



CENTRO UNIVERSITÁRIO DO ESTADO DO PARÁ - CESUPA
ESCOLA DE NEGÓCIOS, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO - ARGO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

THALES BRENO NEVES TRINDADE

**BUSINESS AS MISSION: NEGÓCIOS E PROFISSÕES COMO ESTRATÉGIAS
MISSIONÁRIAS NA JANELA 10/40**

BELÉM

2023

THALES BRENO NEVES TRINDADE

**BUSINESS AS MISSION: NEGÓCIOS E PROFISSÕES COMO ESTRATÉGIAS
MISSIONÁRIAS NA JANELA 10/40**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Negócios, Tecnologia e Inovação do Centro Universitário do Estado do Pará como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração na modalidade MONOGRAFIA.

Orientador(a): Felipe Fonseca Tavares de Freitas.

Co-orientador(a): Sergio Kazuo Sakata.

BELÉM

2023

THALES BRENO NEVES TRINDADE

**BUSINESS AS MISSION: NEGÓCIOS E PROFISSÕES COMO ESTRATÉGIAS
MISSIONÁRIAS NA JANELA 10/40**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Negócios, Tecnologia e Inovação do Centro Universitário do Estado do Pará como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração na modalidade MONOGRAFIA.

Data da aprovação: / /

Nota final aluno: _____

Banca examinadora

Prof. Felipe Fonseca Tavares de Freitas
Orientador e Presidente da banca

Prof^a. Gisele Seabra Abraham
Examinadora

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
Biblioteca do CESUPA, Belém – PA

Trindade, Thales Breno Neves.

Business as Mission: negócios e profissões como estratégias missionárias na janela 10/40 / Thales Breno Neves Trindade; orientador Felipe Fonseca Tavares de Freitas, coorientador Sergio Kazuo Sakata. – 2023.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário do Estado do Pará, Belém, 2023.

- Igrejas – Missionários – Comércio. 2. Empreendedorismo. I. Freitas, Felipe Fonseca Tavares de, orient. II. Sakata, Sergio Kazuo. III. Título.

23ª ed. 658.421

CDD

À Jesus Cristo, meu Salvador, Resgatador, Noivo Aguardado e Melhor Amigo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me amou, enviando seu único filho Jesus para este mundo para que pudesse morrer pelos meus pecados e me salvar, separando o dia 06/07/2018 para vir ao meu encontro, mostrar o seu profundo amor para um pecador como eu, me resgatar de um consciência distante para viver uma verdade absoluta e gerar uma enorme saudade pelo o dia da sua volta, dia o qual espero com profunda expectativa e esperança, pois Ele prometeu e irá cumprir que em breve voltará e assim, poderei louvá-lo pela sua misericórdia, glória, majestade e santidade para sempre. Neste momento Jesus está preparando lugar para que no futuro, onde Ele estiver eu também esteja. Além disso, agradecer a Deus pela vocação empreendedora que me deu desde quando era criança, para que naquela data essa vocação pudesse ser convergida para a obra missionária Dele nos povos menos alcançados do mundo. Hoje, com muita fé e também com muito temor, posso ter convicção de exercer o talento que Ele tem confiado sobre mim, para que aquela mensagem que ouvi e o profundo amor que senti possa ser compartilhado com as pessoas que menos tem acesso e menos tem oportunidade de ouvir esta mensagem no mundo.

Agradeço profundamente a meu pai e minha mãe, que desde criança tem me encaminhado no caminho o qual devo andar, sensibilizando meu coração e sendo usados por Deus para me ensinarem a Palavra para que um dia eu pudesse experimentar o amor de Jesus de uma forma irresistível. Agradeço a eles por acreditarem neste chamado e não medirem esforços em me apoiar emocionalmente, espiritualmente e financeiramente nesta caminhada, contribuindo para a minha formação acadêmica e experiências missionárias de curto prazo em contextos menos evangelizados. Sou grato a meu irmão que mesmo sem conhecer a Deus, orei durante 5 anos para que me desse um irmão e em 05/03/2007 nasceu o presente de Deus para a família, onde pude ter a oportunidade de colocar o nome de Jesus Cristo em grego nele (Jhoshua Cristhian). Agradeço as orações de minha família por mim, minha cobertura espiritual, pois sei que é isso que me sustenta e continuará sustentando minha vida no campo missionário.

Agradeço também as orações, discipulado e profunda comunhão dos meus amigos Íris, Léo e Thaysa, amigas que sou muito grato por Deus ter colocado em minha vida, me aafiando, me abençoado e me influenciando ainda mais a conhecer Jesus, amigas que levarei e cuidarei para a vida toda. Sou grato também especialmente a Ana Gouvêa, princesa do Senhor Jesus, separada para mostrar a graça de Deus por qualquer lugar que passar, pois com alguns meses de vida seus olhos já conseguem expressar tanta graça.

Agradeço o Pr. Evandro Brito por esse tempo de caminhada, discipulado e oração, com quem também aprendi muitos princípios e valores e aprofundei meu conhecimento das escrituras. Alguém com excelentes conselhos, o qual reconheço como um verdadeiro Pastor, alguém separado para esta vocação e que faz a diferença nesta cidade. Agradeço ao Pastor e sua família.

Agradeço ao meu Co-Orientador e amigo Sérgio Sakata que foi fundamental para a realização deste trabalho, podendo demonstrar a influência da Open no mundo, tanto na literatura como na prática, a qual tenho a honra de ser um associado desta organização.

Agradeço meu Orientador Prof. Felipe Freitas que aceitou o desafio deste trabalho, excelente profissional e que creio que ainda educará muitos muitos cristãos empresários e profissionais a serem excelentes e extremamente competentes naquilo que exercerem.

RESUMO

Este trabalho reflete sobre a volta de Jesus e a obra missionária necessária para que isso aconteça, apresentando o cenário dos grupos etnolinguísticos e países menos evangelizados do mundo, e oferece a estratégia de *Business as Mission* como solução para o avanço do evangelho nestes contextos. Expõe como o Movimento se transformou ao longo do tempo e sua influência atual. Por fim, esclarece como Empresários e Profissionais, na prática, saíram de seu país de origem, foram para alguns dos países menos desenvolvidos e menos evangelizados do mundo e usaram seus negócios e suas profissões para contribuir no avanço do evangelho nestes contextos. Também apresenta como essa estratégia foi exercida no Brasil como um projeto piloto, liderando para a “plantação” de uma igreja. Para isso, foram usados livros escritos por alguns empresários que relataram suas experiências exercendo essa estratégia, além de livros conceituais sobre o Movimento escrito por acadêmicos no assunto e relatórios de organizações mundiais sobre a realidade desses países, assim como entrevistas com os Empresários e Profissionais que estão no campo missionário. Com isso, este trabalho confirma a viabilidade, influência e potencial dessa estratégia e reconhece como uma abordagem competente para abrir novas frentes de trabalho missionário nos povos não alcançados do mundo, para que, assim, eles possam ter a oportunidade de ouvir pela primeira vez sobre Jesus Cristo, se sintam amados e decidam segui-lo, fazendo com que sua volta seja abreviada.

Palavras-chave: Business as Mission. Tentmaking. Janela 10/40.

ABSTRACT/RESUMEN/RÉSUMÉ

This research reflects on the return of Jesus and the missionary work necessary for this to happen, presenting the scenario of ethnolinguistic groups and least evangelized countries in the world, and offers the Business as Mission strategy as a solution for advancing the gospel in these contexts. It exposes how the Movement has transformed over time and its current influence. Finally, it clarifies how Businessmen and Professionals, in practice, came from their homecountry, went to some of the least developed and least evangelized countries in the world and gained their businesses and professions to contribute to the advancement of the gospel in these contexts. It also presents how this strategy was implemented in Brazil as a pilot project, leading to the churchplanting. For this, books written by some businesspeople who reported their experiences using this strategy were used, as well as conceptual books on the Movement written by academics on the subject and reports from world organizations on the reality of these countries, as well as interviews with Businesspeople and Professionals who they are on the mission field. With this, this work confirms the prediction, influence and potential of this strategy and regular as a competent approach to open new fronts of mission work in the unrealized peoples of the world, so that they can have the opportunity to hear for the first time about Jesus Christ, feel loved and decide to follow him, making his return abbreviated.

Palavras-chave: Business as Mission. Tentmaking. Janela 10/40.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Interlinearidade Bíblica.	14
Figura 2: Definição da palavra Ethnos.	15
Figura 3: Blocos de Afinidades.	16
Figura 4 - Estatística sobre Blocos de Afinidade.	16
Figura 5 - Mapa Mundial definindo a Janela 10/40.	17
Figura 6: Dados das Regiões do Mundo.	18
Figura 7: Dados da Janela 10/40.	19
Figura 8: Dados da Região Central da Ásia.	19
Figura 9: Dados da Região do Sul da Ásia.	20
Figura 10: Dados das Regiões do Norte da África e Oriente Médio.	21
Figura 11: Classificação das modalidades dentro do Movimento BAM.	33
Figura 12: Desemprego global.	36
Figura 13: Escravidão Moderna.	44
Figura 14: Prevalência estimada para cada 1000 habitantes.	45
Figura 15: Nível de Vulnerabilidade por Região	45
Figura 16: Vítimas do tráfico por faixa etária e forma de exploração entre 2012-2020.	46
Figura 17: Vítimas detectadas do tráfico de exploração sexual por faixa etária e sexo.	46
Figura 18: Vítimas traficadas por intermediários / onde a exploração ocorreu de 2012-2020.	47
Figura 19: Vítimas detectadas do tráfico de trabalho forçado por faixa etária e sexo.	48
Figura 20: Vítimas traficadas de trabalho forçado por indústria de 2012-2020.	48
Figura 21: Análise Swot x Pestel Business as Misision.	81

