nunca olvidaré su frase-estrella, “la chispa de la vida” que me llevó a dar formulación a uno de mis 500 proverbios modernos publicados por la Editorial Mundo Hispano de El Paso, Texas, con el título de, *Proverbios: Reflexión de la vida*. Esta obra ha sido publicada en su segunda edición por la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR, con el título de, *Los proverbios de Moisés*, y en su tercera edición en la página web Biblioteca Inteligente con el título de *Los 500 Proverbios de Moisés* (Volumen 7 de la Serie EXITOLOGIA).

\* \* \*

A propósito de la publicidad, una anécdota asociada con la memoria de John D. Rockefeller, o de algún otro exponente de su clan, tiene que ver con Su Santidad, el Papa Chale I, en la mismísima Vaticueva de la Avenida Brasil.

Llegó el empresario y magnate norteamericano de fama mundial, que en Jerusalem construyó el Museo Arqueológico Rockefeller, y se le concedió una audiencia a puertas cerradas con Su Santidad.

Los cardenales se agolparon detrás de la gran puerta, ansiosos de captar algún detalle de la multimillonaria propuesta que el empresario americano venía a hacerle al empresario romano.

Rockefeller le dijo a Su Santidad:

—¡Treinta millones de dólares, Su Santidad!

—No, hijo. No se puede.

—¡Sesenta millones de dólares, Su Santidad!

—No, hijo. No se puede.

—¡Cien millones de dólares, Su Santidad!

—No, hijo. No se puede.

\* \* \*

Cuando se abrió de repente la enorme puerta, todos los cardenales que se hallaban agolpados contra ella se cayeron unos encima de otros, a causa de la presión violenta. Todo aquello parecía un revoltijo de faldas y bonetes.

Rockefeller disimuló el impase, y en puntitas de pie salió por entre el montón de cardenales, y se fue despavorido.

Los cardenales no salían de su asombro. ¿Qué es lo que pedía el empresario americano?

—¿Qué es lo que no se le podía conceder por toda esa plata del mundo? —preguntaron a su Santidad—.

Su Santidad respondió:

—Quería que todos los curas del mundo, acabada la misa, bendijeran a sus feligreses diciendo: “¡Coca Cola refresca mejor!”

## MODALIDADES DE EMPRESA

Con el incremento de la publicidad como brazo derecho del Marketing, surgieron grandes innovaciones en el mundo empresarial de la post-modernidad.

A la modalidad empresarial de los sistemas, de los cuales derivaron las redes o *networks*, le sucedieron otras modalidades no del todo diferentes ni menos exclusivas respecto de la iniciativa. Entre ellas destacan las “marcas registradas” como productos negociables; las “cadenas”, que son una especie de red interna; y las franquicias que son una especie de “marcas registradas” alquiladas, no vendidas.

Cuando aparecieron las franquicias, muchas personas pudieron ser dueños de negocios y compartir la riqueza generada desde una plataforma más conveniente y publicitada, pero las franquicias se reservaban sólo para los que tuviesen el dinero que costaba adquirirlas.

Para que te hagas una idea, una franquicia de MacDonald’s (la red de tiendas que venden hamburguesas y pollo con papas fritas) cuesta más de un millón de dólares. El empresario adquiere el nombre de la empresa, el logo, los secretos empresariales, e incluso el personal especializado, y el establecimiento viene a ser suyo, su negocio privado, con las mismas características publicitadas.

En la actualidad, no importa qué lugar del mundo visites, podrás ver los establecimientos del MacDonald’s en la China, en Sudáfrica y en otros lugares remotos. Se trata de franquicias adquiridas con dinero contante y sonante.

\* \* \*

En la década de los setenta del siglo pasado comenzó a difundirse la modalidad de franquicia llamada *Network Marketing* o Mercadeo en Red. Robert T. Kiyosaki las define así: “En lugar de una red de negocios en franquicias es una red de individuos en franquicias. En otras palabras, es una franquicia personal.”

Una de las razones por las que pocos ven el rápido crecimiento del mercado en red se debe a que se trata de un negocio invisible. A diferencia de los letreros que dicen

MacDonald's o Starbucks, las empresas de *Network Marketing* operan discretamente desde casas particulares o pequeñas oficinas. Hay muchas franquicias personales de *Network Marketing* o Mercadeo en Red que hacen mucho más dinero que las franquicias convencionales.

\* \* \*

Las empresas grandes, como General Electric y Ford Motor Company pertenecen a la era industrial.

Las franquicias de MacDonald's son de transición entre la era industrial y la era de la informática.

Las empresas de *Network Marketing* o Mercadeo en Red son franquicias de la era informática, porque la mayoría opera mediante la informática en lugar de presentarse mediante sedes y empleados. Se da casos que estas empresas contratan fábricas para la elaboración de sus productos, bajo instrucciones.

\* \* \*

Fue en los comienzos de la era informática relacionada con las empresas, que Robert Metcalf, él mismo un hombre de empresa, se propuso analizar el éxito de las empresas de *Network Marketing* o Mercadeo en Red, y llegó a demostrar y a formular la Ley de Metcalf.

Para demostrar su vigencia hemos escogido tratar más adelante en el presente volumen el caso de estudio del CEBCAR como empresa, como micro empresa por ahora, pero no dudamos ver su impacto a nivel mundial debido a su objetivo de la Democratización de la Educación Teológica en la América Latina (DETAL).

## **LA LEY DE METCALF Y EL VALOR EMPRESARIAL**

Permíteme hablarte de la persona que está detrás de la definición de la Ley de Metcalf, Robert Metcalf.

Se trata de un afamado hombre de negocios que creó la empresa llamada "Ethernet". El también fundó la empresa "3 Com Corp".

El definió la Ley de Metcalf en el sentido de que el valor financiero de una red reside en su número de usuarios multiplicados al cuadrado.

Para explicar esta ley en términos más simples, permítame recurrir a la ilustración de la red telefónica. Si sólo existe un teléfono, como tal no tiene ningún valor económico. Según la Ley de Metcalf, si hay dos teléfonos, el valor de esta red de teléfonos se multiplicará al cuadrado, debido a la comunicación inmediata en doble sentido.

El valor económico de la red aumentará de cero a 2 al cuadrado, es decir, a 4. Si usted añade un tercer teléfono el valor de la red será equivalente a 9. En otras palabras, el valor financiero o económico de una red crece de manera exponencial, no aritmética.

Por cierto, Metcalf no hizo estos cálculos con dos o tres teléfonos, sino mediante las estadísticas financieras de grandes empresas en relación con sus números de usuarios.

## **COMO FUNCIONA LA LEY DE METCALF**

Para ilustrar cómo funciona la Ley de Metcalf, permítame compartir con usted lo que hicieron los fundadores de la CBUP que vinieron de Corea del Sur y los que vinieron de California, Estados Unidos.

Imbuidos del criterio empresarial de sus avanzados países de origen, ellos tuvieron como objetivo establecer una red empresarial en el campo de la Educación Teológica, un campo en el cual nadie en su sano juicio apostaría en el actual estado de cosas en que se encuentra la comunidad evangélica sumida en la depresión de la apostasía.

En lo que respecta a la Educación Teológica ellos tenían una experiencia acumulada realmente de manera exponencial en Corea del Sur. Las estadísticas sobre instituciones teológicas, número de graduados, número de personas ejerciendo profesionalmente en el campo del evangelio y número de misioneros coreanos en el mundo aparecen expuestas en la obra enciclopédica, *Operación Mundo*,<sup>2</sup> no sólo en la empresa del evangelio, sino también en empresas de naturaleza secular.

\* \* \*

La Ley de Metcalf, una vez demostrada matemáticamente, llegó a impulsar como una especie de boom el concepto financiero de “Network Marketing”, difícilmente traducido al español como “mercadeo en red”, y para no relativizar su énfasis empresarial es preferible usar el término inglés.

La ventaja del Network Marketing reside en que pone a disposición del individuo promedio, personas como usted y como yo, el poder de la Ley de Metcalf, pero para ver sus resultados se requiere aplicarla y tal cosa requiere de inversión, aunque fuese pequeña, la cual marca lo que se denomina “crecimiento de la empresa”.

Si usted empieza a aplicar la Ley de Metcalf, y no se arriesga a crecer, sería como si comprara un teléfono, pero ese teléfono fuera el único y no existiría el concepto de red.

Sin embargo, el teléfono o los teléfonos sólo representan el activo fijo con el cual la empresa no puede ser implementada. Hacen falta los que hablen por teléfono; los que se comuniquen y transen por medio de ellos. Ellos son los empresarios.

Si usted es un verdadero empresario su reto es crecer, y eso logrará “clonándose”, es decir, duplicando alguien igual a usted, para luego trabajar juntos. ¡De esta manera ha surgido una empresa!

---

<sup>2</sup>Patrick Johnstone, *Operación Mundo – Guía diaria de oración por el mundo*, Centros de Literatura Cristiana de Colombia, 1995.

## LOS FUNDADORES DE LA EMPRESA CEBCAR-CBUP

Antes de seguir con la exposición de la aplicación de la Ley de Metcalf al caso de estudio del CEBCAR y de la CBUP, permítame contarle una anécdota de uno de nuestros co-fundadores que fueron:

1. La California Graduate School of Theology, con sede en Westminster, California, Estados Unidos.

2. La Sandol Fellowship, una Iglesia Presbiteriana con sede en Seul, Corea del Sur.

3. La Misión Daniel, dedicada a financiar programas de Educación Teológica en universidades, con sedes en California y Seúl. Su director, el Dr. Won Yong Shim nos visitó para el acto de la fundación de la CBUP, y con él se relaciona la anécdota que paso a referir.

