

**The Fifth International Symposium on Catholic Social Thought and Management
Education:
“Business as a Calling, the Calling of Business” (vocation and calling as it relates to
business)**

La Empresa como Llamado, pero ¿Qué Empresa?

**Oswaldo M. Ferreiro Poch, Ph. D.
Director de la carrera de Ingeniería Comercial y Profesor
Departamento de Economía y Administración
Universidad Alberto Hurtado
(Universidad Jesuítica de Chile)**

Introducción.

¿Constituye la empresa un llamado para el cristiano católico? Esta pregunta tiene especial sentido si nos concentramos en el accionar del cristiano católico más allá del plano de sus relaciones personales con otras personas de la organización, plano en el que siempre hay espacio para la evangelización y la caridad. En cambio, en este trabajo nos preocupa de preferencia el plano más institucional. Así, aquí nos interesa principalmente la evangelización **de la** empresa, más que la evangelización **en la** empresa.

I. La Empresa como Llamado, una Realidad.

Desde el comienzo de los tiempos, según la enseñanza del libro del Génesis, primero el Creador, con su trabajo de seis días para “completar” la creación y más tarde, el ser humano una vez expulsado del Paraíso, han trabajado permanentemente en la “creación de valor”. Dios mismo lo señala, en el momento del abandono del Paraíso: *“Con fatiga sacarás del suelo el alimento todos los días de tu vida” ... “con el sudor de tu rostro comerás el pan, hasta que vuelvas al suelo, pues de él fuiste tomado. Porque eres polvo y al polvo tornarás”* (Ge 3, 17b, 19).

Mucho después, encontramos varias referencias en el Nuevo Testamento sobre el valor del trabajo y de la empresa. De especial relevancia son las referencias de san Pablo, quien subraya repetidamente la importancia del trabajo y cómo él mismo se sostiene económicamente: *“... sino que de día y de noche con fatiga y cansancio trabajamos para no ser una carga a ninguno de vosotros ... les mandamos y les exhortamos en el Señor Jesucristo a que trabajen con sosiego para comer su propio pan”* (2 Te 3, 8, 12). Adicionalmente, varias parábolas de los Evangelios se relacionan directa o indirectamente con el tema.

En nuestros tiempos, es fácil encontrar referencias al trabajo y a la empresa en documentos de la Iglesia y del Santo Padre. La carta apostólica Novo Millennio Ineunte, al cierre del Jubileo 2000 y comienzo del año 2001 y con ello abriendo el nuevo siglo, señala en su punto 46 que *“es necesario descubrir cada vez mejor la vocación propia de los laicos, llamados como tales a*

buscar el reino de Dios ocupándose de las realidades temporales y ordenándolas según Dios, y a llevar a cabo en la Iglesia y en el mundo la parte que les corresponde ... con su empeño por evangelizar y santificar a los hombres”.

Más aún, la exortación apostólica *Christifidelis Laici* (1988) señalaba, en el punto 43, que “... en el contexto de las perturbadoras transformaciones que hoy se dan en el mundo de la economía y del trabajo, los fieles laicos han de comprometerse, en primera fila, a resolver los gravísimos problemas de la creciente desocupación, a pelear por la más tempestiva superación de numerosas injusticias provenientes de deformadas organizaciones del trabajo, a convertir el lugar de trabajo en una comunidad de personas respetadas en su subjetividad y en su derecho a la participación, a desarrollar nuevas formas de solidaridad entre quienes participan en el trabajo común, a suscitar nuevas formas de iniciativa empresarial y a revisar los sistemas de comercio, de financiación y de intercambios tecnológicos”.

Para concluir sobre la validez de este llamado, basta recordar que el propio Señor Jesús y su padre adoptivo san José, desarrollaron una actividad de pequeños empresarios con su taller de carpintería: “¿No es éste el carpintero, el hijo de María ... ?” (Mc 6, 3a). También lo hacen varios apóstoles a través de su actividad de pescadores artesanales.

El conjunto de referencias y argumentos especificado reafirma la validez del llamado para el cristiano católico a la evangelización **de la** empresa, que constituye un desafío pendiente.

II. La Empresa con Valores Evangélicos.

La pregunta relevante no parece ser – yo diría, no es – la empresa como llamado o vocación, sino **qué empresa**.