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Caracterização do Perfil dos Entrevistados.	52
Quadro 2: Como você se sentiu chamado a integrar seus negócios/profissão com missões?	54
Quadro 3: Como foi o seu envio com sua igreja local?	57
Quadro 4: Quais são os requisitos que uma pessoa deve ter para exercer esse chamado?.	59
Quadro 5: Como foi o processo de liberação do visto?.	61
Quadro 6: De forma geral, como é exercer sua profissão em um contexto transcultural? com uma cultura, idioma, sociedade e governo diferentes do acostumado?.	62
Quadro 7: Como você testemunha Jesus para os fornecedores?.	65
Quadro 8: Como você testemunha Jesus para os colaboradores?.	68
Quadro 9: Como você testemunha Jesus para os clientes?.	72
Quadro 10: Sobre a plantação de igrejas através dos negócios/profissão.	74
Quadro 11: Como ocorre o discipulado com as pessoas evangelizadas?.	76
Quadro 12: A empresa promoveu alguma ação social como “gancho” para o evangelismo?	78

LISTA DE SIGLAS

BAM - Business as Missions

Bamer - Praticante de Business as Missions

B4T - Business for Transformation

B4TER - Praticante de Business for Transformation

GCC - Great Comission Companies

CMED - Christian Micro Enterprise Development

MED - Microenterprise Development

IMFS - Instituições de Microfinanciamento

KB - Kingdom Business

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	14
1.2 OBJETIVOS	22
1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	22
2. REVISÃO DE LITERATURA	24
2.1 EVOLUÇÃO CRONOLÓGICA DO CONCEITO	24
2.2 BUSINESS AS MISSION	32
2.2.1 TENTMAKING	36
2.2.2 CHRISTIAN MICROENTERPRISE DEVELOPMENT	42
2.2.3 FREEDOM BUSINESS	44
2.2.4 BUSINESS FOR TRANSFORMATION	49
3. METODOLOGIA	52
4. ANÁLISE DE RESULTADOS	54
5. CONCLUSÃO	82
REFERÊNCIAS	84

1. INTRODUÇÃO

Na Bíblia Sagrada, dentre os 66 livros escritos estão os chamados Evangelhos, compostos por Mateus, Marcos, João e Lucas, sendo os 3 primeiros como testemunhas oculares de Jesus, e o último pesquisando e documentando através de Paulo, que foi uma testemunha ocular de Jesus. Estes escritores registraram a vida de Jesus Cristo, suas realizações milagrosas e seus ensinamentos, assim como o momento de sua crucificação e ressurreição. Registraram também a última instrução que Jesus deu antes de ascender ao céu, que foi de ir por todo mundo, propagar a mensagem do perdão de pecados através do nome de Jesus e ensinar as nações a obedecerem os ensinamentos Dele.

Ao longo da história, cumprir esta ordenança tem sido desafiador, renunciador e chegando ao extremo de ser prática martírica, pois vários países fecham suas portas para o Cristianismo e dificultam com que as boas novas sejam compartilhadas na sociedade. Com isso, uma forma criativa e lícita de falar de Jesus nestes lugares tem sido desenvolvida e tem crescido, chamando a atenção de bases e agências missionárias, igrejas e investidores e empresários cristãos do mundo: o mercado de trabalho.

A intenção do presente trabalho é incorporar a perspectiva religiosa com a perspectiva científica, pois entendo que uma empresa/profissão é uma benção que Deus dá, um talento que podemos multiplicar para levar o amor Dele ao ambiente de trabalho, pois Deus é criativo e concede isto para que possamos avançar Sua obra em qualquer contexto, cultura, sociedade ou nação, seja por meio da arte, da linguagem de sinais, dos idiomas, da tecnologia, da ciência, da educação, e também, dos negócios e das profissões. Deus criou todas estas coisas, e viu que tudo era bom. Quando utilizamos destes recursos para avançar o reino Dele estamos sendo filhos amorosos e zelosos com a criação do Pai.

Portanto, este documento tem como principal objetivo analisar a intenção de como o Empresário opera seu negócio ou um Profissional exerce sua profissão, estando ambos em contextos geográficos não alcançados pelo Cristianismo, relacionando com estratégias de evangelismo, discipulado e plantação de igrejas. Ocasionalmente com que as boas novas do Reino de Deus sejam compartilhadas na comunidade local e a obediência ao cumprimento do chamado de Jesus.

Assim sendo, este trabalho será guiado pela seguinte estrutura: o primeiro capítulo apresentará o panorama geral do conceito de Povos não Alcançados, mostrando a realidade das etnias ao redor do mundo, bem como as regiões e países inseridos nesse conceito. O segundo capítulo apresentará de forma geral a evolução do conceito de Business as Mission no contexto cristão assim como as modalidades dentro do movimento. O terceiro capítulo

apresentará a metodologia usada para fazer a pesquisa teórica e prática, com a entrevista dos participantes. O quarto capítulo apresentará o resultado das entrevistas feitas, tanto a citação quanto a interpretação das falas dos envolvidos. No quinto capítulo será apresentado uma síntese das falas assim como a observação sobre os modelos mais fáceis e mais difíceis de serem exercidos.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

No evangelho escrito por Mateus, uma das testemunhas oculares de Jesus, no capítulo 24 Jesus estava no Monte das Oliveiras assentado quando seus discípulos em particular e perguntam sobre os sinais que iriam acontecer quando estivesse próximo da volta Dele. Jesus começa a citar alguns sinais como fomes e terremotos em vários lugares, guerras e rumores de guerras entre nações e perseguição contra os seguidores de Jesus, porém, ainda não seria o fim. Jesus dá um sinal específico sobre o retorno Dele registrado no versículo 14: “*E será pregado este evangelho do reino por todo o mundo, para testemunho de todas as nações. Então, virá o fim.*” (SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2011, p. 986)

É importante lembrar que o Antigo Testamento foi escrito aproximadamente entre os séculos XIII - I A.C nos idiomas hebraico, aramaico e grego e o Novo Testamento escrito aproximadamente entre os séculos 50 a 150 D.C no idioma grego, sendo aqueles os idiomas referentes ao povo judeu da época e este o idioma mais falado pelos países, nos tempos de Jesus. Portanto, para dar mais atenção ao versículo citado, foi feita uma Interlinearidade Bíblica, um recurso usado tanto na tradução da Bíblia para outros idiomas, como para estudo, para examinar o entendimento das palavras usadas na língua original. O site ainda não dispõe da tradução para o português-brasileiro, logo se utilizou o inglês conforme figura abaixo:

Figura 1: Interlinearidade Bíblica.

◀ Matthew 24:14 ▶										
Matthew 24 - Click for Chapter										
2532 [e]	2784 [e]	3778 [e]	3588 [e]	2098 [e]	3588 [e]	932 [e]	1722 [e]	3650 [e]	3588 [e]	
Kai	kērychthēsetai	touto	to	euangelion	tēs	basileias	en	holō	tē	
14	Καὶ κηρυχθήσεται	τοῦτο	τὸ	εὐαγγέλιον	τῆς	βασιλείας	ἐν	ὅλῃ	τῇ	
	And there will be proclaimed	this	-	gospel	of the	kingdom	in	all	the	
	Conj V-FIP-3S	DPro-NNS	Art-NNS	N-NNS	Art-GFS	N-GFS	Prep	Adj-DFS	Art-DFS	
3625 [e]	1519 [e]	3142 [e]	3956 [e]	3588 [e]	1484 [e]	2532 [e]	5119 [e]	2240 [e]	3588 [e]	5056 [e]
oikoumenē	eis	martyrion	pasin	tois	ethnesin	kai	tote	hēxei	to	telos
οἰκουμένη	, εἰς μαρτύριον	πᾶσιν	τοῖς	ἔθνεσιν	; καὶ	τότε	ἕξει	τὸ	τέλος	.
earth	for a testimony	to all	the	nations	and	then	will come	the	end	
N-DFS	Prep	N-ANS	Adj-DNP	Art-DNP	N-DNP	Conj	Adv	V-FIA-3S	Art-NNS	N-NNS

Fonte: Bible Hub, 2023.

Figura 2: Definição da palavra Ethnos.

◀ 1484. ethnos ▶

Strong's Exhaustive Concordance

Gentile, heathen

Probably from [etho](#); a race (as of the same habit), i.e. A tribe; specially, a foreign (non-Jewish) one (usually, by implication, pagan)

Fonte: Bible Hub, 2023.

Observando as palavras originais usadas no texto, percebe-se que a palavra *ἔθνεσιν* foi traduzida como nação, mas no original é traduzida como *Ethnos*, para o português brasileiro, traduzida como Etnia. Segundo o Dicionário Exaustivo Strong usado nesta imagem - dicionário muito confiável e respeitado no meio acadêmico teológico - a palavra no original tem um sentido de Raça, como sendo dos mesmos hábitos, uma tribo especialmente de estrangeiros.

O Dicionário Online de Português também traz uma definição de etnia baseada na antropologia: “Grupo de indivíduos que partilham a mesma origem, cultura e história, se diferenciando dos demais por suas especificidades (cultura, religião, língua, modos de agir etc.); grupo étnico”. (DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS, 2023).

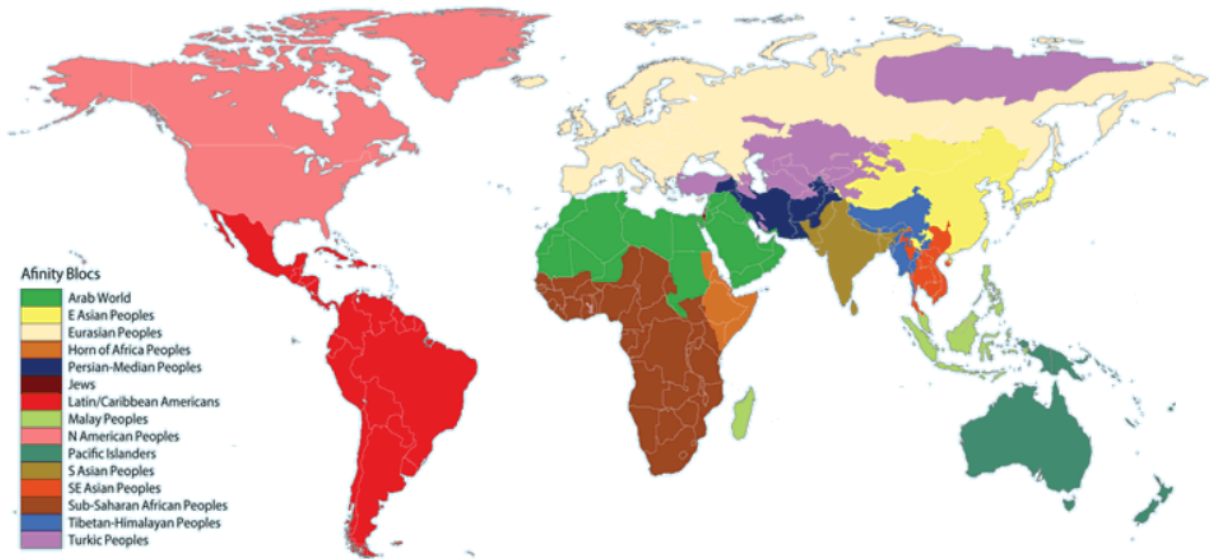
Com isso, podemos entender a interpretação de que a volta de Jesus está relacionada com a mensagem do Evangelho chegando aos grupos étnicos dentro dos países, dentro de tribos diferentes, dentro de um território, não necessariamente o país de forma geral e nem todos as pessoas de todas os países, mas grupos étnicos, agrupamento de povos com os mesmos hábitos em uma nação.