\* \* \*

Cuando se le cedió la palabra en el acto de la graduación de la Primera Promoción de la CBUP al Dr. Won Yong Shim, se refirió a la confusión que exhibimos los peruanos respecto de los asiáticos. El se había informado que a todos los que tienen los ojos jalados o semi-jalados los llamamos “chinos”, y se había informado que el japonés Arberto Fujimori estaba orgulloso de su apelativo de “chino”, porque el apelativo en el fondo es de cariño.

Desde su tribuna él nos dijo: “Yo les voy a dar una lección práctica y efectiva para que ustedes, los peruanos, aprendan a distinguir a un chino de un japonés y de un coreano. Cuando vean a alguien con los ojos jalados y que es pobre, con toda seguridad ése es chino. Si ven a alguien con los ojos jalados y que es rico, ése es japonés. Y cuando vean a uno que tiene los ojos jalados, que es rico, y que además es muy guapo y elegante, ¡ese es coreano!”

\* \* \*

Es notorio lo que se puede contar de Corea del Sur, un país que no sólo ha pasado por una cruenta guerra civil, la Guerra de Corea, cuando, como nos contaban, “tuvieron que hacer lo que los peruanos nunca tuvimos que hacer: Comer pasto.” Sin embargo, ellos se levantaron con el resorte del evangelio hasta convertirse en una potencia industrial.

El Pastor Yong Um Kam nos solía decir: “Si nosotros, los coreanos, pudimos, ¡ustedes peruanos también pueden surgir como potencia mundial!”

Pero era necesario lo que se llama “un cambio de mentalidad”.

\* \* \*

Ahora bien, cuando nuestros coreanos llegaron al Perú se encontraron con muchas iglesias evangélicas ansiosas de recibir sus regalos, porque ellos tienen fama de ser ricos y generosos. Se encontraron con muchas instituciones teológicas ansiosas de recibir sus donativos. Pero también se encontraron con el CEBCAR, una institución peruana que tenía el valor del prestigio y de la solvencia económica y moral, y a todos ellos prefirieron entablar negocios con el CEBCAR.

Pero había un problema, en esos días el CEBCAR estaba trasladando su sede a La Paz, Bolivia. Ellos lucharon con denuedo para que eso no ocurriera, porque querían trabajar con el CEBCAR y con sus materiales programados. Entonces se estableció un nexo de tipo “red-interna” en que tanto la CBUP como el CEBCAR trabajarían juntos, pero serían dos instituciones independientes.

Pero, te preguntará: ¿Qué cosa es el CEBCAR en sí?

\* \* \*

Hace treinta años fundamos en Lima el Centro de Estudios Bíblicos “Casiodoro de Reina” (CEBCAR), una institución dedicada a la investigación teológica y científica, y a la producción de materiales programados para la Democratización de la Educación Teológica en la América Latina (DETAL).

El CEBCAR se ha ganado el aprecio de muchas personas e instituciones, y persiste con incrementado caudal representado en sus productos editoriales y en sus nexos con otras instituciones con las cuales forma una red o sistema.

El CEBCAR se desarrolló, y ése era un gran reto, allí donde ninguna otra institución se desarrollaría sin la inversión extranjera vegetativa. Y llegado el momento, en el año 2000, una institución universitaria americana, la California Graduate School of Theology (CGST) de Westminster, California, solicitó que el CEBCAR se fusionara con la California Biblical University of Peru (CBUP), su extensión académica. Esto ocurrió, y de esta manera se empezó a formar una empresa-en-red, implementada en múltiples aspectos.

## **REDES INTERNAS Y EXTERNAS**

La modalidad de Network-Marketing es la modalidad que ha permitido el surgimiento y el crecimiento de los PYMES<sup>3</sup> de todo tipo en países donde imperan las grandes redes financieras y hay empresas que funcionan mediante el sistema de franquicias y coberturas, y tienen el efecto de hacer que las empresas unitarias desaparezcan de la noche a la mañana. Pero eso no siempre ocurre, debido a que las redes son de dos clases: Red interna y red externa.

La red formada por la CBUP y el CEBCAR es una red interna porque ambas han ido implementando instituciones de apoyo e incremento sin aliarse a otras instituciones académicas del Perú o del exterior. Es más, tales instituciones de apoyo, de ser implementadas se convertirían en empresas con todas las de la ley.

\* \* \*

---

<sup>3</sup>Pequeñas y Medianas Empresas.

Casualmente, la independización de la CBUP de su *alma mater*, la California Graduate School of Theology, por decisión conjunta de nuestros fundadores coreanos y de sus directivos peruanos, entre ellos nuestro servidor, indica que juzgamos que no es saludable para una institución académica formar parte de una empresa de tipo de red externa, y menos entrar en alianzas improductivas como la ASIT (Asociación de Instituciones Teológicas).

La red interna del CEBCAR y de la CBUP se fortaleció con la creación e implementación de sus “eventos en red”, como son, los COMED (Congresos de Maestros de Escuela Dominical) y las EXPOLITE (Exposiciones de Literatura Evangélica), el evento de convocatoria anual de su ala editorial, la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR.

\* \* \*

Sólo en este punto ya estamos hablando de cuatro instituciones fundadas por evangélicos peruanos y que funcionan en red. En consecuencia, según la Ley de Metcalf el poder exponencial adquirido es equivalente a 16 instituciones juntas. Pero ellas se incrementan con las Plataformas Misionológicas de la CBUP y el ala artesanal del CEBCAR, “Creaciones Shulamit”, produciendo un efecto exponencial incluso mayor, por cuanto una de sus instituciones, las EXPOLITE incluye el homenaje a escritores evangélicos, y la CBUP ahora es también CBUP-VIRTUAL.

Ocurre lo mismo con el diseño de los Módulos Académicos de seis cursos interrelacionados en cada Seminario Académico de la CBUP en su fase de residencia, no son igual a seis cursos, sino potencialmente a mucho más, debido a su interacción bibliográfica.

### **EL CEBCAR Y LA CBUP COMO CASOS DE ESTUDIO**

Las empresas pueden ser de diversas clases. Para ilustrarte ciertos aspectos del enfoque empresarial que por lo general escapan del escrutinio, en las universidades nunca se procede a estudiar los temas en abstracto; se recurre a casos de estudio. Esto se hace en las clases de Derecho: Se recurre a la metodología del estudio de casos, para lo cual se escogen instituciones conocidas y reconocidas.

Permítame presentarle una empresa de un tipo insospechado. Al menos, nunca se filmaron comerciales recurriendo a las esculturales Magníficas o a las Angeles de Charlie.

La Dra. Amanda de Chávez indica:

*Esta metodología no es ajena a las universidades cuando se estudia la empresa en general y las empresas en particular. Los estudiantes escogen diversas empresas que existen en la nación, a fin de exponer en el aula, sus características, sus objetivos, sus logros, y también las causas de su fracaso.*

*En la universidad se les podría escapar una empresa como la que hemos escogido como caso de estudio, ya que existe el criterio de que las únicas empresas válidas son las del tipo GAMARRA —que comercializa prendas de vestir—.*

\* \* \*

A sugerencia de la Dra. Amanda Peña de Chávez hemos escogido como caso de estudio el CEBCAR, que ella diseñó como empresa gracias a su formación en la Universidad Nacional Mayor de San Andrés donde se graduó en Administración de Empresas.

El enfoque del CEBCAR le demostrará la importancia que tienen las empresas de tipo académico que muchos pensarían que escapan del área empresarial debido a su naturaleza intangible.

Max Weber, un sociólogo y economista alemán (1864-1920), famoso por sus estudios sobre las clases sociales y sobre el origen del capitalismo en la clase protestante de Suiza y el norte de Europa, también enfocó en ellas sus empresas características. El se refirió, por ejemplo, a las iglesias locales como empresas, y no estuvo lejos de la realidad, porque la Iglesia en grande ha sido diseñada y ha operado como una empresa que se ha mutado a lo largo de dos mil años, pero no ha ido a la quiebra ni ha desaparecido. Y tanto la Eclesiología como la Teología Pastoral deberían absorber de su enfoque valiosas aproximaciones a fin de prosperar institucionalmente.

## **EVENTOS EN RED DEL CEBCAR Y LA CBUP**

A la red interna del CEBCAR y la CBUP se fueron añadiendo los “Eventos-en-Red”, como los siguientes:

### **1. Los Cursos Maratónicos y los CCP**

A los Cursos Cortos Programados (CCP) del CEBCAR en su modalidad de eventos de una semana de duración y sujetos a acumulación de créditos para el Bachillerato en Teología, se añadieron a manera de “eventos en red”, independientes de un programa académico, los Cursos Maratónicos, que también son CCP, pero se dictan en un solo día, de preferencia en un fin de semana, con almuerzo incluido, a fin de evitar que los estudiantes se dispersen y pierdan tiempo en una ciudad tan compleja como Lima.

Los Cursos Maratónicos cuentan con la promoción y auspicios de todas las Plataformas de la CBUP y se llevan a cabo por invitación y en escenarios con facilidades de multimedia.

Su efectividad se debe a sus separatas académicas con alto índice de programación didáctica y conceptual, y puestas al alcance de todos los participantes en sus convocatorias.

## **2. Los COMED (Congresos de Maestros de Escuela Dominical)**

Los COMED han surgido como una respuesta de aprecio y promoción a un sector muy motivador del pueblo evangélico: Los maestros de la Escuela Dominical.

Su implementación es un acontecimiento coyuntural ahora que las iglesias evangélicas de moda tienden a ahogar esta institución que es el brazo fuerte de la Educación Cristiana en medio del pueblo evangélico.

Los COMED han sido promovidos a partir de la tesis doctoral de la Dra. Carmen Espinoza Bravo, especialista en Educación Cristiana, y ya son varios los eventos realizados en Lima con una masiva asistencia del personal enviado por sus respectivas iglesias para obtener la formación educativa que ofrecen y la respectiva acreditación.