En una de las parábolas (Mateo 20, 1-16) Dios mismo es retratado como un hombre de empresa (propietario de tierras, agricultor) quien contrata trabajadores en varias horas del día. Sin embargo, no recompensa a sus trabajadores en la forma que nosotros hacemos comúnmente. Usa un criterio diferente, un criterio evangélico, al que El mismo califica, en el versículo 16, como siguiendo el criterio del amor: “... ¿O tienes tú envidia porque yo soy bueno?”. En consecuencia, no hay carencia de llamado o vocación a la empresa, sino que claramente el llamado es a una empresa impregnada por los criterios del Evangelio. El llamado es a una empresa diferente, orientada por la creatividad, la solidaridad y el amor. Su Santidad Juan Pablo II se ha referido a este punto en muchos documentos, especialmente en *Centesimus Annus* y *Laborem Exercens*.

Surge en forma natural la pregunta:

¿ Qué tipo de empresa, dotada de valores evangélicos, es la respuesta adecuada al siglo XXI ?

Podemos esbozar las siguientes características:

1. Compromiso y Servicio a sus Clientes:

En la empresa moderna se habla de “orientación a los clientes” y de “servicio”; sin embargo, muchas veces ello constituye un conjunto de pasos realizados en forma mecánica más que en una actitud profunda y auténtica. La empresa dotada de valores evangélicos debe poseer, encarnada en cada uno de sus integrantes, una actitud de servicio efectiva, basada en el amor.

2. Compromiso y Servicio a la Sociedad a la que Pertenece.

El compromiso y el servicio, basados en una actitud sincera y efectiva, debe extenderse a la sociedad de la que es parte. Así, necesita comprometerse en actividades de bien público de diferentes tipos, no ser contaminante, realizar lo posible por aumentar el empleo y los beneficios para los trabajadores, etc. En definitiva, la empresa no puede ser vista como un ente aislado de la sociedad, debiendo considerarse como co-constructora de esta última.

El compromiso de la empresa con la sociedad comienza en la entrega de productos y servicios de real valor (de calidad) para sus clientes; ello necesita basarse en procesos de calidad, en mejoramiento permanente. En forma natural, este compromiso se extiende a que la empresa entera sea de calidad, lo que necesariamente debe estar apoyado en la vivencia de valores y principios sólidos. Así, la empresa actúa como “buena ciudadana”, siendo y actuando de acuerdo a lo que hoy se conoce internacionalmente como “responsabilidad social de la empresa”.

3. Compromiso con el Mundo Global.

En la creciente globalización, desencadenda especialmente por el avance en las comunicaciones y los medios de transporte, los límites de una sociedad son difusos y nuestras acciones afectan a toda la humanidad. Por ello, el compromiso y servicio de la empresa dotada de valores evangélicos requiere tener dimensiones planetarias.

4. Solidaridad entre sus Integrantes.

La organización debe estar influenciada fuertemente por una corriente de cariño y solidaridad entre sus integrantes, que a la vez traspase sus fronteras. En cierto modo ésta es la fuente del compromiso y servicio con sus clientes y con la sociedad.

La “corriente” señalada en el párrafo precedente necesita ser impulsada por la alta gerencia y debe ser expresada en “poner a las personas en primer lugar”. En cierto modo, este último elemento será la prueba principal del espíritu que debe inspirar a la empresa dotada de valores evangélicos, el cual debe transformarse en acciones que lo reflejen y refuercen.

5. Trabajo en Equipo como Cultura de Trabajo de la Organización.

Las empresas modernas requieren, para ser eficientes y efectivas, que sus procesos se desarrollen mediante un muy buen trabajo en equipo. La complejidad de los procesos

modernos, en los que habitualmente participan varias personas, incluso de diferentes áreas, requieren del trabajo en equipo como estrategia de gestión fundamental. Es importante señalar que dicho trabajo en equipo no puede ser sólo una estrategia competitiva sin sustancia real, sino más bien resultado de la corriente de cariño y solidaridad dentro de la organización.

6. Calidad Personal.

Una característica esencial de los integrantes de tales empresas debe ser su calidad personal, que se traduce en vivir según valores profundos, vida personal que se refleje en la organización. Por ello, todas las actividades de formación en este sentido son muy necesarias.