Nesse sentido, Patrick Johnstone comparou 4 listas globais de organizações que rastreiam grupos étnicos do mundo e agrupou os elementos em 15 *Affinity Bloc*, e dentro desses Blocos agrupou o que na época eram 251 *People Clusters*. Patrick define *Affinity Bloc* como “Um grande agrupamento de povos relacionados por linguagem, história e cultura, e geralmente indígenas para uma localização geográfica” (JOHNSTONE, 2007, p. 9, tradução própria¹). Para *People Clusters* ele define como “Um agrupamento menor de povos dentro de um bloco de afinidade, frequente com um nome ou identidade comum, mas separados um do outro por limites políticos, linguagem ou padrões de migração” (JOHNSTONE, 2007, p. 9, tradução própria²).

¹ A large grouping of peoples related by language, history, and culture, and usually indigenous to a geographical location.”

² “A smaller grouping of peoples within an affinity bloc, often with a common name or identity, but separated from one another by political boundaries, language or migration patterns.”

Figura 3: Blocos de Afinidades.



Map source: Future of the Global Church

Fonte: Joshua Project, 2023.

Esse é o mapa mundial dividido nos 15 grandes agrupamentos de povos étnicos, relacionados por sua linguagem, cultura e hábitos.

Figura 4 - Estatística sobre Blocos de Afinidade.

Affinity Bloc	Map	Population	People Clusters	People Groups (By Country)	Unreached Groups (By Country)	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	% Christian Adherent	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Persian-Median	■	130,479,000	7	248	245	98.8 %	130,050,000	99.7 %	0.8 %	0.7 %	2,718
Turkic Peoples	■	196,827,000	9	375	340	90.7 %	195,397,000	99.3 %	0.9 %	0.3 %	4,099
Jewish	■	16,070,000	1	145	137	94.5 %	15,657,000	97.4 %	1.5 %	0.8 %	403
South Asian Peoples	■	1,930,350,000	56	4,243	3,800	89.6 %	1,837,440,000	95.2 %	2.1 %	0.1 %	38,276
Tibetan-Himalayan Peoples	■	77,806,000	9	423	277	65.5 %	64,709,000	83.2 %	7.8 %	4.7 %	1,451
Arab World	■	428,310,000	19	661	467	70.7 %	295,592,000	69.0 %	5.6 %	1.4 %	6,073
Southeast Asian Peoples	■	236,689,000	14	611	425	69.6 %	136,932,000	57.9 %	5.9 %	1.7 %	2,958
Malay Peoples	■	446,825,000	33	1,043	353	33.8 %	219,004,000	49.0 %	34.8 %	5.6 %	4,549
Horn of Africa Peoples	■	154,614,000	6	197	83	42.1 %	62,938,000	40.7 %	48.7 %	14.3 %	1,286
Sub-Saharan African Peoples	■	977,418,000	52	3,109	631	20.3 %	197,349,000	20.2 %	58.9 %	20.6 %	4,206
Deaf		49,666,000	1	216	39	18.1 %	8,950,000	18.0 %	29.6 %	8.5 %	191
East Asian Peoples	■	1,591,090,000	6	478	175	36.6 %	215,942,000	13.6 %	9.7 %	7.5 %	4,419
Eurasian Peoples	■	813,936,000	24	2,115	187	8.8 %	15,781,000	1.9 %	72.1 %	3.3 %	428
Pacific Islanders	■	17,686,000	9	1,585	13	0.8 %	125,000	0.7 %	88.3 %	21.0 %	14
North American Peoples	■	249,038,000	4	438	3	0.7 %	34,000	0.0 %	81.7 %	32.8 %	3
Latin-Caribbean Americans	■	685,457,000	19	1,399	75	5.4 %	186,000	0.0 %	91.5 %	18.3 %	72
Totals: 16		8,002,284,000	269	17,286	7,250	41.9 %	3,396,085,000	42.4 %			71,146

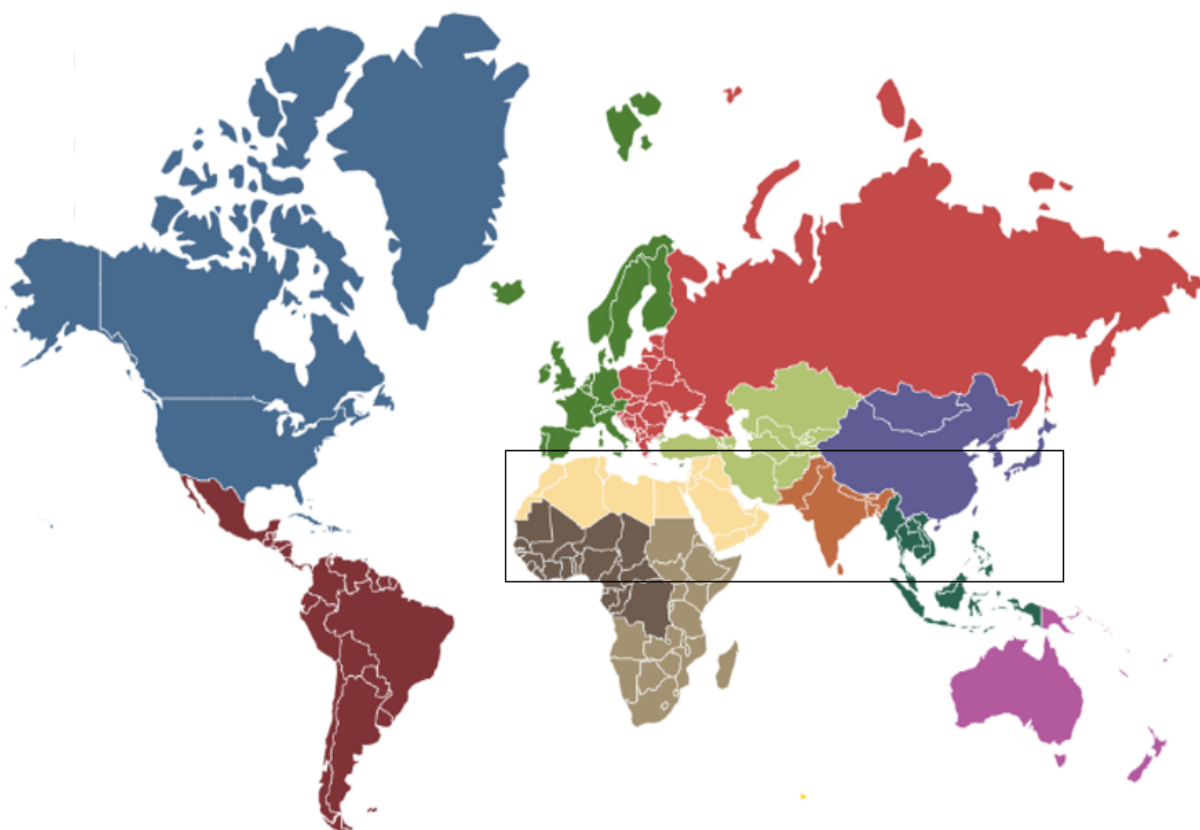
Fonte: Joshua Project, 2023.

Analisando as estatísticas dos grupos étnicos, existe um total de 269 pequenos agrupamentos de povos rastreados dentro dos Blocos. Um total de 17.286 grupos etnolinguísticos de pessoas ao redor do mundo, dos quais 7.250 tem menos de 2% de cristãos, totalizando 41.9% de grupos não alcançados, entendendo como 3.396.085.000 de pessoas ainda não alcançadas pelo evangelho, representando 42.4% da população mundial. Entende -

se também que os maiores agrupamentos de povos étnicos proporcionais a sua população ainda não alcançados, se concentra em etnias Persas Medianos, em povos Turcos, Judeus e etnias do Sul da Ásia. Todos esses são povos onde mais de 89% de suas etnias ainda não foram alcançadas pelo Cristianismo e que, inclusive, se concentram na Janela 10/40.

A Janela 10/40 é uma região do globo terrestre considerada, por missiólogos, antropólogos e estrategistas cristãos, o centro do mundo, onde vive um expressivo número de povos não alcançados. Se estende do oeste da África até o leste da Ásia, entre os paralelos 10° e 40° acima da linha do equador, conforme indicado na figura abaixo. Toda essa região é formada pelos países do mundo muçulmano, hindu, budista e comunista, além de outras religiões animistas (BUSH, 1996; WINTER et al., 2009).













Figura 5 - Mapa Mundial definindo a Janela 10/40.



Fonte: Adaptado de Joshua Project, 2023.

Podemos entender melhor a necessidade do trabalho missionário em perspectiva global, assim como na janela 10/40 e em suas respectivas regiões, conforme figuras abaixo:

Figura 6: Dados das Regiões do Mundo.