## **3. Las EXPOLITE (Exposiciones de Literatura Evangélica)**

Eventos de este tipo son grandes acontecimientos en Estados Unidos y otros países del Primer Mundo, destinados a premiar a las editoriales evangélicas y a los autores de obras importantes, pero también a servir a todos los promotores y visitantes.

Las EXPOLITE del CEBCAR y la CBUP son eventos anuales, aunque pequeños por estar destinados a promover la producción en nuestro país de lo que las iglesias evangélicas necesitan con mayor urgencia: Literatura evangélica actual, refrescante, expurgada de mitos, de leyendas, de fábulas profanas y de cuentos de viejas.

Las EXPOLITE tienen estrecha relación con nuestra ala editorial, la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR, implementada por la Plataforma Editorial de la CBUP. La misma rechaza publicar obras que no están a la altura de las expectativas. Por eso mismo, sólo se ha publicado en formato de *paperbacks*, las tesis doctorales de los graduados de la CBUP. Y cuando una tesis de grado califica para este objetivo, las EXPOLITE rinden homenaje al autor promocionado y éste nos obsequia con una Conferencia Magistral que después es publicada por *MISIONOLOGICAS*, el Boletín Semestral de la CBUP, producto estrella de la Editorial Juan Ritchie.

Entre los escritores homenajeados en las EXPOLITE, que hasta el año 2016 ya suman ocho, sin interferencia, son: El Dr. Moisés Chávez, el Ing. Pedro Arana, el Lic. Tito Pérez Quiroz, la Dra. Carmen Espinoza Bravo, el Dr. Gustavo Montero del Aguila, el Dr. Daniel Bocanegra Barreto, el Dr. Alberto Sánchez Pérez y el Apóstol Luis Casavechi.

Entre todos ellos destaca el Lic. Tito Pérez Quiroz, destacado periodista evangélico, autor de la obra, *IGLESIA Y ESTADO – 182 años de discriminación religiosa en el Perú*, Serie, Ciencias Sociales y Humanidades, Fondo Editorial del Pedagógico San Marcos.

### **3. Creaciones “SHULAMIT”**

Creaciones SHULAMIT es el ala artesanal del CEBCAR, y se interrelaciona tanto con las convocatorias de los COMED como de las EXPOLITE y de los Cursos Maratónicos, para la apertura de su artísticamente nutrido y variado Stand.

Creaciones SHULAMIT ofrece diversos productos para el decorado del hogar evangélico, diseñados y producidos con gusto artístico y alta calidad por un equipo que interrelaciona sus creaciones con los objetivos de la Democratización de la Educación Teológica.

### **4. Los AGAPES de la CBUP**

Los Agapes o banquetes de camaradería han provisto lo que faltaba en nuestro ambiente evangélico: El factor celebración. Pero no al estilo “olla común”, a lo pobre, o como dice la palabra, “peor es el ayuno”, sino con altura y dignidad profesional.

Los AGAPES de la CBUP tienen su inspiración en los “desayunos de negocios”, que han tenido gran atractivo porque no afectan ninguna agenda posible, y siempre tienen como invitado un hábil expositor del alimento espiritual que nutre con la enseñanza de las Escrituras y produce gran motivación. La diferencia reside en que nuestros ágapes no son eventos ocasionales, sino que son realizados en fechas fijas, como por ejemplo el 14 de febrero con ocasión del Día de la Amistad y Aniversario de la CBUP.

Los Agapes del CEBCAR y la CBUP han sido semillero de grandes proyectos empresariales que vienen gradualmente convirtiéndose en realidad. Uno de ellos, promovido con insistencia por la Dra. Gladys Victorio Arribasplatda, es la publicación de la *Biblia Decodificada*, a la cual ella le ha adjuntado el glorioso epíteto de “La Biblia Decodificada”.

Los AGAPES de la CBUP han tenido tanto atractivo y éxito que se prevé la implementación de una nueva empresa en red interna, una empresa de Catering que viene siendo diseñada por la Dra. Gladys Victorio Arribasplata, especialista en nutrición

### **5. Museo de la Biblia del CEBCAR**

El Museo de la Biblia del CEBCAR es una de sus más grandes contribuciones al estudio bíblico en un plano científico, y es mencionado entre sus “eventos en red”, porque generalmente es presentado como parte de las actividades de los COMED y de las EXPOLITE.

### **6. Certámenes Literarios**

El certamen conocido como Gran Trofeo Literario “El Huevo de Oro – CBUP” es uno de los eventos en red más atractivos. La entrega de los trofeos se llevan a cabo en el contexto de los COMED y de las EXPOLITE, a las personas de la comunidad de la CBUP

que han escrito las mejores short-stories o historias cortas calificadas para ser utilizadas como casos de estudio en el Aula Magna de la CBUP..

## **7. MISIONOLOGICAS**

### **Boletín Semestral de la CBUP**

*MISIONOLOGICAS*, el Boletín Semestral de la CBUP es su principal publicación. Solicítela en [cebcarbup@gmail.com](mailto:cebcarbup@gmail.com)

Para enriquecerse con el contenido de sus volúmenes en serie examínelos en la Setie MISIONOLOGICAS de nuestra página web Biblioteca Inteligente.

## **LAS PLATAFORMAS MISIONOLOGICAS DE LA CBUP**

La California Biblical University of Peru (CBUP) ha venido estableciendo una política de proyección a la comunidad evangélica en especial, a la comunidad cristiana en general, ante nuestro país y el mundo globalizado de la post-modernidad.

Dicha política se expresa en la implementación de 15 plataformas misionológicas que activan y dan expresión a la *Missio Dei*. También se las llama “plataformas ideológicas” porque proyectan ideas y pensamiento que bien pueden devenir en modelos concretos y en empresas con todas las de la ley.

La Plataforma Empresaria que hacemos resaltar con letras negritas se interrelaciona con las 15 plataformas misionológicas de la CBUP, que son:

1. PLATAFORMA MISIONOLOGICA
2. **PLATAFORMA EMPRESARIAL**
3. PLATAFORMA ECOLOGICA
4. PLATAFORMA DETAL
5. PLATAFORMA PROPALA
6. PLATAFORMA DE LA MUJER
7. PLATAFORMA DE EDUCACION FAMILIAR
8. PLATAFORMA DE EDUCACION CRISTIANA
9. PLATAFORMA PASTORAL
10. PLATAFORMA DE EXHORTACION
11. PLATAFORMA DE EVANGELIZACION
12. PLATAFORMA DE DIALOGO
13. PLATAFORMA EDITORIAL
14. PLATAFORMA DE EDUCACION POLITICA
15. PLATAFORMA DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCION

\* \* \*

### **La Plataforma Misionológica**

Esta plataforma está destinada a mostrar a la Iglesia Evangélica en nuestro tiempo los parámetros y estrategias a seguir para el establecimiento y la proyección misionera de la iglesia.

Esta plataforma ha sido implementada por la tesis de grado del Dr. Augusto Pecho Cerrón con el título de Misionología en acción.

### **Plataforma Empresarial**

Ver abajo.

### **Plataforma Ecológica**

Esta plataforma ha sido implementada para la formación de una conciencia ecológica en medio del pueblo de Dios mediante programas de Ecología Bíblica y Teología Práctica.

La implementación de la Plataforma Ecológica es resultado de la tesis de grado del Dr. Jaime Arizpe Valencia.

### **Plataforma DETAL**

La Plataforma de la Democratización de la Educación Teológica en América Latina (DETAL) ha sido implementada a partir de la tesis de grado del Dr. César Chico Casio, con este título, si bien el concepto y la institucionalidad de esta plataforma antecede incluso a la fundación de la CBUP, pues constituye el objetivo central del CEBCAR.

### **Plataforma PROPALA**

La Plataforma de la Profesionalización del Pastorado Latinoamericano (PROPALA) ha sido implementada a partir de la tesis de grado CBUP del Dr. Inmer Céspedes Alarcón, el mismo que ha convertido a PROPALA en su propia plataforma ideológica como Rector de la CBUP-VIRTUAL.

### **Plataforma de la Mujer**

La Plataforma de la Mujer está destinada a la defensa e implementación de los Derechos de la Mujer en el seno de la comunidad evangélica. Igualmente, está destinada a su formación teológica y a la promoción del Ministerio Profético de la Mujer mediante manifiestos correctivos de los conceptos y prácticas erradas y aberracionales que perduran en el seno de la comunidad evangélica.

Esta plataforma es producto de la tesis de grado de la Dra. Raquel Apolinario Godoy, con el título de, El ministerio profético de la mujer (CBUP, Julio 2003).

### **Plataforma de Educación Familiar**

La Plataforma de Educación Familiar está destinada a proveer al pueblo evangélico de formación matrimonial y familiar, así como el servicio de consejería.

Esta plataforma ha sido implementada gracias a la tesis de grado CBUP del Dr. Teodoro Rojas (el popular “Doctor Orgasmo”), con el título de Restauración de la familia.

### **Plataforma de Educación Cristiana**

La Plataforma de Educación Cristiana tiene por objetivo la implementación de la Educación Cristiana en el hogar, en la iglesia y en la escuela, mediante los Congresos de Maestros de Escuela Dominical (COMED) y la iniciativa de la restauración de las festividades bíblicas al calendario de la vida evangélica, sobre todo la restauración de los Agapes o “fiestas de amor” de la iglesia del Primer Siglo.

Esta plataforma ha sido implementada por iniciativa de la Dra. Carmen Espinoza Bravo y su tesis de grado acerca de los COMED.

### **Plataforma Pastoral**

La Plataforma Pastoral enfoca la formación pastoral extra curricular mediante publicaciones sobre Teología Pastoral contextualizada, sobre la Pastoral Latinoamericana y la convocatoria de los Congresos de Pastores.

Esta plataforma de la CBUP es la única que fue implementada por sus fundadores coreanos, quienes convocaron dos importantes Conferencias de Pastores en la Iglesia Bíblica Emmanuel. Se espera edificar sobre este fundamento para poder convocar en el futuro los Congresos Nacionales de Pastores bajo el auspicio de la CBUP.