La calidad personal de los integrantes de la organización es fuertemente influenciada por la actitud y ejemplo de los líderes y directivos. Los trabajadores tienden a imitarlos y seguirlos.

7. Visión Global, Acción Local, Perspectiva de Futuro.

La empresa necesita tener, en un mundo globalizado como el actual, una visión global que le permita tomar decisiones con amplitud, considerando diversas posibilidades. No obstante, en orden a entregar el mejor servicio posible a sus clientes concretos, debe tener un espíritu de realizar sus acciones de acuerdo a las características locales. Adicionalmente, con el objetivo de generar trascendencia y en planificación de su propio porvenir, debe poseer en todo momento perspectiva de futuro en sus acciones e iniciativas.

Un extraordinario ejemplo de vivencia de esta característica lo constituye san Ignacio de Loyola y la organización (la Compañía de Jesús) que cofundara. Iñigo vive la globalización en su vida, a través de sus viajes (generalmente solo y a pie), y especialmente desde su rol de Superior General de la Compañía de Jesús en sus últimos años de vida terrenal. En este período, son notables su visión de la Compañía y el mundo en su conjunto, así como su acción y consejo a cada jesuita según su situación particular en cada país o región, y su increíble (incluso emocionante) perspectiva de futuro. Se puede decir que san Ignacio vivió la Compañía de hoy y de siempre.

III. La Empresa Dotada de Valores Evangélicos (el Nuevo Tipo de Empresa) y su Relación Antropológica, ¿Qué Tipo de Ser Humano Propone?

La empresa dotada de valores evangélicos propone un ser humano que viva de acuerdo a dichos valores, esté o no presente en forma explícita la fe religiosa en Jesús, como plenamente hombre y plenamente Dios. Nuestro planteamiento es aún más amplio: El siglo XXI requiere seres humanos que vivan los valores del evangelio como una antropología que trasciende a la fe religiosa explícita.

Un mundo en permanente cambio, con la necesidad de convivir con grandes diferencias de culturas, con diferentes visiones, con acceso muy diferente a la riqueza, al saber y a la

tecnología, plantea la necesidad de basar la vida en valores comunes y sólidos. Los valores evangélicos, basados en el amor a Dios y a los prójimos, “*Al Señor tu Dios amarás con todo tu corazón , con toda tu alma, con toda tu inteligencia y con todas tus fuerzas ... (y) amarás al prójimo como a ti mismo*” (Mc 12, 30-31), deben orientar el actuar de todos los creyentes y también, en cuanto a la relación con los prójimos, de los no creyentes y de los fieles de otras religiones. Más aún, los valores evangélicos generan una ética universal, y en mi opinión, la única ética capaz de “salvar” al mundo, en el sentido de impulsar la convivencia pacífica y de progreso de todos los seres humanos en el siglo XXI y los venideros. La profundidad de los valores evangélicos, impresos en el espíritu de cada ser humano por medio de la ley natural, son, además, los únicos capaces de permitir alcanzar la felicidad a la que estamos llamados **ya aquí en la Tierra**. “*Y sepan que el Reino de Dios está en medio de Uds.*” (Lc. 17, 21b).

IV. Una espiritualidad para la Sociedad del Siglo XXI: La Espiritualidad de la Unidad.

Basada en la frase del Maestro “... *para que todos sean uno; como tú, oh Padre, en mí, y yo en ti* ...” (Jn 17, 21), el Movimiento de los Focolares u Obra de María nace en 1943 en Trento, Italia, en medio de las bombas y de los horrores de la Segunda Guerra Mundial, la mayor conflagración internacional que la humanidad ha conocido. Nacía, especialmente, una espiritualidad nueva, colectiva, basada en un carisma especial, el “carisma de la unidad”:

“Nosotros vivimos para ser uno con El (Dios) y uno entre nosotros y con todos. Esta espléndida vocación nos une al Cielo y nos sumerge en la fraternidad universal” (Chiara Lubich, “La Unidad y Jesús Abandonado”, Editorial Ciudad Nueva, Madrid, 1992).

Creciendo paulatina y sistemáticamente, el movimiento de los focolares congrega hoy a más dos millones de personas a nivel mundial, en 200 países, pertenecientes a más de trescientos credos religiosos, si bien conserva su raigambre católica.