Region	Map	Population	Total Countries	People Groups	Unreached Groups	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	% Christian Adherents	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Asia, Central		307,732,000	10	564	397	70.4 %	296,797,000	96.4 %	2.9 %	0.6 %	6,134
Asia, South		1,887,523,000	8	3,870	3,516	90.9 %	1,792,143,000	94.9 %	2.0 %	Unknown	37,246
Africa, North and Middle East		407,814,000	19	572	389	68.0 %	278,104,000	68.2 %	5.5 %	1.5 %	5,675
Asia, Southeast		685,454,000	11	1,822	683	37.5 %	356,088,000	51.9 %	23.1 %	4.4 %	7,476
Africa, West and Central		602,810,000	24	2,220	460	20.7 %	185,305,000	30.7 %	48.4 %	17.1 %	3,877
Africa, East and Southern		636,662,000	28	1,315	363	27.6 %	125,167,000	19.7 %	62.1 %	19.5 %	2,643
Asia, Northeast		1,644,591,000	8	711	525	73.8 %	296,342,000	18.0 %	9.2 %	7.1 %	6,187
Europe, Eastern and Eurasia		329,484,000	23	799	256	32.0 %	23,662,000	7.2 %	68.6 %	1.8 %	649
Europe, Western		413,989,000	28	1,327	316	23.8 %	22,455,000	5.4 %	67.4 %	3.1 %	635
Australia and Pacific		45,194,000	27	1,578	72	4.6 %	1,919,000	4.2 %	70.4 %	17.1 %	84
America, North and Caribbean		422,642,000	30	1,036	168	16.2 %	17,289,000	4.1 %	76.8 %	23.7 %	432
America, Latin		618,388,000	22	1,472	105	7.1 %	815,000	0.1 %	91.8 %	18.1 %	108
Totals: 12		8,002,284,000	238	17,286	7,250	41.9 %	3,396,085,000	42.4 %	31.2 %	7.8 %	71,146




Fonte: Joshua Project, 2023.

Segundo o último relatório feito em abril de 2023 pelo Joshua Project - Organização Cristã que coordena o trabalho de organizações missionárias para rastrear os grupos étnicos do mundo com o menor número de seguidores do Cristianismo - existem aproximadamente 8,002,284,000 de pessoas no mundo, residindo em um total de 238 países classificados em 17,286 Grupos de Pessoas - “para fins de evangelização, grupo de pessoas é o maior grupo dentro do qual o Evangelho pode se espalhar como um movimento de plantação de igrejas sem encontrar barreiras de compreensão ou aceitação” (ENCONTRO DO COMITÊ DE LAUSANNE DE CHICAGO, 1982, apud JOSHUA PROJECT, tradução própria³). Considerando estes grupos de pessoas, um total de 7,250 grupos não são alcançados pelo Cristianismo, representando um total de 41,9%. O total de pessoas não alcançadas chega a 3,396,085,000, representando 42,4% da população mundial.

Aqueles que identificam a tradição cristã de alguma forma, seja por devoção, seja por identificação histórica ou por qualquer outra razão (Cristãos Aderentes), representam 31,2% da população. Aqueles seguidores de Jesus que expressam claramente doutrinas fundamentais do Cristianismo como por exemplo a fé em Jesus como o meio para a salvação através da regeneração do Espírito Santo e a Bíblia como regra de fé e que compartilham as bênçãos de Deus em Jesus com os outros (Evangélicos) é representado por 7.8% da população mundial. O número de trabalhadores necessários para um processo inicial de plantação de igrejas (considerando um raio de 1 trabalhador para cada 50,000 habitantes) é calculado em 71,146.

³ "For evangelization purposes, a people group is the largest group within which the Gospel can spread as a church planting movement without encountering barriers of understanding or acceptance"

Figura 7: Dados da Janela 10/40.

Region	Map	Population	Total Countries	People Groups	Unreached Groups	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	% Christian Adherents	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Asia, Central		307,732,000	10	564	397	70.4 %	296,797,000	96.4 %	2.9 %	0.6 %	6,134
Asia, South		1,887,523,000	8	3,870	3,516	90.9 %	1,792,143,000	94.9 %	2.0 %	Unknown	37,246
Africa, North and Middle East		407,814,000	19	572	389	68.0 %	278,104,000	68.2 %	5.5 %	1.5 %	5,675
Total: 3		2.603.069.000	37	5.006	4,302	85.9 %	2.367.044.000	90.9 %	10.4 %	2.1 %	49.055

Fonte: Adaptado de Joshua Project, 2023.

Conforme é possível observar na Figura 7, as regiões que demonstram maior diferenciação ao Cristianismo são as regiões Central e Sul do Continente Asiático, Norte da África e Oriente Médio. Com 2.603.069.000 de pessoas, residindo em um total de 37 países classificados em 5.006 grupo de pessoas, sendo destes, um total de 4.302 grupos não alcançados pelo Cristianismo, representando um total de 85,9%. O total de pessoas não alcançadas chega a 2.367.044.000, representando 28,82% da população mundial e 90.9% da população regional. A porcentagem de Cristãos Aderentes representa 10,4% da população. A porcentagem de Evangélicos é representado por 2,1% na região Central da Ásia, Norte da África e Oriente Médio, na região Sul da Ásia a porcentagem é desconhecida. O número de trabalhadores necessários para uma processo inicial de plantação de igrejas (considerando um raio de 1 trabalhador para cada 50,000 habitantes) é calculado em 49.055.

Figura 8: Dados da Região Central da Ásia.

Country	Population	People Groups	Unreached Groups	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	Progress Scale	Primary Religion	% Christian Adherents	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Afghanistan	42,135,000	70	68	97.1 %	42,133,000	100.0 %	●	Islam	0.0 %	0.0 %	879
Iran	88,961,000	94	84	89.4 %	88,612,000	99.6 %	●	Islam	1.7 %	1.2 %	1,806
Tajikistan	10,094,000	39	31	79.5 %	10,039,000	99.5 %	●	Islam	0.4 %	0.1 %	222
Türkiye (Turkey)	85,679,000	85	57	67.1 %	85,014,000	99.2 %	●	Islam	0.6 %	0.0 %	1,717
Azerbaijan	10,330,000	41	26	63.4 %	9,972,000	96.5 %	●	Islam	2.5 %	0.2 %	210
Uzbekistan	35,105,000	59	34	57.6 %	33,852,000	96.4 %	●	Islam	2.3 %	0.2 %	696
Turkmenistan	6,481,000	49	30	61.2 %	6,157,000	95.0 %	●	Islam	3.9 %	0.1 %	141
Kyrgyzstan	6,683,000	39	28	71.8 %	6,238,000	93.3 %	●	Islam	3.7 %	0.3 %	143
Kazakhstan	19,523,000	72	36	50.0 %	14,730,000	75.4 %	●	Islam	15.0 %	1.7 %	317
Armenia	2,738,000	16	3	18.8 %	49,000	1.8 %	●	Christianity	92.5 %	9.3 %	3
Totals: 10	307,732,000	564	397	70.4 %	296,797,000	96.4 %	8 ●		2.9 %	0.6 %	6,134

Fonte: Joshua Project, 2023.

Conforme é possível observar por meio da Figura 8, a região Central da Ásia é composta por 10 países com aproximadamente 307.732.000 de pessoas, classificadas em 564 grupos de pessoas, sendo destes, um total de 397 grupos não alcançados pelo Cristianismo, representando um total de 70.4% da população. O total de pessoas não alcançadas chega a 296.797.000, representando 96,4% da população regional. A religião predominante é o Islamismo. A porcentagem de Cristãos Aderentes representa 2.9%. A porcentagem de Evangélicos é representado por 0,6% na região e o número de trabalhadores necessários para

uma processo inicial de plantação de igrejas (considerando um raio de 1 trabalhador para cada 50,000 habitantes) é calculado em 6.134. O único país Cristão é a Armênia onde 92.5% da população se identifica de alguma forma com a tradição Cristã.

Figura 9: Dados da Região do Sul da Ásia.

Country	Population	People Groups	Unreached Groups	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	Progress Scale	Primary Religion	% Christian Adherents	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Maldives	493,000	7	7	100.0 %	493,000	100.0 %	●	Islam	0.0 %	0.0 %	16
Bhutan	783,000	58	57	98.3 %	781,000	99.7 %	●	Buddhism	0.2 %	Unknown	62
Pakistan	239,389,000	850	844	99.3 %	236,972,000	99.0 %	●	Islam	1.0 %	Unknown	5,051
Bangladesh	172,173,000	298	278	93.3 %	170,395,000	99.0 %	●	Islam	0.4 %	Unknown	3,573
India	1,422,173,000	2,279	2,048	89.9 %	1,352,947,000	95.1 %	●	Hinduism	2.3 %	Unknown	27,752
Nepal	30,757,000	227	218	96.0 %	27,347,000	88.9 %	●	Hinduism	1.4 %	Unknown	685
Sri Lanka	21,738,000	149	64	43.0 %	3,197,000	14.7 %	●	Buddhism	7.7 %	Unknown	107
British Indian Ocean Territory	3,000	2	0	0.0 %	0	0.0 %	●	Christianity	79.6 %	33.8 %	-
Totals: 8	1,887,523,000	3,870	3,516	90.9 %	1,792,143,000	94.9 %	6 ●		2.0 %	0.0 %	37,246

Fonte: Joshua Project, 2023.

Conforme é possível observar na Figura 9, outra região que chama atenção é o Sul da Ásia. Composta por 8 países com aproximadamente 1.887.523.000 pessoas, classificadas em 3.870 grupo de pessoas, sendo destes, um total de 3.516 grupos não alcançados pelo Cristianismo, representando um total de 90.9% da população. O total de pessoas não alcançadas é de 1.792.143.000 representando 94.9% da população regional. Por uma questão de habitantes, a religião predominante é o Hinduísmo, contudo, o Islamismo e Budismo se fazem fortemente ativos na região. A porcentagem de Cristãos Aderentes representa 2%. A porcentagem de Evangélicos é representado por 0% na região e o número de trabalhadores necessários para uma processo inicial de plantação de igrejas (considerando um raio de 1 trabalhador para cada 50,000 habitantes) é calculado em 37.246. O único país Cristão é o Território Britânico do Oceano Índico onde 79.6% da população se identifica de alguma forma com a tradição Cristã.

Figura 10: Dados das Regiões do Norte da África e Oriente Médio.