### **Plataforma de Restauración del Ministerio de la Exhortación**

Se ha visto urgente la implementación de esta plataforma de la CBUP, independientemente de la Plataforma Pastoral, por tratarse de un ministerio pastoral que tuvo gran impacto en el Primer Siglo, y que incluso condujo a la producción editorial de la Epístola a los Hebreos, pero que lamentablemente se ha perdido o ha desaparecido en la vida de la iglesia cristiana.

Esta plataforma ha sido implementada gracias a la tesis de grado CBUP del Dr. Jaime Arizpe Valencia, con el mismo título.

### **Plataforma de Evangelización**

La Plataforma de Evangelización ha sido diseñada para producir materiales a la evangelización que expongan de la manera más clara posible el Plan Soteriológico de Dios para la restauración del universo y la salvación de la humanidad.

Un producto muy cotizado de la Plataforma de Evangelización de la CBUP es su folleto intitulado, JESUS, que viene siendo de gran utilización en el evangelismo personal y en las campañas de evangelización de las iglesias locales.

### **Plataforma de Diálogo**

La Plataforma de Diálogo con otras instituciones teológicas se viene implementando mediante su uso irrestricto de los materiales didácticos del CEBCAR y de la CBUP, y mediante su proyección al diálogo inter-confesional.

### **Plataforma Editorial**

La Plataforma Editorial funciona como una entidad asesora del ala editorial de la CBUP, la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR.

### **Plataforma de Educación Política**

Esta plataforma ha sido implementada en el seno de la comunidad evangélica a fin de capacitar para ser mejores ciudadanos y colaboradores del Estado a partir de sus instancias o instituciones.

Esta plataforma ha sido implementada por la tesis de grado del Dr. Daniel Bocanegra Barreto.

### **Plataforma de Lucha contra la Corrupción**

La Plataforma de Lucha contra la Corrupción y los corruptos en el seno de la comunidad evangélica funciona como una especie de conciencia moral, particularmente contra los rezagos de paternalismo y nepotismo gestados por nuestros propios misioneros fundadores y perpetuado por sus lindos ahijados y entenados espirituales.

Esta plataforma ha sido implementada por la tesis de grado del Dr. Pablo Balbuena Andrade.

Amplia información sobre el desempeño empresarial de estas plataformas misionológicas usted encontrará en la tesis de grado del Dr. Juan Quispe de la Cruz, con el título de *La Empresa Pastoral*.

## **LA PLATAFORMA EMPRESARIAL**

El objetivo de la Plataforma Empresarial de la CBUP es asesorar a todos los peruanos, y no sólo a nuestros hermanos evangélicos, en la estrategia que conduce al éxito y a la verdadera prosperidad, conforme a la voluntad de Dios para todos sus hijos. De esto tenemos una lección objetiva en el crecimiento del Estado de Israel, no obstante los retos tan grandes que tiene que enfrentar.

La Plataforma Empresarial de la CBUP ha organizado diversos eventos formativos, como Cursos Maratónicos destinados a implementar las actividades empresariales, la implementación de PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) y el enfoque del evangelio mismo como empresa.

Como todas las Plataformas Misionológicas de la CBUP, la Plataforma Empresarial ha surgido de la exploración y la investigación vertida por los mejores estudiantes de la CBUP que provienen del sector empresarial, entre ellos, el Dr. Mauro Advíncula Pomacaja y el Dr. Juan Quispe de la Cruz, ambos pastores y empresarios del rubro de la maquinaria pesada. Ambos obtuvieron su doctorado en la CBUP con sus tesis de grado, *Seguridad Personal: Enfoque Teológico-Práctico* y *El Pastor Empresario*, respectivamente.

## **EL ROL DIRECTRIZ DE LA ACPCA**

Todos los “eventos en red” mencionados previamente, juntamente con la CBUP y el CEBCAR, caben bajo la cobertura ACPCA (Asociación Cultural Peruano Coreana Americana), que constituye su respaldo legal en la nación peruana y en el exterior. La misma existe con Registro Público N° 11029175 del 4 de Julio de 1998.

La ACPCA, es decir, los miembros de su Junta Directiva, actúa también como una entidad consultiva y administrativa en el más alto nivel, y está dirigida por personalidades como el Dr. Daniel Bocanegra Barreto, Congresista de la República, y el Dr. Inmer Céspedes Alarcón, su Asesor Legal.

La ACPCA y las instituciones que de ella dependen centran sus objetivos en la *Missio Dei* y en su enfoque misionológico.

## **EL ENFOQUE MISIONOLOGICO**

A diferencia del juego de la siembra y la cosecha, promovido por John Avanzini y practicado en dominó por Rony Chaves y la gente de Enlace TV, juego nada bíblico, porque quien invierte en el evangelio se hace tesoros en el cielo, no en la tierra, el enfoque misionológico le abre al ser humano en general, y al creyente evangélico en particular, las puertas de la prosperidad como medio, no como meta.

Veamos cómo funcionan las cosas en la estrategia de Dios:

El texto de Génesis 1:28, que nos introduce al tema de la *Missio Dei* dice: “Dios los bendijo y les dijo: ‘Sed fecundos y multiplicaos. Llenad la tierra; conquistadla y tened

dominio sobre los peces del mar, las aves del cielo y todos los animales que se desplazan sobre la tierra.”

En los tratados teológicos estas palabras han sido designadas como “mandato cultural”, porque la conquista de la tierra no puede referirse a otra cosa que a la conquista tecnológica de la biósfera, que involucra la tecnología derivada de la conquista del espacio.

El mandato de crear cultura a partir de lo creado por Dios es enfocado por la Misionología como algo más profundo y sustancial que “crear cultura”. Es un aspecto de la *Missio Dei* de proyecciones soteriológicas, porque la tecnología contribuye a mantener la vida del ser humano sobre la Tierra, por ser él mismo el objeto central del Plan Soteriológico.

Si la humanidad se hubiese ya extinguido, no habría espacio para el concepto de la *Missio Dei*, y la trayectoria del hombre sobre la superficie de la Tierra habría sido semejante a la de los dinosaurios y otros animales ya extinguidos.

\* \* \*

La visión de las cosas que da la Misionología tiene estrecha relación con la responsabilidad ecológica del hombre. No se refiere a guerras de conquista entre grupos humanos, sino a las conquistas de la ciencia, a la experimentación con plantas medicinales y plantas venenosas, al incremento del potencial de las semillas, inclusive a la investigación genética tan satanizada aun cuando su objeto sea producir alimentos de mejor calidad.

El mandato cultural sólo enfoca el objetivo de la conservación de la especie humana y de las demás especies del ecosistema. Su contenido soteriológico deriva indirectamente del hecho de que la gracia divina ha de ser manifiesta a gente viva, no a gente hacinada en cementerios étnicos.

## **PRINCIPIO MISIONOLOGICO DE RECREAR EL MUNDO**

La Misión de Dios tiene el mismo origen que la humanidad y toda la creación en el designio divino. Su primera manifestación escritural aparece en Génesis 1:26 cuando dice Dios: “Hagamos al hombre a nuestra imagen, conforme a nuestra semejanza, y tenga dominio sobre los peces del mar, las aves del cielo, el ganado y en toda la tierra, y sobre todo animal que se desplaza sobre la tierra.”

Dios crea al hombre con una misión predestinada: La de ser agente de Dios en la Tierra; y que siendo la imagen y semejanza de Dios tenga también dominio sobre la creación y responsabilidad ante el Creador.

\* \* \*

La conquista de la tierra, en términos misionológicos, involucra el recrear el mundo a partir de la creación de Dios. El hombre es un pequeño creador, y en ello reside su imagen y semejanza con el Creador.

El problema que ha causado el concepto errado de “conquistar” a lo largo de la historia, en el sentido de conquistar pueblos mediante la violencia de la guerra puede bien ser solucionado en nuestro tiempo cuando se habla de la “conquista del espacio”, del descubrimiento de que el hombre puede llegar a descifrar el lenguaje de los animales y a comunicarse con ellos, y de que puede descubrir y aplicar las fuerzas secretas que mantienen cohesionado el mundo. Estos conceptos han sido desarrollados en un trabajo escrito por el Ing. Pedro Arana Quiroz en su obra, *Progreso, técnica y hombre*, Ediciones Certeza, Buenos Aires.

### **EL PRINCIPIO MISIONOLOGICO DE RESTAURAR EL MUNDO**

El desenvolvimiento de la historia ubica a la humanidad frente a otro aspecto de la *Missio Dei*: El aspecto de la reparación de lo que se ha echado a perder a causa del ingreso del mal en el mundo. En la teología judía este aspecto de la Misión se designa con el término técnico *tiqún olám* que literalmente significa “reparación del mundo”. El término *olám* se refiere indistintamente a la sociedad o al cosmos.

El *Nuevo Diccionario Hebreo* de Even Shoshan define el concepto de *tiqún olám* como “el respeto a todos los órdenes de la vida reconocidos en el mundo y también como los cambios y correcciones en el orden de la vida y el mejoramiento de los regímenes.”

\* \* \*

Como *tiqún olám* se refiere en el derecho hebreo a las instituciones correctivas de la vida de la sociedad, como por ejemplo, el divorcio. Tal es el caso cuando la unión marital se ha hecho nociva, como lo ha dicho el Señor Jesús: “Ante vuestra dureza de corazón Moisés os permitió divorciaros de vuestras mujeres, pero desde el principio no fue así” (Mateo 19: 8).

Tal es también el caso de la normatividad de la redención de la mujer a la sociedad israelita mediante el matrimonio levirático.

Tal es el caso de la redención y liberación de los esclavos.

Tal es también el caso del mejoramiento de las especies mediante métodos y experimentos genéticos que excluyen a la especie humana, porque la especie humana no ha sido concedida por Dios a la especie humana, de modo que un ser humano no debe someter a otro ser humano a su entera voluntad ni a la experimentación de cualquier orden.