De esa forma y basado en la espiritualidad del movimiento, se ha ido conformando un “estilo de vida”, que se ha ido plasmando en todos los campos, incluyendo los de la política y la economía. Este estilo de vida supone, en primer lugar, contemplar a Dios por lo que es: Amor, Padre; abriendo el corazón a El, creyendo profundamente en su amor. A partir de dicho amor, nace naturalmente el considerar a los demás como hermanos y consecuentemente el compromiso de ser los primeros en amar. De allí la idea de “hacerse uno con los demás”.

Esta espiritualidad de carácter colectivo corresponde a un desarrollo progresivo en las espiritualidades de la Iglesia. Muchas espiritualidades, desarrolladas históricamente en forma previa, han puesto énfasis en la búsqueda individual de la santidad, en base al recogimiento interior y a la soledad con respecto a los hermanos. Sin embargo, el desarrollo alcanzado por la humanidad, generando un gran número de culturas muy diversas, y su “cercanía” debido al avance de las telecomunicaciones y el transporte, fenómeno que ha traído consigo la llamada “globalización”, ha requerido y posibilitado el desarrollo de la “Espiritualidad de la Unidad”, en profunda consecuencia con el Evangelio.

Dicha espiritualidad tiene entre sus puntos específicos que Dios Amor es la fuente originaria de unidad; que es necesario aceptar la voluntad de Dios y que al acercarnos a El nos acercamos entre los seres humanos. Así, la base de la relación entre las personas y los pueblos es el “amor recíproco”, sin importar las diferencias existentes. Alimenta dicho amor “Jesús Abandonado” en la cruz, momento cumbre del sacrificio del Señor y de su identificación con los seres humanos. “Jesús Abandonado” es el factor desencadenante de la Unidad. Quizás la expresión más concreta de la “Espiritualidad de la Unidad” es la construcción del “Castillo Exterior”, como complemento del “Castillo Interior” concebido por santa Teresa de Jesús. La expresión “vivir en la Tierra como si estuviéramos ya en el Cielo” resume en forma magistral la espiritualidad focolar.

V. Elementos de una Espiritualidad de Unidad en la Espiritualidad del Beato Alberto Hurtado S. J.

Luis Alberto Miguel Hurtado Cruchaga (1901-1952), es con seguridad el más conocido de los sacerdotes jesuítas chilenos. Ha alcanzado el honor de los altares al ser declarado beato por S.S. Juan Pablo II en 1994. Un gran intelectual, abogado (Pontificia Universidad Católica de Chile, 1922) y primer doctor chileno en Ciencias Pedagógicas (Universidad de Lovaina, Bélgica, 1934), fue asesor de la Acción Católica chilena, formando una gran cantidad de jóvenes y generando, con su ejemplo y palabra, muchas vocaciones sacerdotales, tanto jesuítas como diocesanas. Posteriormente, dedicado al campo de la acción social, fundó el “Hogar de Cristo”, principal institución de ayuda a los pobres y marginados de la sociedad chilena.

Alberto, a partir del Evangelio y de la espiritualidad ignaciana, vivió una espiritualidad profunda y exigente, con muchos elementos de una espiritualidad de unidad. Es especialmente relevante en este sentido su convicción de una co-responsabilidad de cada persona en la salvación de otros seres humanos:

“La inmensa responsabilidad de los cristianos, tan poco meditada y sin embargo tan formidable. El cristianismo se resume en una ley de caridad, a Dios y al prójimo. Del cristiano depende la vida de innumerables almas, de su predicación y sobre todo de su vida. Lo que él sea, eso serán aquéllos que el Señor ha confiado a sus cuidados ... Al apóstol le tocará revelar en su carne mortal la vida de su Maestro para la salvación de las almas” (Alberto Hurtado, de la meditación “La Misión del Apóstol”, p. Samuel Fernández et al. (Editores), Ed. Universidad Católica de Chile, 2002).

“¡Qué bueno sería vivir teniendo conciencia de servir en nuestro trabajo a la sociedad entera! Una sociedad encerrada en sí, es triste porque es egoísta. Ella se dilata porque piensa en los demás, ¡es tan bueno ser bueno!” (Alberto Hurtado, de la meditación “Amar al Prójimo”, p. Samuel Fernández et al. (Editores), Ed. Universidad Católica de Chile, 2002).