Country	Population	People Groups	Unreached Groups	% Unreached Groups	Popl in Unreached	% Popl in Unreached ▼	Progress Scale	Primary Religion	% Christian Adherents	% Evangelical	Est. Workers Needed *
Western Sahara	519,000	10	10	100.0 %	519,000	100.0 %	●	Islam	0.0 %	0.0 %	15
Morocco	37,058,000	31	27	87.1 %	37,044,000	100.0 %	●	Islam	0.2 %	0.1 %	745
Algeria	45,521,000	38	34	89.5 %	45,487,000	99.9 %	●	Islam	0.1 %	0.0 %	923
Yemen	34,284,000	29	20	69.0 %	34,181,000	99.7 %	●	Islam	0.2 %	0.0 %	687
Tunisia	12,429,000	15	12	80.0 %	12,332,000	99.2 %	●	Islam	0.4 %	0.0 %	254
West Bank / Gaza	5,352,000	12	8	66.7 %	5,299,000	99.0 %	●	Islam	2.5 %	1.1 %	110
Iraq	45,307,000	36	26	72.2 %	44,399,000	98.0 %	●	Islam	1.4 %	0.3 %	895
Israel	9,077,000	48	37	77.1 %	8,804,000	97.0 %	●	Ethnic Religions	1.3 %	0.7 %	192
Jordan	11,247,000	20	13	65.0 %	10,480,000	93.2 %	●	Islam	2.3 %	0.3 %	210
Saudi Arabia	36,917,000	45	29	64.4 %	33,631,000	91.1 %	●	Islam	4.0 %	0.5 %	678
Oman	4,631,000	35	27	77.1 %	4,193,000	90.5 %	●	Islam	2.9 %	0.7 %	94
Libya	6,840,000	44	31	70.5 %	6,035,000	88.2 %	●	Islam	2.5 %	0.2 %	130
Qatar	2,648,000	24	13	54.2 %	2,313,000	87.3 %	●	Islam	6.2 %	0.8 %	47
United Arab Emirates	9,487,000	36	31	86.1 %	7,889,000	83.2 %	●	Islam	6.3 %	1.2 %	165
Bahrain	1,462,000	17	8	47.1 %	1,134,000	77.6 %	●	Islam	8.3 %	2.3 %	25
Kuwait	4,239,000	28	13	46.4 %	3,212,000	75.8 %	●	Islam	10.2 %	1.5 %	69
Syria	23,104,000	37	18	48.6 %	8,052,000	34.9 %	●	Islam	5.4 %	0.2 %	165
Lebanon	5,310,000	25	7	28.0 %	739,000	13.9 %	●	Islam	32.9 %	0.7 %	17
Egypt	112,389,000	42	25	59.5 %	12,366,000	11.0 %	●	Islam	13.3 %	4.5 %	254
Totals: 19	407,814,000	572	389	68.0 %	278,104,000	68.2 %	12 ●		5.5 %	1.5 %	5,675

Fonte: Joshua Project, 2023.

Conforme é possível observar na Figura 10, a terceira região que apresenta grande discrepância do Cristianismo é o Norte da África juntamente com o Oriente Médio. Composta por 19 países com aproximadamente 407.814.000 de pessoas, classificadas em 572 grupos de pessoas, sendo destes, um total de 389 grupos não alcançados pelo Cristianismo, representando um total de 68% da população. O total de pessoas não alcançadas é de 278.104.000 de pessoas, representando 68.2% da população regional. A religião predominante é o Islamismo. Com exceção de Israel, o qual predomina o Judaísmo. A porcentagem de Cristãos Aderentes representa 5.5%. A porcentagem de Evangélicos é representado por 1.5% na região e o número de trabalhadores necessários para uma processo inicial de plantação de igrejas (considerando um raio de 1 trabalhador para cada 50,000 habitantes) é calculado em 5.675. A região não apresenta formalmente uma população Cristã, contudo, no Egito, Bahrain e Kuwait tem um forte grupo de pessoas que professam a fé em Jesus, ativamente.

Mediante esse cenário, fica claro que há um grande trabalho a ser feito para que a profecia de Jesus Cristo se cumpra, pois a Janela 10/40 tem se mostrado uma região muito interessante a qual as agências e instituições missionárias e igrejas vêm demonstrando atenção e um olhar mais cuidadoso para as regiões citadas, conseqüentemente desenvolvendo novas estratégias de envio missionário especialmente voltados para o ramo empresarial, devido o

fato de que, cada vez mais, os governos da janela 10/40 estão bloqueando a entrada de pessoas que apresentem um visto de estudante, turista, de intercâmbio e principalmente o visto religioso. Em contrapartida, se a pessoa obter o visto de investidor, de comerciante ou apresentar um plano de negócios referentes a projetos de investimento no país local ou apresentar o visto de trabalho para profissionais formados, o país libera a entrada do estrangeiro.

Como geralmente o país é pobre, vê-se como algo positivo quando um investidor, empresário ou um profissional busca residir no país, pois fica esperançoso que estes irão movimentar a economia local, gerar empregos, renda, contribuir para resolver alguma questão social/ambiental e trazer dignidade para a comunidade local. Esse tipo de estratégia em missões têm crescido ao redor do mundo especialmente na janela 10/40, fazendo com que o Investidor, Empresário ou o Profissional enviado seja efetivo no evangelismo, discipulado e plantação de igrejas nos lugares mais inacessíveis do planeta.

Sobre a observação de todo o cenário, surge a questão: Como usar Negócios e Profissões para Evangelizar e Plantar Igrejas na Janela 10/40?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Caracterizar os melhores modelos de uso do mercado de trabalho e da criação de novos negócios como ferramentas missionárias na janela 10/40.

1.2.2. Objetivos específicos

- a) Identificar os principais modelos de negócio acessados para expansão do cristianismo no mundo;
- b) Caracterizar como tais modelos encontram-se distribuídos e estruturados ao longo da janela 10/40;
- c) Validar o uso de tais modelos por meio de estudos de caso presentes na janela 10/40;
- d) Estruturar as principais motivações, desafios, obstáculos e conquistas de tais modelos nas regiões da janela 10/40, a partir dos estudos de caso investigados.

1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Há alguns pontos que contribuem para que este assunto sobre Negócios e profissões como estratégias missionárias ainda não seja algo visto como comum.

De forma geral, tanto em igrejas evangélicas quanto católicas é pregado sobre não vivermos de forma dualista, ou seja, vivendo de forma secular no trabalho ou na faculdade ou

escola e vivendo de forma sagrada quando vamos à igreja no domingo, pois as escrituras nos dizem que tudo o que fizermos seja para adorar ao Senhor. O Apóstolo Paulo em sua carta aos Coríntios diz: “Portanto, quer comais, quer bebais ou façais outra coisa qualquer, fazei tudo para a glória de Deus.” (SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2011, p. 1161). Mas apesar disso, o Brasileiro ainda tem uma mente dualista e segregada, dividindo as duas coisas.

Além disso, em um segundo momento é importante a compreensão do tema: a Teologia do Trabalho, sendo o ensino sobre a observação de como os personagens bíblicos estavam usando seus comércios e suas profissões para glorificar a Deus e falar do amor Dele para o próximo. Sendo a própria ordenação de Deus para a humanidade. Esta é uma matéria muito importante para vocacionar as pessoas a aplicarem isso não só como ferramenta evangelística local, mas principalmente como uma estratégia missionária em povos não alcançados. Esta matéria geralmente não é ensinada em seminários, escolas dominicais ou bases missionárias. A preparação para essa estratégia é bem escassa no Brasil, com algumas grandes influências já promovendo o assunto. No Brasil também não há muita literatura sobre a matéria, tanto criada por brasileiras, quanto traduzida do inglês, cujo há uma literatura bem mais madura.

A novidade no assunto sobre negócios como estratégia missionária também é um fator. Esta abordagem chegou no Brasil só no ano de 2001, onde Mats Tunehag - Líder Sênior da Organização BAM Global veio da Suécia para falar 10 minutos na maior conferência de missões do Brasil. Anos se passaram e o assunto começou a ter uma relevância em círculos missionários. Quando em 2019, BAM Global abriu uma filial no Brasil e começou a fomentar o discurso através de fóruns, eventos e postagens nas redes sociais. A partir daí outras organizações foram abrindo operações no Brasil ou fazendo parceria com instituições evangélicas nacionais.

A literatura no idioma Português-Brasileiro também é bem escassa, tendo poucos livros traduzidos do idioma Inglês, toda a literatura usada para a construção deste projeto foi de livros e artigos em inglês. Logo, esta pesquisa se posiciona como uma das poucas obras que o brasileiro tem acesso para entender sobre o tema.

Portanto, esta pesquisa pretende beneficiar igrejas, bases e agências missionárias, pois são responsáveis pelo preparo, envio e prestação de contas na área espiritual do missionário. Também instituições acadêmicas assim como todo o corpo docente envolvido, pois são responsáveis por educar e fornecer matérias que farão o acadêmico um excelente profissional no mercado de trabalho. Além disso, instituições governamentais, que são responsáveis por facilitar todo o processo para que investimentos e mão de obra estrangeira movimente a

economia, assim como crie empregos e valor para a comunidade local. Por fim, beneficiar empresários, profissionais do mercado e qualquer pessoa que se sinta vocacionada e busca um preparo para usar os negócios ou a profissão como uma ferramenta para levar o amor de Jesus em qualquer lugar do mundo.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 EVOLUÇÃO CRONOLÓGICA DO CONCEITO

Para se chegar ao Movimento BAM como está formado hoje, o conceito entre a integração de negócios e profissões com missões transculturais foi se transformando ao longo do tempo. Uma extensa bibliografia sobre os temas Teologia do Trabalho, Fé e Trabalho, e História de Missões, mostrando os diversos estudos de caso de grandes missionários ao longo da história usando seus negócios e profissões como forma de evangelizar nos confins da Terra, com certeza lançou as bases para que hoje este Movimento fosse alavancado, tanto no ocidente quanto no oriente. Não sendo algo internacional, mas global.

Uma das primeiras e mais importantes literaturas específicas sobre esse tema é o livro chamado *Today's Tentmakers* publicado em 1979, escrito por J. Christy Wilson Jr, considerado o pai do Tentmaking moderno por ser um dos pioneiros a se utilizar deste modelo de envio missionário para acessar povos não alcançados, exercendo a profissão de Professor junto com sua esposa no Afeganistão, em 1952. No livro ele relata vários exemplos ao longo da história de como muitos missionários exerceram sua profissão para evangelizar povos ao redor do mundo, além de também contar um pouco sua biografia. Uma das maiores contribuições que o livro traz são algumas definições sobre o termo Tentmaker, visto que na época estavam surgindo outras nomenclaturas como Missionário não-profissional ou O Apostolado Leigo, mas ainda não expressando fielmente o modelo.