\* \* \*

El principio de *tiqún olám* tiene que ver con el mantenimiento y defensa de la vida, y del orden ecológico. En el mismo principio se basa el incremento de la ciencia desde los métodos selectivos hasta los experimentos genéticos.

Pero de manera especial el principio de *tiqún olám* tiene que ver con la redención integral del hombre, tanto en el plano de la vida terrenal como en el plano soteriológico.

Las Escrituras hacen depender la redención del universo de la redención integral del hombre, consumada en su resurrección de la muerte.

Estos conceptos son expuestos por el Dr. Pedro Torres Valenzuela en su obra, *Sanidad en Isaías*, Prólogo de Moisés Chávez, Editorial CLIE, Barcelona, 1999.

## **LA TEOLOGIA PRACTICA Y LA EMPRESA EXITOSA**

La Teología Práctica es un campo de la Misionología que enfoca la praxis correcta y enseña a derivar del texto de las Escrituras los principios teológicos prácticos sobre los cuales se ha de fundamentar la conducta y la actuación en todos los aspectos de una vida de éxito.

La Teología Práctica tiene cuatro enfoques concomitantes:

1. Enfoque de la gloria de Dios
2. Enfoque de la dignidad humana
3. Enfoque de la responsabilidad ecológica
4. Enfoque de la praxis correcta

El cuarto punto o tema ocupa mayor espacio en la exposición de la Teología Práctica y es introducido en el volumen de *Misionología* bajo el tópico de “teología de la praxis” (Volumen 9 de la Serie TEOLOGIA CIENTIFICA).

El lema de la Teología Práctica bien podrían ser las palabras del Señor en Juan 13:17: “Si sabéis estas cosas, bienaventurados sois si las hacéis.”

La Teología Práctica ha sido dictada en cursos maratónicos del CEBCAR y de la CBUP también con los epítetos de “Formación Empresarial”, “Teología del Éxito” y “Dinámica de la Creatividad y el Éxito”.

\* \* \*

La Teología Práctica tiene estrecha conexión con la literatura normativa (o halájica) derivada de las Sagradas Escrituras por los sabios de Israel para motivar la obediencia de la Toráh y evitar que el pueblo transgreda los mandamientos del Señor. Pero es más amplia que la literatura normativa judía pues involucra a todos los seres humanos, no sólo a los hijos de Israel.

Por lo mismo, se suele designar a los principios teológicos también como “principios universales” de conducta. No obstante, el estudio de la Halajáh o normatividad judía definitivamente enriquece la temática de la Teología Práctica, por lo que en la CBUP se la ha estudiado de mano con el *Pirquéi Abot* o *Tratado de los Principios* incluido entre los tratados de la Mishná. Al respecto, sírvase examinar este hermoso tratado en edición bilingüe (hebreo-español), traducido por vuestro servidor y publicado por la Editorial Juan Ritchie – Ediciones CBUP-CEBCAR e incluido en la Biblioteca Inteligente en la Serie EXITOLOGIA.

## CAPACITACION PARA LA VIDA

La Teología Práctica es la disciplina que trata de los principios teológicos universales cuya práctica conduce al éxito en la vida. En diversas ocasiones el curso de Teología Práctica del CEBCAR ha sido expuesto al público en general con el título de “Formación Empresarial” y “Teología del Exito”.

Como “teología” involucra un producto sistematizado de la información derivada de las Escrituras; por tanto, tiene relación con la realidad y las demandas de Dios y con la realidad humana. La Teología Práctica trata de la manera cómo los principios teológicos se descubren engastados en el texto bíblico y cómo se aplican a cada aspecto de la vida con miras al éxito y la auténtica prosperidad.

Y con respecto al éxito, contrario de lo que piensan superficialmente muchas personas sobre el éxito, en el sentido de que es fruto del azar, el éxito sustentable se logra mediante el ejercicio de la inteligencia emocional y la capacitación impartida por los expertos, por los que más saben en un determinado campo, y mediante materiales didácticos especialmente diseñados como la presente separata académica de Teología Práctica cuya fuente es la Toráh.

\* \* \*

Los principios teológicos son universales, y aparte de la Biblia, también derivan de los Proverbios de Amenemope (de Egipto), del Zend Avesta (de Persia), de los lemas éticos del Imperio de los Incas, del aporte de los expertos en *Calidad y Excelencia* como el mexicano Miguel Angel Cornejo, sea su memoria bendición, considerado el más grande experto en empresas,<sup>4</sup> y de las publicaciones de la Editorial Juan Ritchie y la Plataforma Empresarial de la California Biblical University of Peru, como las siguientes: *Teología Práctica, El Tratado de los Principios*,<sup>5</sup> *Misionología, Ecología Bíblica, La mujer empresaria, Formación empresarial, Homilética interrelacional, Teología Pastoral*, etc., incluidos en el Nuevo PUT-CEBCAR y en la Biblioteca Inteligente MCH.

\* \* \*

En la década de 1970 circuló en el ámbito de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en Lima, el *Tao Te Ching* (que en chino significa: “El Camino”). Este libro, traducido del chino por el Dr. Honorio Ferrero, Decano de la Facultad de Letras, me fue obsequiado por él con su dedicatoria.

Le pregunté:

—¿Cuál es el meollo del contenido del *Tao Te Ching*.

---

<sup>4</sup>Una nueva edición de su Conferencia Magistral sobre *Excelencia y Calidad* en el Hotel Sheraton de Lima, Perú, ha sido publicada por nuestra Editorial Juan Ritchie – Ediciones CBUP-CEBCAR.

<sup>5</sup>Esta obra, en hebreo y español ha sido publicada por la Editorial Juan Ritchie – Ediciones CBUP-CEBCAR, en una edición comentada por nuestro servidor.

Me respondió:

—Es la capacitación para la vida.

\* \* \*

“Capacitación para la vida” es la mejor definición de lo que es en sí la Teología Práctica. Es un tipo de capacitación que se obvia en los países sub-desarrollados, pero que se provee a los trabajadores en los países del Primer Mundo, particularmente Israel, Japón, Corea del Sur, etc., con fuerte inversión de las empresas y un evidente éxito en la conquista y conservación de los mercados mundiales.

Desde hace muchos años vuestro servidor viene disertando sobre la temática de la Teología Práctica en universidades, bancos, fábricas, hospitales, clínicas, dependencias de Construcción Civil, Defensa Civil, Policía Nacional del Perú, en la Escuela de Inteligencia del Ejército de Bolivia en la cual soy docente, así como en congresos de Visión Mundial, y de modo especial en los Cursos Maratónicos del CEBCAR y la CBUP.

Esto hemos hecho denominando al curso con nombres atractivos para el público en general, como “Formación Empresarial”, “Forum de Excelencia y Calidad”, “Capacitación para la vida”, “Forum de Vida Abundante”, “Ecología Humana”, “Forum sobre Seguridad Industrial”, etc.

En otros ámbitos, como seminarios teológicos, conferencias y congresos evangélicos hemos recurrido a la designación de “Teología del Exito”.

## **LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS PRACTICOS**

Empezaremos definiendo el término “principio” como la idea fundamental que rige el pensamiento, la conducta y la actividad humana:

UN PRINCIPIO TEOLOGICO  
ES UNA INSTRUCTIVA  
EXPLICITA O IMPLICITA  
EN EL TEXTO DE LA TORÁH  
Y CONSTITUYE UNA NORMA  
DE CONDUCTA Y DE VIDA.

Un determinado texto bíblico puede formular clara o explícitamente un principio teológico. O también puede darse el caso de que lo expresa implícitamente. En este segundo caso el principio teológico tiene que ser deducido mediante procedimientos hermenéuticos especiales que serán estudiados en la presente separata académica.

La derivación de los principios teológico-prácticos del texto de la Toráh es el mérito de la Teología Práctica como disciplina asociada con la Hermenéutica Bíblica.

\* \* \*

La teoría de la Teología Práctica en su aproximación a la Toráh distingue entre mandamientos, instrucciones paradigmáticas y principios teológicos.

Los principios teológicos pueden estar engastados o implicados en las instrucciones paradigmáticas y en los mandamientos. Al no estar formulados en lenguaje abstracto del cual requerimos cuando se trata de producir la sistematización conceptual, para su derivación del texto bíblico la Teología Práctica recurre a las dinámicas de la Hermenéutica Bíblica, tanto la Exégesis como la Eiségesis, sin ninguna discriminación.

Las instrucciones paradigmáticas se refieren a un caso en particular que sirve de paradigma a otros casos asociados. Las instrucciones paradigmáticas pueden dar expresión a uno o más principios teológico-prácticos.

Los mandamientos o *mitsvot* son demandas de carácter moral y se dividen en mandamientos “de hacer” (hebreo: *mitsvót taaséh*) y mandamientos de “no hacer” o prohibiciones (hebreo: *mitsvót al-taaséh*), y aunque podrían referirse a cosas específicas, bien pueden dar expresión a más de un principio teológico-práctico.

\* \* \*

Se les llama “teológicos” porque son conceptos e instructivas explícitos o implícitos en el texto de la Toráh y reflejan la voluntad de un Creador que ha introducido en su creación la evaluación de “bueno”, “muy bueno”.

Se les llama “prácticos” porque están estrechamente vinculados con la Teología Práctica, que enseña a derivarlos del texto de la Toráh y a ponerlos en práctica para toda actividad humana exitosa.

Se les llama “universales”, porque si bien en la Toráh tienen una formulación que les es propia y que expresa las demandas del Dios de Israel, estos principios del éxito son universales, y se encuentran engastados en las elaboraciones e instituciones éticas de todos los pueblos y en numerosas obras de la literatura universal.

Se les llama “sapienciales”, porque tienen que ver con la sabiduría o conocimiento práctico que transmite la sabiduría popular, de manera oral o escrita.