“Vivir en la alegría, en la paz, en la serenidad, sabiendo que Cristo y su madre velan por nosotros, que tenemos el Padre que nos ama, y el Espíritu que mora en nuestros corazones. Y poseídos de esa dicha hacer partícipes de ella a los demás” (Alberto Hurtado, de la meditación

“La Unidad en nuestra Espiritualidad”, p. Samuel Fernández et al. (Editores), Ed. Universidad Católica de Chile, 2002).

Como se puede apreciar en los textos precedentes, Alberto Hurtado vivía una “espiritualidad de unidad” con los restantes seres humanos. Su espiritualidad le urgía, le obligaba a actuar, a donarse por entero, siempre con alegría -“Contento, Señor, Contento”- en diálogo permanente con su “Patroncito”.

VI. Características de las Empresas de Economía de Comunión.

Un muy buen ejemplo de este tipo de empresas dotadas de valores evangélicos lo constituyen las empresas de “Economía de Comunión” (EdC) propuestas e implementadas por el Movimiento de los Focolares y basadas en la Espiritualidad de la Unidad. La fundadora y presidente del movimiento, una mujer inspirada, Chiara Lubich, desarrolló la idea de EdC luego de que visitara Brasil in 1991. En esa ocasión, pudo observar una extendida pobreza en los alrededores de Sao Paulo, lo que provocó en ella la necesidad de hacer “algo” en relación a esta situación; así visualizó un “nuevo” tipo de empresa consecuente con los valores evangélicos, y que simultáneamente no perdía el carácter de una compañía que debe actuar y necesita desarrollarse como una empresa común.

Estas empresas no sólo buscan avanzar en la línea del bien común de la sociedad, sino que también se dirigen a aspectos como la relación entre “Economía y Felicidad”. Es sorprendente cómo la sociedad moderna ha ido perdiendo el sentido de que el ser humano ha sido creado por Dios para ser feliz. En cambio, la sociedad actúa como si el fin último del ser humano fuese el rendimiento, medido en su eficiencia y eficacia en la obtención de logros. De ese modo, trastoca fin y medios. Las empresas de EdC, sin despreciar estos medios pues requieren ser igualmente competitivas en cuanto a su capacidad de mantener sus clientes actuales y de captar clientes nuevos, generan en sus integrantes una plenitud en el desarrollo de su trabajo, dados los fines y el espíritu que las inspira.

“¿Cuál es la evidencia empírica de la relación entre crecimiento y bienestar? ... Se trata del grado de satisfacción del individuo con su propia vida. La gente no parece sentirse mejor con el crecimiento. Esta conclusión es respaldada por diversos estudios” (Stefano Bartolini e Renato Palma: “Economia e Felicità: una Proposta di Accordo”. Economia come Impegno Civile (Luigino Bruni e Vittorio Pelligra (edd.)), Città Nuova, 2002).

El proyecto de “Economía de Comunión”, aún en desarrollo desde el punto de vista de la academia, proviene de la “cultura del dar”, propuesta por el Movimiento de los Focolares como la cultura del Evangelio y la cultura adecuada para la humanidad en el tercer milenio. Estas compañías, aunque funcionan bajo las reglas de cualquier empresa, tienen un propósito compartido entre sus participantes activos y los dueños del capital. Estos últimos adhieren al acuerdo de que las ganancias sean divididas en tres partes: reinversión en la firma, ayuda a los necesitados, y apoyo a los esfuerzos para difundir la “cultura del dar”. Este tipo de empresas está ganando adeptos en todo el mundo, multiplicándose a medida que pasan los años. De acuerdo a cifras existentes, eran 242 en 1992, 703 en 1996 y 752 en el año 2000. En cuanto al tipo de

actividad (año 2000), 188 corresponden a empresas de productos, 328 a empresas de servicios, 153 al sector comercio y 83 a otros sectores.

En la Economía de Comunión, el énfasis está más bien en la coparticipación, donde cada uno da o recibe con igual dignidad. Los que pasan dificultades económicas y son asistidos con parte de las utilidades, son considerados participantes activos del proyecto. Además, en estas empresas se deja espacio a la intervención de Dios, también en la actividad económica concreta. Muy importante es asimismo el tipo de relación que se genera entre el personal, los clientes, los proveedores y la competencia; esta nueva relación se centra en la persona, relegando al beneficio económico a un papel de resultado de esta buena relación, que es considerada imprescindible para la obtención de balances positivos. Ya en su encíclica *Rerum Novarum* (1891), el Papa León XIII, afirmaba que el *“uso de los bienes, confiado a la propia libertad, está subordinado al destino primigenio y común de los bienes creados y también a la voluntad de Jesucristo, manifestada en el Evangelio”*.