Segundo o livro, Tentmaker é “Qualquer Cristão dedicado que mora em outro continente [...] e usa seu chamado secular como uma oportunidade para dar seu testemunho pessoal para Jesus Cristo” (KANE, 1973, p. 177, apud WILSON, 1979, p. 16, tradução própria⁴). Outra definição é “O Fazedor de Tendas é um missionário em termos de compromisso, mas é completamente auto-sustentado” (DYMOND, 1978, apud WILSON, 1979, p. 17, tradução própria⁵). Ainda, Tentmaker é “Testemunhar de Cristo enquanto trabalha produtivamente no exterior” (WILSON, 1979, p. 17, tradução própria⁶).

⁴ “any dedicated Christian who lives and works overseas...and uses his secular calling as an opportunity to give his personal witness to Jesus Christ.”

⁵ “The tentmaker is a missionary in terms of commitment, but is fully self-supporting.”

⁶ “witnessing for Christ while productively employed abroad.”

Após 7 anos, Don Hamilton publica o livro *Tentmakers Speak*, onde o autor elaborou um questionário com 406 missionários em campo para mensurar fatores que contribuíam para a eficácia dos Fazedores de Tendras como testemunhas de Cristo. No livro ele traz a definição de que Tentmaker é “um Cristão que trabalha em um contexto transcultural, é reconhecido por membros das culturas anfitriãs como algo diferente de um “profissional religioso” e ainda assim, em termos de seu compromisso, chamado, motivação e treinamento, é um “missionário” em todos os sentidos” (HAMILTON, 1987, p. 7, tradução própria⁷).

Em 1989, o Movimento Lausanne - fundado por Billy Graham e considerado a maior organização de evangelização mundial e ainda em atividade - elaborou uma declaração formal reconhecendo Tentmakers como “crentes em todos os grupos de pessoas que tem uma identidade “secular” e que em resposta ao chamado de Deus, proclamam Cristo transculturalmente” (LAUSANNE MOVEMENT, 1989, tradução própria⁸).

Ruth Siemens, outra pioneira no modelo começando em 1955, conhecida por usar sua vocação como Professora para plantar grupos de estudos bíblicos em escolas e faculdades dos países por onde trabalhou, definiu Tentmaker como “Cristãos comprometidos com missões que se sustentam no exterior, e fazem Jesus Cristo conhecido no trabalho e em seus tempos livres.” (SIEMENS, 1997, p. 121, tradução própria⁹).

Um ponto em comum em todas as definições é o contexto missionário, no sentido de a pessoa estar uma cultura diferente da sua para evangelizar a comunidade que ainda não ouviu falar sobre Jesus. Outro ponto é a profissão, podendo ser qualquer tipo de trabalho, contanto que seja exercida de forma intencional para demonstrar a mensagem Bíblica. Contudo, nestes anos finais da década de 1990 foram surgindo literaturas que registravam um potencial mais holístico na obra missionária através de empresas, saindo da figura de qualquer Profissional e focando na figura do Empresário e em como a empresa é formatada para proclamar a mensagem do Evangelho no povo não alcançado.

Em 1998, Gary Taylor, depois de anos trabalhando para modelar a estratégia de Tentmaker em diversas organizações missionárias, decidiu começar sua própria jornada, pois se entusiasmou com a ideia de que em praticamente qualquer país ele poderia fornecer uma plataforma legítima e lucrativa para o acesso criativo de missionários, assim como ajudar

⁷ “a Christian who works in a cross-cultural situation, is recognized by member of the host cultures as something other than a “religious professional” and yet, in terms of his or her commitment, calling, motivation, and training, is “missionary” in every way.”

⁸ “believers in all people groups who have a “secular” identity and who in response to God’s call, proclaim Christ cross-culturally”.

⁹ “missions-committed Christians who support themselves abroad, and make Jesus Christ known on the job and in their free time.”

líderes cristãos nacionais que necessitam de apoio econômico. Dessa forma abriu uma empresa que tinha os pilares de expandir o Reino de Deus, apresentar Jesus Cristo entre os não alcançados, empregar os missionários e ser um modelo de negócio piedoso e virtuoso. Ele acreditou que os missionários iriam aproveitar o momento, contudo, encontrou poucos que queriam mudar o padrão e se inclinar para um novo modelo: “[...]Encontrei poucos na indústria missionária que pudessem trabalhar no sentido secular normal do termo. Parecia que restavam muito poucas pistas da vida profissional pré-missionária para orientá-los na produção para a vida e no testemunho de seu chamado.” (TAYLOR, 1998, p.24, tradução própria¹⁰).

Em 1999, Sharon Swarr e Dwight Nordstrom publicaram o livro *Transform the World*, onde trazem alguns estudos de casos de Empresários que começaram abrindo empreendimentos para fortalecer a pequena comunidade de cristãos locais, contudo, foram compartilhando do Caminho com outras pessoas através de negócio, dessa forma, a congregação ia crescendo culminando assim para a plantação de igrejas. Com isso, definiram o conceito de *Great Comission Business* - Empresa da Grande Comissão - onde os objetivos são: “permitir que profissionais Cristãos façam um trabalho estratégico e significativo da Grande Comissão; alcançar povos não alcançados; reproduzir outras empresas da Grande Comissão em nações de acesso criativo; e encontrar uma taxa de retorno mutuamente acordada para os investidores” (NORDSTROM e SWARR, 1999, p. 58, tradução própria¹¹).

No mesmo ano, houve uma conferência de consultas de negócios na Ásia Central. Um dos apresentadores estava relatando sobre um caso de uma empresa na Grã-Bretanha que se moldou às necessidades das pessoas pobres do local, adicionando produtos e serviços de diferentes segmentos em um mesmo negócio, o empreendimento foi crescendo até se tornar uma das maiores empresas de toda a região. Em um dos trechos registrados, o apresentador expressa: “Era uma abordagem muito holística aos negócios e aquele negócio era sua missão” (MARKIEWICZ, 1999, p.1, tradução própria¹²).

Acredita-se empiricamente que o termo Business as Mission começou a se formar a partir desta conferência, por causa desta fala do apresentador, por mais que não fosse algo

¹⁰ “i found few in the missions industry who could work in the normal secular sense of the term. It seemed very few cues remained from pre-missionary work-life to guide them into producing for their living and witnessing for their calling.”

¹¹ “to enable Christian professionals to do strategic and significant Great Commission work; to reach unreached peoples; to reproduce other Great Commission companies in creative access nations; and to find a mutually agreed upon rate of return for investors.”

¹² “It was a very holistic approach to business and that business was their mission.”

proposital. A partir deste ano o termo começou a ser replicado em vários livros e artigos sobre o tema.

Em 2003, Tetsunao Yamamori reconhece que o movimento Tentmaking vinha crescendo bastante, o número de agências tinha aumentado de 1.040 em 1992 para 3.220 em 1999, contudo o modelo tinha algumas falhas, como por exemplo: muitos Tentmakers terem sido expulsos do país que estavam porque não estavam exercendo o trabalho que o visto dizia que fariam, usando - o como um disfarce para conseguir entrar e evangelizar no país. Outra falha foi o fato de muitos não terem apoio espiritual e comunhão no ambiente de trabalho que estavam. Um último problema foi o fato de Tentmakers serem “ocupantes”, logo, a flexibilidade e coesão para um ministério eficaz era difícil. Com isso, ele propõe um novo modelo baseado na figura do Empresário, que em contraste com Tentmakers, o modelo é criador de empregos, iniciando pequenos ou grandes negócios lucrativos, não servem de fachada, mas empresas reais que satisfazem as necessidades reais dos locais, e pelo fato de muitos países denominados de “acesso restrito” buscarem desenvolvimento econômico, recebem calorosamente os executores do modelo. Com isso, ele lança uma nomenclatura similar chamada Kingdom Entrepreneurs (Empreendedores do Reino) e define como: “Empresários transculturais, chamados por Deus para ministrar através de negócios em países de acesso restrito.” (ELDRED e YAMAMORI, 2003, p.9, tradução própria¹³).

Ainda em 2003, David Bussal e Russel Mask lançaram um modelo financeiro viável para levar o evangelho em povos não alcançados, chamado de Christian Microenterprise Development CMED (Desenvolvimento de Micro Empresas Cristãs), definido como uma “estratégia de desenvolvimento que provê um pacote amplo de serviços financeiros (poupança, crédito e seguro) bem como outros serviços de desenvolvimento de negócios (treinamento empresarial, assistência de marketing etc.) para empreendedores e pobres para permitir que eles operem as próprias atividades econômicas produtivas.” (BUSSAL e MASK, 2003, p.2, tradução própria).¹⁴

Em 2003 também, Steve Rundle e Tom Steffen lançam uma nomenclatura similar, definindo Great Commission Companies como: “um negócio socialmente responsável e gerador de renda administrado por profissionais do reino e criado com o propósito específico de glorificar a Deus e promover o crescimento e a multiplicação de igrejas locais nas partes

¹³ “cross-cultural business owners, called by God to do ministry through business in restricted-access countries.”

¹⁴ “development strategy that provides a broad package of financial services (savings, credit and insurance) as well as other business development services (business training, marketing assistance, etc.) to entrepreneurs and the poor to enable them to operate their own productive economic activities.”

menos evangelizadas e menos desenvolvidas do mundo” (RUNDLE e STEFFEN, 2003, p.41, tradução própria¹⁵). Essa mesma definição foi usada na 2ª edição atualizada do livro em 2011.