A partir de las investigaciones de Daniel Goleman<sup>6</sup> respecto de la inteligencia multiforme y su enfoque científico de la “inteligencia emocional” que más que el erróneamente idolatrado cociente intelectual amerita los logros del éxito en la vida, los sabios del CEBCAR y de la CBUP han demostrado que la literatura de los *Proverbios de Salomón*, del *Tratado de los Principios*, de los *Proverbios del Moisés*<sup>7</sup> y otras fuentes inagotables de enfoque sapiencial que se nutren de la Toráh constituyen en realidad la teoría de la inteligencia emocional.

\* \* \*

---

<sup>6</sup>Daniel Goleman, *Le inteligencia emocional: Por qué es más importante que el cociente intelectual* – Un libro que revoluciona el concepto de inteligencia – Javier Vergara Editor – Grupo ZETA – Ediciones B Argentina S.A., 2000.

<sup>7</sup>*Proverbios del Moisés* es el nuevo título de la tercera edición de mi obra, *Proverbios: Reflexión de la vida*, publicada por la Editorial Juan Ritchie – Ediciones CBUP-CEBCAR.

Si bien en Israel la Toráh ocupa un lugar céntrico como fuente de principios teológicos, una vasta área de la literatura hebrea, llamada de la *Halajáh*, o literatura normativa, expone principios teológicos, y un libro en particular, a la manera del libro de Proverbios de la Biblia, es llamado el *Tratado de los Principios*, si bien en hebreo es conocido como *Pirquéi Abot*, o “Las Lecciones de los Padres”.

La literatura cristiana o evangélica es muy deficiente en el campo de la normatividad, y la presente separata de Teología Práctica viene a suplir un vacío considerable.

### **RADIO DE APLICACION UNIVERSAL**

Los principios teológicos son de aplicación universal pues su temática no tiene carácter étnico ni religioso. Su objetivo es coadyuvar a la preservación de la especie humana y hacerla creativa, exitosa y feliz.

Su radio de aplicación tiene que ver con todos los aspectos de la vida:

Tienen que ver con el uso correcto de nuestro cuerpo y nuestras energías físicas, que Miguel Angel Cornejo llama nuestro “*hardware*” recurriendo a la terminología de la informática. Incluso tiene que ver con nuestros valores y recursos espirituales, nuestro “*software*”.

Tienen que ver con el uso correcto de nuestro tiempo.

Tienen que ver con el manejo inteligente de las finanzas.

Tienen que ver con la utilización inteligente de los recursos naturales y la energía en la biósfera.

Tienen que ver con el trato debido a los animales.

Tienen que ver con nuestro cuidado del medio ambiente.

Tienen que ver con el trato debido a las máquinas.

Tienen que ver con la prevención de accidentes, enfermedades, epidemias, etc.

En suma, tienen que ver con la preservación de la vida en nuestro planeta.

### **SECUELAS DE LA PRACTICA DE LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS**

La práctica de los principios teológicos tiene consecuencias personales y generacionales que pueden revolucionar la vida de las naciones.

Para comentar esta declaración permítaseme comentar eisegéticamente el texto que leemos en Exodo 10:22, 23: “Moisés extendió su mano hacia el cielo y hubo densas tinieblas en toda la tierra de Egipto, durante tres días. No se podían ver unos a otros, ni nadie se movió de su lugar durante tres días. Pero todos los hijos de Israel tenían luz en sus moradas.”

Este texto deriva del relato de las plagas con que el Señor golpeó a la tierra de Egipto para mover al faraón a dejar ir en libertad al pueblo de Israel.

\* \* \*

El texto muestra un contraste entre los egipcios y los israelitas en el territorio de Egipto, del cual aprendemos que el pueblo que no vive de acuerdo a principios teológicos, vive en las tinieblas espirituales.

Estas tinieblas impiden que un ser humano vea a otro ser humano y lo tome en cuenta.

Este tipo de tinieblas impide que veamos en el hombre la imagen de Dios.

También nos impiden ver y apreciar el mundo que nos rodea.

Como consecuencia, paralizan e impiden el progreso, producen inamovilidad social, cultural y económica, y estropean todo programa que favorece la salud y el bienestar.

Pero un pueblo que vive de acuerdo con principios teológicos tiene luz. Tal ha sido el caso de Israel en medio de las naciones del planeta. Mientras en todos los pueblos había tinieblas que “hasta podían ser palpadas”, en Israel había luz.

\* \* \*

Un ejemplo de la historia universal puede ilustrar estos hechos. Mientras en Europa medieval de mediados del Siglo 14 moría la gente por millones (se calcula en 100 millones de personas, un tercio de la población), víctimas de una epidemia conocida como la “Peste Negra”, en los apiñados ghettos donde vivían hacinados los judíos, la gente no moría. Es que ellos vivían de acuerdo a principios teológicos derivados del texto de la Toráh, los cuales se concretaban en los siguientes aspectos de práctica y conducta:

1. La dieta kasher, basada en instrucciones bíblicas;
2. La higiene, relacionada con los conceptos relativos a la santidad;
3. La profilaxis o prácticas para evitar contraer enfermedades;
4. La cuarentena o prácticas para evitar el contagio de las enfermedades;
5. Los rituales relacionados con el concepto de pureza versus impureza (*tohoráh vetumá*).
6. El orden correcto de las cosas, tanto en el tiempo como el espacio.
7. La visión de la vida y la esperanza que derivan de la Palabra de Dios.

\* \* \*

Los principios teológicos que han preservado al pueblo de Israel a lo largo de 4000 años han sido derivados de la Toráh. Ellos han producido un enorme contraste entre Israel y las demás naciones del mundo en lo que respecta a la normatividad o formulación de normas prácticas para la vida.

La razón porque los principios teológicos no han tenido el mismo resultado en el seno de la comunidad cristiana se debe a que nuestros programas de educación cristiana a menudo esquivan enfocar los aspectos prácticos de las enseñanzas de las Escrituras debido a un énfasis en la espiritualización. El resultado ha sido a veces una religión de pacotilla, un evangelio mutilado que nos inhabilita a vivir de acuerdo con los buenos propósitos de Dios.

Frecuentemente se olvida la pertinencia y actualidad del evangelio para esta vida, y en todos los tiempos se ha pretendido suplirle lo que le falta. La aproximación deficiente al

texto bíblico ha hecho que algunos teólogos olvidaran el calificativo justo del Apóstol Pablo que dice en Romanos 1:16: “El evangelio es poder de Dios.” El evangelio es efectivo para todos los grupos humanos.

## **COMPROMISO PERSONAL CON LOS PRINCIPIOS TEOLOGICOS**

El contenido de la presente separata académica es enriquecernos con los mismos principios teológicos que han preservado a Israel a lo largo de cuatro milenios, de modo que podamos también aplicarlos a la vida de cada persona en todos los pueblos del mundo.

A lo largo de siglos muchos teólogos cristianos se dedicaron a descalificar y descartar como excesos legalistas las prácticas del judaísmo desarrolladas sobre la base de principios teológicos, sin fijarse en los excesos propios, o como lo llama Jesús, sin fijarse en “la viga en el propio ojo”. El resultado ha sido hacer del cristianismo una religión declaradamente válida para la otra vida, pero que no sirve de mucho para esta vida. Pero la verdad es que lo que no sirve para el más acá, tampoco sirve para el más allá.

\* \* \*

Se hace particularmente notoria la falta de sensibilidad con respecto a la ecología y la interrelación de todos los seres vivos (el hombre incluido) en sus respectivos ecosistemas en la biósfera.

Los principios teológicos respecto de la ecología han sido expuestos de manera exhaustiva en la separata académica de *Ecología Bíblica*, también incluida en el Nuevo PUT-CEBCAR. En ella se enfatiza la conducta que se espera del ser humano como agente de Dios en la Tierra, a fin de preservarla como su hábitat y crear en ella cultura para la felicidad y la vida de la humanidad.

En dicha separata destacamos el aporte de un gran teólogo y ecologista, Francis Schaeffer, para la formación ecológica de la comunidad evangélica a nivel mundial.

Los ecólogos y ambientalistas hallarán inspiración al relacionar el contenido de dicha separata de *Ecología Bíblica* con la separata presente, que expone varios casos paradigmáticos relacionados con las medidas para contrarrestar la contaminación ambiental, para contribuir a la conservación de las especies de animales en extinción, y para ajustar nuestra conducta a situaciones de emergencia.

\* \* \*

En Israel, la nación entera ha sido entrenada en la normatividad y en la práctica de los principios teológicos. No existe tal cosa en una comunidad que no parta de un compromiso personal con los principios teológicos, que en última instancia es un compromiso con la Toráh.

Wayne y Emily Hunter,<sup>8</sup> autores de la excelente obra formativa de la juventud evangélica que tiene por título *Man in demand* (que podría ser traducido como WANTED! ¡SE BUSCA! o “EL HOMBRE QUE SE REQUIERE”), se dirige a los adolescentes y jóvenes que se someten a este tipo de entrenamiento e instrucción en los principios teológicos.

El les dice en la Introducción:

*Pronto descubrirás que la gente te requerirá en sus grupos y en sus equipos:*

- En lugar de ser ignorado, te notarán.*
- En lugar de pasarte de largo, te incluirán.*
- En lugar de ser evitado, te buscarán.*
- La gente escuchará lo que tengas que decir.*
- Tendrán confianza en tus juicios y opiniones.*
- Apreciarán tu amistad.*
- Te escogerán para ostentar puestos importantes.*
- Te confiarán posiciones de liderazgo.*
- Te concederán especiales privilegios y responsabilidades.*

Sobre la base de un compromiso personal que expresa el deseo de aprender las enseñanzas prácticas de las Escrituras y debidamente sometidos a la práctica en todos los aspectos de la vida, los principios teológicos pueden enrumbar y transformar la vida de los individuos, de las comunidades y de las naciones, para conducirnos a un auténtico progreso y prosperidad.