Las Empresas de Economía de Comunión están contribuyendo a desarrollar una nueva cultura dentro de la comunidad de las empresas y la sociedad en general. Ellas promueven una cultura de compartir dentro de la propia firma y entre ésta y la sociedad. Constituyen un muy buen escenario para desarrollar en plenitud una vocación según el Evangelio. Naturalmente, como en toda compañía participan personas cada una con su propia historia y problemas, hay siempre una oportunidad para vivir valores evangélicos y asistir a los que sufren. Sin embargo, este nuevo tipo de empresas y ya hecho realidad en muchas experiencias en los cinco continentes, provee una gran oportunidad de desarrollar una vocación católica a la empresa, por su misión y valores que las impulsan.

VII. Empresas de Economía de Comunión en el Mundo.

Resulta interesante e importante estudiar este tipo de empresas en diversos países. La estadística más reciente por continente es (datos del año 2002):

Europa: 486 Asia: 47 Africa: 9 América: 230 Australia: 6

Italia tiene alrededor de la mitad de las compañías de EdC de Europa, aunque son muy importantes aquéllas en Francia, Alemania y España (este último país con 13 empresas). En América Latina revisten especial relevancia por su desarrollo las empresas de EdC en Argentina y Brasil. En ambos países, han crecido principalmente al lado de las Mariápolis (ciudadelas donde se vive con intensidad la espiritualidad de la unidad) Andrea (cercana a Buenos Aires) y Aracelli (contigua a Río de Janeiro). Se dedican a diversos rubros: confección de prendas de vestir, artesanías, software, etc., constituyendo una unidad en cuanto a sus fines, como a la espiritualidad practicada.

En el caso de la Mariápolis Aracelli, en San Pablo, Brasil, las empresas de EdC pertenecen al “Polo (industrial) Espartaco”, dando trabajo a 150 personas que laboran en 9 empresas:

- A. **ECO-AR:** Dedicada a los productos de limpieza, tiene veinte años de existencia, certificada con las normas de calidad ISO9000 y ambientales ISO14000, produce además los componentes químicos que utiliza. Ha crecido a razón de un millón de litros de detergente por año (al menos algunos años) y es muy apreciada por la asociación Paulista de Supermercados.
- B. **K.N.E. Rotomoldagem Ltda.:** Dedicada a la producción de Plásticos para la industria y el comercio, bajo la marca “Rotogine”. Se ha ampliado gracias a la fusión de la empresa inicial del grupo Neuveux, con las empresas Estrela y Ketnis, del grupo Fermaq, también adherentes a la Economía de Comunión. La producción ha aumentado de tres a diez toneladas mensuales, orientándose especialmente al sector sanitario, con la fabricación de cámaras sépticas de polietileno, que destacan por su carácter ecológico.
- C. **La Túnica:** Dedicada al rubro de la confección, fabrica y vende “unifomes escolares” y otros artículos bajo el logo de “Gebé y DobleVé”. El Servicio Nacional de Promoción de la Pequeña Empresa de Brasil (SEBRAE) la ha propuesto como ejemplo de empresa que ha superado la crisis del rubro de la confección que ha ocurrido en Brasil y en muchos países del mundo. La Túnica fue la empresa inicial de EdC, concebida inmediatamente luego del llamado de Ciara Lubich a crear empresas con fines ideales realizado en San Pablo en 1991.
- D. **Prodiel:** Dedicada a la distribución de artículos farmacéuticos, se originó en el estado de Paraná, y luego se amplió al de San Pablo, que cuenta con un mercado cinco veces mayor. Para el año 2002 se preveía una venta con facturación de U.S.\$1.500.000.000.-
- E. **A.V.N.:** Dedicada a la fabricación de embalajes plásticos, se inició en los galpones de ECO-AR; ya se ha trasladado a sus propio galpón, dando empleo a dieciocho operarios y produciendo un millón de envases por mes. Cuenta con siete clientes, el principal de los cuales es ECO-AR.
- F. **UNIBEN:** Se trata de una agencia de viajes, seguros y contratos de leasing. Colaborando con el Banco Itau y la Aseguradora y Financiadora Porto Seguro, la sociedad provee de seguros, pasajes aéreos y contratos de leasing.
- G. **AGAPE:** Es un policlínico o centro médico, ubicado en la población Vargem Grande cercana al polo Espartaco. Ultimamente ha ampliado su atención en Radiología, Endoscopía y Endicronología, así como sus servicios de laboratorio de análisis clínico.
- H. **AURORA:** Es una escuela de educación básica, con cursos de 1° a 8° año, ubicada también en la población Vargem Grande. Cuenta con instalaciones que incluyen sala de música, sala de informática, sala de artes plásticas y un salón para la práctica de varios deportes. Cuenta con 140 alumnos.
- I. **COMUNION:** Se dedica al rubro de las auditoría y asesorías contables. Todavía pequeña, sin embargo ha ido aumentando en forma sostenida su número de clientes, gracias al gran profesionalismo de su accionar.