Befus (2004) propôs 5 modelos de negócios como ministério de evangelismo/missões para igrejas locais: Ministry services business (Ministério de serviços de negócios), Ministry endowment enterprises (Ministério de empresas doadoras), Tentmaking enterprises (empresas de fabricação de tendas), business incubators (Incubadoras de Empresas) e Micro credit programs (Programas de microcrédito):

- Ministry services business são projetos em resposta a necessidades específicas de promoção de saúde como clínicas, educação como escolas, comunicação como estações de rádio, entre outros. Geralmente esses negócios iniciam gratuitamente para a comunidade, mas depois introduzem uma taxa para a manutenção do negócio. Em muitos casos é cobrado uma taxa de dois níveis para que sejam cobradas taxas comerciais aos clientes que podem pagar, para que assim o ministério consiga subsidiar os serviços para os mais pobres.
- Ministry Endowment Enterprises são atividades comerciais que se desenvolvem exclusivamente para o apoio financeiro do ministério local. Pois há uma necessidade de sustento financeiro a longo prazo e de auto apoio local, devido a população local ser muito pobre, logo, as empresas destinam fontes de renda para manter os ministérios. Não tem um foco na transformação através da empresa, mas em uma transformação indireta por meio de doações, uma nomenclatura similar para isso é o modelo Business for Mission, e não Business as Mission.
- Tentmaking Enterprises reiterado como um foco em mobilização de missionários de seu país de origem para o resto do mundo, onde através da atividade comercial geram uma parte dos seus custos e a obtenção de autorizações de vistos, além de principalmente gerar um contexto social para se relacionar e ministrar com os trabalhadores locais, o que muitas vezes é mais compreensível para a comunidade do que missionários tradicionais.
- Business Incubators é a estratégia usada em contextos missionários, geralmente em países em desenvolvimento, para aumentar os níveis de rendimento e empregar os membros da igreja, além de ser uma ferramenta

¹⁵ “a socially responsible, income-producing business managed by a kingdom professionals and created for the specific purpose of glorifying God and promoting the growth and multiplication of local churches in the least evangelized and least developed parts of world”

evangelística direcionada a populações específicas que não possuem uma formação ou experiência em atividade econômica produtiva, com isso, controla os ativos até que os participantes aprendam a fabricar os produtos por conta própria.

- Microcredit Programs são programas de crédito rotativo sustentáveis para pessoas que tenham pequenos comércios ou pequenos negócios nas comunidades locais. “O sucesso destes modelos é visto não apenas nas taxas de retorno e sustentabilidade dos projetos, mas também nos benefícios econômicos para aqueles que estão na igreja, e nas oportunidades de extensão para aqueles que não conhecem o Evangelho.” (BEFUS, 2002, p. 24, tradução própria¹⁶).

Resumindo Befus, Ministry services business tem o foco na transformação através de serviços de saúde ou educação ou outros, e também são auto sustentáveis. Ministry endowment enterprises são as empresas mantenedoras. Tentmaking enterprises está focado no profissional no contexto transcultural. Business incubators tem o foco na transformação através do negócio, de forma geral, a partir disso, é observado que esta nomenclatura é similar para Business as Mission, sendo esta, prevalecendo atualmente. Micro credit programs, são empresas que concedem micro linhas de créditos para pequenos comerciantes, tudo contribuindo para gerar testemunho sobre a pessoa de Jesus, criando relacionamento e demonstrando ética.

Em 2004, o Movimento Lausanne reconhece mais uma vez o crescente movimento de Business as Mission e formalmente estabelece - o como uma de suas redes temáticas, nascendo assim a organização global BAM, para fomentar esta estratégia ao redor do mundo.

Em 2006, Mike Baer definiu *Kingdom Business* como um negócio que é “especificamente, conscientemente, claramente e intencionalmente conectado para o estabelecimento do Reino de Cristo neste mundo. [...] está diretamente envolvido em fazer discípulos de todas as nações - começando em casa mas com envolvimento internacional também [...] vai liderar de alguma maneira para um envolvimento em missões mundiais.” (BAER, 2006, p. 14, tradução própria¹⁷). Ou seja, o Empresário começa fazendo um trabalho local na cidade onde reside. Antes de expandir para uma operação para povos não alcançados

¹⁶ “The success of these models is seen not only in rates of return and sustainability of the projects, but also in the economic benefits to those in the church, and the outreach opportunities for those who do not know the Gospel.”

¹⁷ “specifically, consciously, clearly, and intentionally connected to the establishment of Christ's kingdom in this world. [...] it is directly involved in making disciples of all nations - beginning at home but with international involvement too. [...] will lead in some way to an involvement in world missions.”

ele intencionalmente já evangeliza e discipula os fornecedores, colaboradores e/ou clientes ao seu redor. Também já pode envolver a empresa indiretamente em algumas ações missionárias, mas ainda não é um atuação integral.

É diferente de termos como *Christians Business* ou *Marketplace Ministry*, que são comumente usados para se referir a negócios geridos por um Cristão ou negócios gerenciados por princípios bíblicos ou negócios que diretamente fazem um trabalho para Cristãos como por exemplo uma livraria Cristã ou companhia de música Cristã. É muito bom que existam negócios que atuam dessa forma, mas *Kingdom Business*, assim como todos os modelos apresentados neste trabalho tem uma intenção em evangelismo, são negócios para não Cristãos, para que eles possam ouvir a mensagem do Evangelho, viverem de acordo com princípios bíblico e terem um lugar para congregarem juntos.

Ainda em 2006, Steve Rundle e Neal Johnson definiram Business as Mission como “a utilização de empresas com fins lucrativos como instrumentos para a missão global.” (JOHNSON e RUNDLE, 2006 p.26, tradução própria¹⁸). Na mesma obra, os autores definiram Tentmaker como “um Cristão com mentalidade missionária que se sustenta em um contexto missionário transcultural através de uma vocação tal como ensinar inglês, trabalho médico ou trabalhando para uma empresa local ou internacional” (JOHNSON e RUNDLE, 2006 p.22, tradução própria¹⁹).

Em 2015, Business for Transformation (B4T) foi o termo definido por Patrick Lai para o trabalho que a OPEN Networks - Provedora global de serviços baseada em consultoria para negócios entre os povos não alcançados -, estava fazendo no mundo, sendo: “Negócios estrategicamente colocados em áreas não alcançadas que são lucrativos e servem a comunidade local, geralmente através de transformação e especificamente através de evangelismo, discipulado e plantação de igreja.” (LAI, 2015, p. 44, tradução própria²⁰).

Em 2015 também foi formalizada uma necessidade que a organização já estava estudando e já divulgando relatórios e estudos de casos. “Freedom Business é um termo usado para descrever empresas que estão envolvidas em tais esforços anti tráfico e cuidado de

¹⁸ “the utilization of for-profit businesses as instruments for global mission.”

¹⁹ “a mission-minded Christian who supports himself or herself in a cross-cultural mission context through a vocation such as teaching English, medical work, or working for a locally-owned or international company.”

²⁰ “businesses strategically placed in unreached areas that are profitable and serving the local community, generally through transformation, and specifically through evangelism, discipleship, and church planting.”

sobreviventes. Freedom Business estão posicionadas unicamente para atacar as bases econômicas do comércio sexual.” (BAM REVIEW, 2015, tradução própria²¹).

Logo, Freedom Business é uma categoria dentro de BAM que define empresas que lutam contra o tráfico humano buscando fornecer emprego e dignidade para as vítimas. Não necessariamente está limitado à Janela 10/40, apesar da grande maioria das empresas estarem lá, devido os países que mais estão envolvidos com este tipo de crime se concentrarem lá.

Segundo Tunehag, J (2015), existem 5 linhas de atuação nesta categoria: “empresas que criam empregos para os sobreviventes, empresas que contratam pessoas vulneráveis já para evitar a exploração, agregadores, que só levam produtos destes dois tipos de negócio para novos mercados, empresas que proveem serviços especificamente para Freedom Business, e por último, empresas que financiam as Freedom Business ou algum tipo de operação contra o tráfico humano.”

Em 2018, Mats Tunehag - Presidente e Cofundador da Organização BAM Global comentou como: “um negócio autêntico que visa proclamar, manifestar e ampliar o Reino de Deus. Para isso, planejamos, operamos e avaliamos nossos negócios para causar um impacto positivo econômico, social, ambiental e espiritual. [...] Business as Mission é um subconjunto da categoria mais ampla da teologia do trabalho e da teologia do chamado” (CORT e TUNEHAG, 2018, p.170, tradução própria²²).

Com isso, convergiu para que no mesmo ano a Organização divulgasse a definição formal de BAM como: “Negócios rentáveis e sustentáveis; Intencional sobre o propósito e impacto do Reino de Deus nas pessoas e nações; Focado na transformação holística e nos múltiplos resultados econômicos, sociais, ambientais e espirituais; Preocupado com os povos mais pobres e menos evangelizados do mundo. (PLUMMER, 2018, tradução própria²³).

Esta é a definição geral do Movimento, os modelos dentro do Movimento preenchem naturalmente esses requisitos e dão ênfase em alguns nichos de acordo com a necessidade ou contexto, mas não é algo que foge dos princípios gerais.

²¹ “Freedom business is a term used to describe enterprises that are involved in such anti-trafficking efforts and care of survivors. Freedom businesses are uniquely positioned to strike at the economically driven foundations of the sex trade”

²² “BAM is authentic businesses which aims at proclaiming, manifesting and extend the Kingdom of God. To that end, we plan, operate and evaluate our business to make a positive impact economically, socially, environmentally and spiritually. [...] Business as Mission is a subset of the broader category of the theology of work and the theology of calling.”

²³

- “Profitable and sustainable businesses;
- Intentional about Kingdom of God purpose and impact on people and nations;
- Focused on holistic transformation and the multiple bottom lines of economic, social, environmental and spiritual outcomes;
- Concerned about the world’s poorest and least evangelized peoples.”