## **PONENCIAS DE EMPRESARIOS EVANGELICOS**

En diversos eventos de formación empresarial promovidos por el CEBCAR y la CBUP participan pequeños empresarios evangélicos con propuestas valiosas que derivan de sus propias experiencias y testimonios. Entre ellas, se enfoca el de la “empresa familiar” y el de promover la iglesia local como mercado.

---

<sup>8</sup>Wayne y Emily Hunter, *Man in demand*, Pag. 16, Manna Publications, P. O. Box 19064, Portland, Ore., 97219, Estados Unidos de América.

## **La empresa familiar**

Sharon L. Lechter, asociada de Robert T. Kiyosaki en la implementación de las empresas richdad.com y CASHFLOW@Technologies, escribe de su propia experiencia sobre el tema de “El negocio familiar” o la empresa familiar.<sup>9</sup>

Las empresas familiares, no importa en cuántos casos hayan terminado en escándalos financieros y hasta en crímenes domésticos, a la larga han demostrado ser el factor más objetivo para garantizar el éxito y la continuidad empresarial.

La Sra. Lechter, que evidentemente ha tenido un éxito más que envidiable al formar una empresa independiente, sigue recomendándola en primer lugar.

Este tema, tan cercano de la realidad de las familias evangélicas que son conocidas por su buen testimonio está abierto a la exploración en los eventos en red de la CBUP y del CEBCAR.

## **La iglesia local como mercado**

Otra ponencia tiene que ver con el enfoque de la iglesia local como mercado.

Somos prudentes al advertir de los peligros de enfocar la iglesia evangélica como mercado, como viene ocurriendo de manera incrementada.

En sí no hay nada malo en concebir la iglesia como mercado; sólo que no importa cuán grande sea una iglesia, seguirá siendo un mercado reducido, lo cual no tiende a favorecer a ninguna empresa que se precia de tal, y no garantiza el factor “continuidad”. Es mejor considerar a la iglesia como un sector del mercado en donde de manera más visible se pueda testificar del factor “servicio”.

Con relación a este tipo de ponencias, los programas formativos del CEBCAR y de la CBUP han salido a advertir a algunos profesionales evangélicos, particularmente abogados para nunca caer en el juego dominó que ha convertido a muchos profesionales, contadores y asesores en lo que el destacado analista de empresas Hernando de Soto denomina “hideputas”, personas que no sólo tienen lejos de su perspectiva el servicio y el buen testimonio, sino que explotan más a sus propios hermanos evangélicos a quienes deberían ayudar por ser de la familia.

¿No les parece mejor sentar el principio de cobrar lo que es justo?

Realmente, en la vida hay ocasiones en que no hay que cobrar nada por un servicio, sino al contrario, hay que darle asistencia financiera adicional al que recibe el servicio.

## **Los crímenes apostólicos**

De la misma manera, el CEBCAR y la CBUP tienen en perspectiva enfocar casos concretos de abusos y crímenes financieros cometidos por los apóstoles del movimiento de la Teología de la Prosperidad, para lo cual recurrimos a los documentados archivos de las

---

<sup>9</sup>Ver el apéndice de la obra de Robert T. Kiyosaki, previamente mencionada.

empresas de información fundadas por el periodista evangélico, Lic. Tito Pérez Quiroz; de manera especial los archivos de los periódicos “La Verdad” y “Protestante”. Este último, según nos hemos informado por lo bajo, deriva su nombre del hecho que representa una tribuna de protesta contra los abusos cometidos por delincuentes evangélicos contra sus hermanos en la fe.

En lugar de la Teología de la Prosperidad, los eventos en red del CEBCAR y de la CBUP introducirán la práctica de la Teología Práctica

### **Actitud ante las riquezas injustas**

También hemos de referirnos a la contribución exegética del escritor evangélico, Guillermo Mac Donald, autor del tratado, El verdadero discipulado, sobre un pasaje que escandaliza a los lectores evangélicos que se chocan con ciertas palabras de Jesús en el Evangelio de Lucas 16:1-13, en que se refiere a las riquezas materiales como “riquezas injustas”.

La Parábola del Mayordomo Injusto (o del Administrador Injusto) de Lucas 16:1-13 ha sido magistralmente expuesta por Guillermo Mac Donald en el capítulo 4 de su obra citada:

*La Parábola del Mayordomo Injusto fue presentada a los discípulos. En ella el Salvador sienta principios aplicables a los discípulos de todos los tiempos. Después de todo, los discípulos de Cristo son esencialmente mayordomos a quienes se ha confiado el cuidado de sus pertenencias e intereses sobre la Tierra.*

*Esta parábola está rodeada de dificultades. Aparentemente recomienda la deshonestidad y los negocios ilícitos. Pero cuando se entiende con la debida luz la encontramos saturada de enseñanzas de gran importancia. . .*

*¿Cómo hemos de entender esta aparente aprobación de prácticas deshonestas en los negocios?*

\* \* \*

*En resumen, la historia es ésta: Un rico propietario encargó sus negocios a un empleado. Pasado mucho tiempo el amo supo que su empleado estaba despilfarrando su dinero. Inmediatamente le pidió una rendición de cuentas y le informó que quedaba despedido.*

*El empleado comprendió que su futuro era lúgubre. Era demasiado viejo para hacer trabajo físico pesado y le daba vergüenza mendigar. Entonces encontró una estratagema que le aseguraría tener amigos en los días venideros. Fue a uno de los deudores de su amo y le preguntó: “¿Cuánto le debes a mi jefe?” La respuesta fue: “Tres mil trescientos setenta y cinco litros de aceite.” “Bien”, dijo el empleado, “para la mitad y demos la cuenta por liquidada.”*

*Fue a otro de los deudores y le preguntó: “¿Cuánto debes?” El deudor contestó: “Treinta y dos mil kilos de trigo.” “Bien, entonces paga veinticinco mil y demos por cancelada la cuenta.”*

*Aun más contraproducente que la acción del empleado deshonesto es el comentario que sigue: “Y el señor elogió al mayordomo injusto porque actuó sagazmente, pues los hijos de este mundo son en su generación más sagaces que los hijos de luz” (Lucas 16:8).*

\* \* \*

*¿Cómo hemos de entender esta aparente aprobación de prácticas deshonestas en los negocios?*

*Una cosa es cierta: Ni su señor, ni nuestro Señor aprobaron sus prácticas sinuosas. Fue por eso mismo que lo destituyeron. Ninguna persona justa aprobaría el fraude y la infidelidad. Cualquiera sea la enseñanza de la parábola no sugiere que el desfalco sea justificado.*

*Hay solamente una cosa por la que se alaba al siervo injusto, y es que haya planeado su futuro. Dio los pasos necesarios para asegurarse de que tendría amigos después de que hubiera cesado su mayordomía. El actuó para el “después” a cambio de satisfacer su sola necesidad inmediata.*

*Este es el punto central de la parábola. La gente del mundo toma estrictas medidas a fin de proveer para los días venideros. Del único futuro del que se preocupan es el de su vejez y sus años de jubilación. Por ello trabajan diligentemente para asegurarse una situación cómoda cuando ya no sean capaces de trabajar en forma provechosa. Nada olvidan en su búsqueda de la seguridad social.*

*En este aspecto los no-creyentes son más sabios que los cristianos. Sin embargo, para entender el por qué debemos entender que el futuro del cristiano no está en la tierra sino en el cielo. Este es el punto crucial. El futuro para quien no es cristiano es el tiempo entre el ahora y la tumba. Para el hijo de Dios es la eternidad con Cristo.*

\* \* \*

*La parábola enseña entonces que el no regenerado es más sabio y precavido en sus preparativos para el futuro en la tierra que el creyente lo es para su preparación para el cielo.*

*Con esto en mente el Señor presenta la enseñanza práctica:*

*“Y yo os digo: Con las riquezas injustas ganaos amigos para que cuando éstas lleguen a faltar, ellos os reciban en las moradas eternas” (Lucas 16:9).*

*Las riquezas injustas son el dinero y las demás posesiones materiales. Estas cosas podemos usarlas para ganar almas para Cristo. Las personas que nosotros ganamos por el adecuado uso de nuestro dinero aquí son llamados “amigos”. Viene un día cuando faltaremos, ya sea por la muerte o por haber sido llevados al cielo por Cristo en el arrebatamiento. Los amigos ganados por el correcto uso de nuestras posesiones materiales servirán entonces como un comité de bienvenida para recibirnos en las moradas eternas.*

\* \* \*

*Esta es la manera como los fieles mayordomos planean para el futuro, no gastando su corta vida en la búsqueda estéril de seguridad en la tierra, sino en un apasionado esfuerzo por verse rodeado en el cielo de amigos que fueron ganados para Cristo a través de su dinero. Dinero que fue transformado en Biblias, Testamentos, porciones, tratados y otra literatura cristiana. Dinero que fue usado para sostener misioneros y otros obreros cristianos. Dinero que ayudó a financiar programas radiales y otras dignas actividades cristianas. En suma, dinero que fue usado para esparcir el evangelio por cualquier método. La única manera en que podemos depositar nuestros tesoros en el cielo es invirtiéndolo en algo que va a ir al cielo.*

\* \* \*

*Cuando el cristiano ve que sus posesiones materiales pueden ser invertidas en la salvación de las preciosas almas, pierde su amor por todas las cosas. El lujo, la riqueza y el esplendor material le resultan baladíes. El ahora anhela ver que las riquezas injustas por obra de la alquimia divina se transforman en adoradores del Cordero por siempre jamás. Está cautivado por la posibilidad de realizar una obra en las vidas humanas que produzca gloria eterna y eterna bendición a las personas mismas.*

*Para él los diamantes, rubíes y perlas, todos los depósitos en el banco, todas las pólizas de seguro, todas las mansiones, yates y coches son riquezas injustas. Si se usan en nuestro beneficio, perecen con el uso, pero usadas para Cristo rinden dividendos a través de toda la eternidad. . .*

*Las posesiones terrenales no son verdaderas riquezas. Su valor es finito y temporal. Los tesoros espirituales son las verdaderas riquezas. Su valor no se puede medir y jamás se acaba. El hombre que no es fiel en el manejo de los bienes materiales no puede esperar que Dios le conceda prosperidad espiritual en su vida o tesoros en los cielos.*

\* \* \*

Pero, ¿es que el Señor considera todas las riquezas materiales como “riquezas injustas”, no obstante que pueden ser fruto de la bendición divina y pueden haber sido ganadas con justicia?