Otra empresa de EdC de mucha importancia en el estado de San Pablo, es “Informática Rubi Votuporanga Ltda.” que presta servicios de internet (www.net-rubi.com.br). Brinda servicios de información (noticias), culturales, de localización y conexión con servicios públicos, de búsqueda de direcciones en internet, etc.

Un caso muy interesante es la panificadora “La Espiga Dorada” ubicada en la ciudad de Cochabamba, Bolivia. Fundada por dos profesionales jóvenes y apoyada por otros jóvenes, se ubica cerca del centro de la ciudad, dando un servicio de gran calidad y generando empleo para varias personas sin cercanía inicial con el movimiento de los Focolares.

VIII. La Espiritualidad de Comunión, Mirando al Futuro.

En la Carta Apostólica Novo Millennio Ineunte, S.S. Juan Pablo II llama con fuerza a vivir una “Espiritualidad de Comunión”, que *“significa ante todo una mirada del corazón sobre todo hacia el misterio de la Trinidad que habita en nosotros, y cuya luz ha de ser reconocida también en el rostro de los hermanos que están a nuestro lado. Significa, además, capacidad de sentir al hermano de fe en la unidad profunda del Cuerpo místico y, por tanto, como “uno que me pertenece”, para saber compartir sus alegrías y sus sufrimientos, para intuir sus deseos y atender a sus necesidades, para ofrecerle una verdadera y profunda amistad”* (n° 43).

Y añade: *“Es la hora de una nueva “imaginación de la caridad”, que promueva no tanto y no sólo la eficacia de las ayudas prestadas, sino la capacidad de hacerse cercanos y solidarios con quien sufre, para que el gesto de ayuda sea sentido no como limosna humillante, sino como un compartir fraterno”* (n° 50). *“La caridad se convertirá entonces necesariamente en servicio a la cultura, a la política, a la economía, a la familia, para que en todas partes se respeten los principios fundamentales, de los que depende el destino del ser humano y el futuro de la civilización”* (n° 51).

Más aún, la Carta Apostólica recuerda palabras del Concilio Vaticano II en el sentido de que *“el mensaje cristiano no aparta a los hombres de la tarea de la construcción del mundo, ni les impulsa a despreocuparse del bien de sus semejantes, sino que les obliga más a llevar esto como un deber”* (Concilio Ecuménico Vaticano II, Constitución Pastoral Gaudium et Spes, n° 34).

En definitiva, también en la Economía, buscando el bienestar y la felicidad de los seres humanos, en un mundo globalizado como el actual, con sus problemas, desafíos y pleno de oportunidades, Juan Pablo II nos impulsa a “remar más adentro”, como el Maestro invitó a Pedro y a sus compañeros (Lc 5,4).

Y como ellos, confiados, con fe y esperanza, debemos avanzar y echar nuestras redes. Como nos dice el Santo Padre, un hombre ya anciano pero con espíritu muy joven: ***“Esta palabra resuena también hoy para nosotros y nos invita a recordar con gratitud el pasado, a vivir con pasión el presente y a abrirnos con confianza al futuro”*** (Novo Millennio Ineunte, n° 1).