Veamos las cosas desde la siguiente perspectiva: Todas las riquezas materiales provienen de sistemas de adquisición plagados de injusticias, porque consciente o inconscientemente nos hallamos todos robándole a Dios.

Se da el caso de que sustraes de lo justo por darte méritos de conseguir las cosas con menos gasto posible; porque haces trabajar a otros minutos extras; porque exageras al determinar tus viáticos; porque pagas a destiempo, aun cinco minutos tarde; porque retienes el salario para pagarlo al segundo día; porque le haces perder su tiempo a los demás. Quizás tú no seas injusto; pero los escasos recursos que dispones en tus manos están plagados de injusticia hasta haberse convertido en tu patrimonio.

## **EL PROBLEMA DE ACTITUD Y MENTALIDAD**

El empresario nato tiene una actitud empresarial. El que se mete a empresario pero posee una mentalidad plagada de pobreza conceptual, sin duda fracasará al poco tiempo.

Reflexiona en los siguientes proverbios de nuestra obra, *Los proverbios del Moisés*:

*El tacaño vive con un nivel de vida  
más bajo del que podría tener.  
Si enriquece, continúa siendo tacaño  
y terminará pudriéndose.*

*La pobreza conceptual te empobrece.  
La riqueza conceptual te enriquece.*

Los tacaños y las personas que adolecen de pobreza conceptual no pueden ser empresarios, salvo que ocurra en ellos un milagro que se llama “cambio de mentalidad”. Se trata de una especie de metamorfosis, que transforma a un gusano en una mariposa.

¿Qué si es posible?

¡Clarinete! La misma naturaleza nos demuestra que es posible.

Robert T. Kiyosaki escribe: “Cuando hablo de educación de negocios que cambia la vida hablo de una que es lo suficientemente poderosa para transformar a una oruga en mariposa, un proceso que se llama metamorfosis. Cuando usted revise el plan educativo de una empresa de Net-Marketing, le recomiendo buscar un plan educativo que marque una diferencia en su vida.”

\* \* \*

Kiyosaki enfatiza en la asociación con buenos amigos, con buenos socios. Por eso, los que estamos involucrados con las empresas del CEBCAR y de la CBUP marcamos distancia con toda aquella persona que sea por naturaleza tacaña y mezquina. No que seamos hombres de poca fe, sino que somos lo que se llama pragmáticos. Por eso les decimos a los gusanos: “Vuelve cuando seas mariposa; las plataformas de la CBUP te pueden ayudar.”

**BIBLIOGRAFIA**

—Moisés Chávez, *Pirquéi Abot* o *Tratado de los Principios*, Edición bilingüe (hebreo-español), Editorial Juan Ritchie – Ediciones CBUP-CEBCAR.

—Moisés Chávez, *Proverbios: Reflexión de la vida*. Esta obra ha sido publicado en su tercera edición por la Editorial Juan Ritchie-Ediciones CBUP-CEBCAR, con el título de, *Los proverbios del Moisés*.

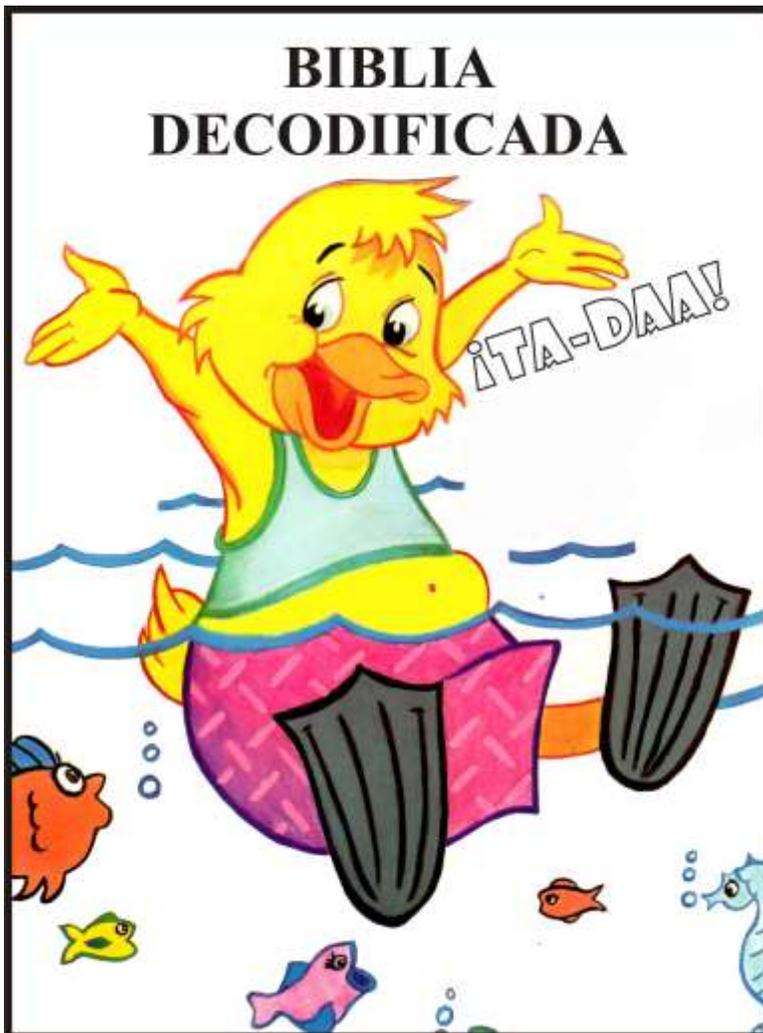
—Pedro Torres Valenzuela en su obra, *Sanidad en Isaías*, Prólogo de Moisés Chávez, Editorial CLIE, Barcelona, 1999.

—Pedro Arana Quiroz en su obra, *Progreso, técnica y hombre*, Ediciones Certeza, Buenos Aires.

—Robert T. Kiyosaki y Sharon L. Lechter, *Escuela de Negocios para personas que gustan ayudar a los demás*, Editorial Aguilar, 2006. La Editorial Aguilar, Avenida San Felipe 731, Jesús María, Tel. (511)218-1014.

—Patrick Johnstone, *Operación Mundo – Guía diaria de oración por el mundo*, Centros de Literatura Cristiana de Colombia, 1995.

—Guillermo Mac Donald, *El verdadero discipulado*, Traducido por Pedro Vega, Centros de Literatura Cristiana (CLC), Bogotá, 1979.



LA BIBLIA DECODIFICADA DEL DR. MOISES CHAVEZ



**BIBLIOTECA INTELIGENTE**

[Biblioteca Inteligente] [Biblia Decodificada] [Biblia RVA] [Separatas Académicas] [Antologías de Historias Cortas] [Estudios Universitarios] [Contacto]

BARRA AZUL DE ENLACES 

**[www.bibliotecainteligente.com](http://www.bibliotecainteligente.com)**  
**PAGINA WEB DE MOISES CHAVEZ Y DE LA CBUP**

**¡UNA BIBLIOTECA GRATIS PARA TI!**



Abrela escribiendo su nombre o usando el Código QR de Acceso Inmediato, y en el enlace "Inicio" diviértete con "El Changuito de la Biblioteca Inteligente" y conoce a tu Host y a su Esposa en el video-clip "Caminando por la Vida".

Luego ingresa al enlace "Biblioteca Inteligente" y disfruta el Album de Fotos Sivrallas.

Luego ingresa al enlace "Antologías de Historias Cortas" y ¡a todo lo demás!

¡Diviértete y comparte con tus amigos y con tus enemigos!



¡Caminando por la Vida!



**LA BIBLIOTECA INTELIGENTE  
DEL DR. MOISES CHAVEZ Y DE LA CBUP**

- 😊 Para el acceso a la Biblioteca Inteligente abra [www.bibliotecainteligente.com](http://www.bibliotecainteligente.com)  
Los enlaces están con letras blancas en fondo azul debajo de la foto.
- 😊 Vea el Album de Fotos Sivrallas en el enlace, *Biblioteca Inteligente*.
- 😊 Vea el índice de 1.050 historias cortas en el enlace, *Biblioteca Inteligente*.
- 😊 Ubique el volumen sobre Shilicología en el enlace, *Antologías de Historias Cortas*.
- 😊 Vea el índice de 165 Separatas Académicas en el enlace, *Biblioteca Inteligente*.
- 😊 Acceda a los libros de la *Biblia Decodificada* en el enlace, *Biblia Decodificada*.
- 😊 Vea la información sobre la *Biblia RVA* en el enlace, *Biblia RVA*.
- 😊 Para los Estudios Universitarios CBUP acceda al enlace correspondiente.



**VISTA PARCIAL DE LA BIBLIOTECA INTELIGENTE  
Y DEL MUSEO DE LA BIBLIA DEL CEBCAR**  
Al pie, empastados en color azul, están los originales de la Biblia RVA  
y de la *Biblia Decodificada*





[www.bibliotecainteligente.com](http://www.bibliotecainteligente.com)

***MISIONOLOGICAS:***

Dra. Silvia Olano, [cebcarbup@gmail.com](mailto:cebcarbup@gmail.com) - Teléfonos: (511) 424-1916; Cel. (51) 948-186651