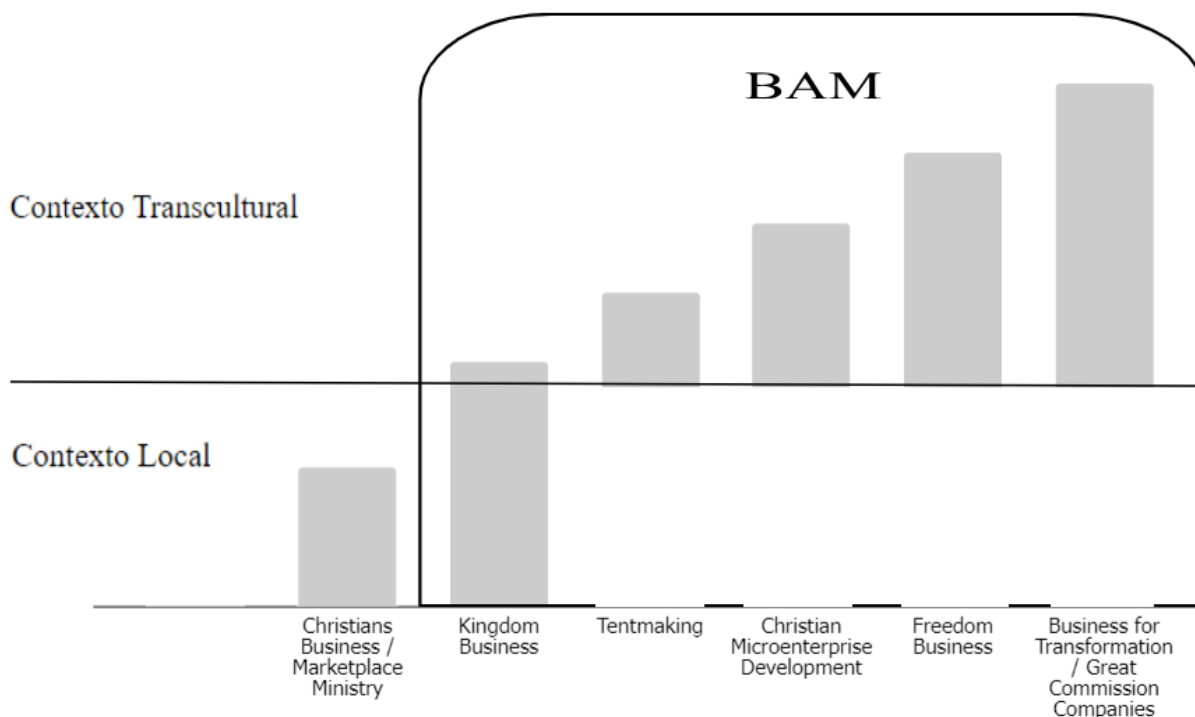
Logo, Tentmaking acabou sendo um precursor para o Movimento BAM, expandindo ao máximo o potencial que uma empresa tem para a pregação do evangelho em frente às múltiplas partes interessadas contribuindo inclusive para a plantação de igrejas. O colaborador também faz parte, testemunhando de Jesus para outros colaboradores e levando - os para a igreja que está sendo plantada. Sendo tanto nas casas dos moradores locais quanto no espaço formal. Dessa forma, Tentmaking deixou de ser um movimento para se tornar umas das modalidades do Movimento BAM, um dos modelos de envio missionário.

2.2 BUSINESS AS MISSION

Como pôde-se observar, Business as Mission é o conceito, onde se entende que aquela empresa é formatada para criar oportunidades de evangelismo, discipulado e convergir na plantação de igrejas, também é um movimento, onde cada vez mais Empresários e Profissionais estão aderindo a essa visão, assim como igrejas, agências missionárias, bases missionárias e quaisquer outras organizações paraeclesiais, BAM também é uma organização, onde são produzidos relatórios globais sobre os impactos das empresas em diferentes países, culturas, diferentes segmentos como tráfico humano, diminuição da pobreza local, sustentabilidade e questões ambientais na comunidade local, além de informativos semanais em sua página principal e promoção de congressos ao redor do mundo para consultas com os Empresários locais.

BAM como organização também é o grupo de trabalho do Movimento Lausanne, onde cada vez mais soluções são desenhadas para avançar a visão em povos não alcançados. Também é o movimento onde cada vez mais Empresários e Profissionais estão aderindo á essa visão e atuando em contextos transculturais, não só estes, mas igrejas, agências missionárias, bases missionárias e muitas organizações paraeclesiais. Como Movimento também, ao longo do tempo foram surgindo negócios que focam o empreendedorismo em causas, outros focaram no evangelismo local como um projeto piloto para a missão, outros se especializaram na colaboração de plantação de igrejas, com isso, cada um tem seus desafios e suas dificuldades. Logo, a figura 11 explica melhor as modalidades:

Figura 11: Classificação das modalidades dentro do Movimento BAM.



Fonte: O Autor, 2023.

O gráfico foi classificado de acordo com a dificuldade, influência e intencionalidade de cada modelo. Como descrito anteriormente, Christians Business ou Marketplace Ministry não chegam a ser considerados como Negócios como Missão, pois BAM implica a missão, e estes dois modelos não enfrentam dificuldades transculturais e também não tem uma intencionalidade para missões. Kingdom Business já preenchem alguns requisitos, já estão de forma intencional evangelizando as pessoas, é importante que se tenha processos modelados de uma forma que provoque o evangelismo, já se tenha uma gestão de serviços formatada para o evangelismo, um planejamento estratégico que lidere os objetivos e indicadores da empresa nesse modelo ou se for um início de um negócio, um plano de negócios que fundamente as estratégias de evangelismo e ainda uma gestão do projeto bem detalhada no escopo e no cronograma. É um negócio local que gira em torno de testemunhar Jesus para as pessoas e de alguma forma está envolvido em alguma ação missionária, em países menos evangelizados, mesmo que indiretamente como uma oferta ou alguma ação mais intencional.

A partir de Tentmaking as coisas começam a ficar mais qualificadas, pois neste modelo o Profissional já começa a enfrentar dificuldades como o choque cultural. O fato de estar trabalhando 8 horas por dia em um contexto onde a cultura, sociedade, governo, idioma, comida, hábitos locais são todos diferentes do acostumado, longe da família, dos amigos, da comunhão dos irmãos da igreja enviada. No início pode ser algo novo, uma nova fase, mas

com o tempo vem o choque cultural. Além de saber adaptar as competências e habilidades profissionais no novo contexto, onde a expertise que se exercia antes não será mais a mesma. São desafios que impactam significativamente a vida de um Tentmaker. Importante salientar que Tentmaking só é considerado BAM em um contexto onde os Donos do negócio/Gestores também são missionários, e contratam o Tentmaker para facilitar o evangelismo com os colaboradores locais, pois BAM enxerga os negócios tanto como o meio quanto a mensagem. Se o Tentmaker está em um emprego onde aquela empresa não faz parte da missão de testemunhar de Jesus, então não é considerado como BAM, o que não quer dizer que não está fazendo a obra de Deus, é claro que está, mas sem estar apoiado pelas responsabilidades que BAM exerce.

Christian Microenterprise Development é uma modalidade diferente por ter um segmento de mercado e operação de serviços diferentes dos demais, a ideia é oferecer programas de micro crédito rotativo para pequenos comerciantes locais e pessoas pobres de forma geral, contudo, a operação é feita totalmente diferente dos programas de micro crédito de bancos ou cooperativas, pois os valores e as visões bíblicas regem os empréstimos, demonstrando que é possível e certo fazer operações financeiras de uma forma íntegra.

Freedom Business já têm um nível elevado de qualificação, por se tratar de um negócio, é necessário capital, gestão especializada, experiência em vivência transcultural semelhante a do Tentmaker e principalmente, por se tratar de um tipo de negócio que irá contratar e cuidar diariamente de mulheres sobreviventes da exploração, mulheres traumatizadas, que foram traficadas, se faz mais do que necessário que toda a equipe, o Empresário e os Tentmakers tenham recebido treinamento especializado e já tido experiência de evangelismo e discipulado com mulheres com esse perfil. Pois no campo missionário a dificuldade aumenta por ser um contexto diferente, ainda não acostumado.

Business for Transformation e Great Commission Companies são modelos altamente apostólicos, pois eles são extremamente intencionais em fazer a empresa contribuir na plantação, crescimento e multiplicação de igrejas especificamente nas partes menos evangelizadas e menos desenvolvidas do mundo. Empresas B4T contribuem especificamente evangelizando e discipulando a comunidade local, enquanto que empresas GCC contribuem também dessas duas formas, além de ter uma responsabilidade social com os locais. É preciso muito mais que capital, estrutura, equipe especializada e gestão especializada, nestes últimos modelos é necessário uma vocação à um chamado apostólico dado por Deus.

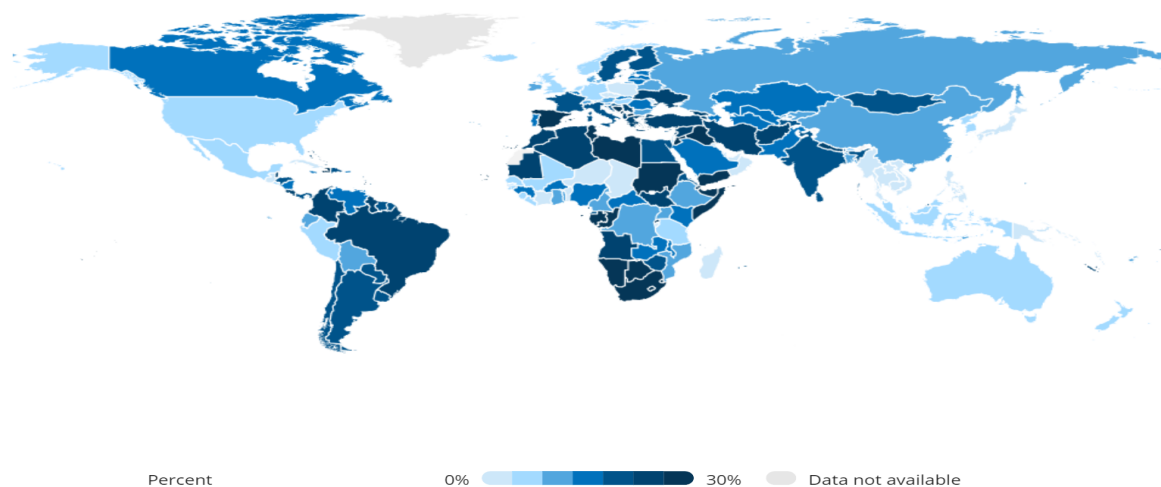
Nos outros modelos pode haver também a plantação de igreja, mas é muito mais comum as empresas fecharem parcerias com igrejas locais e acompanharem as pessoas que

estão evangelizando para essas igrejas, ou então chamar os pastores locais para vir dar uma palavra dentro da empresa local e assim a liturgia vai se moldando de uma forma adaptada à comunidade local, dessa forma, a empresa atua como uma agência evangelística em parcerias com igrejas locais. Contudo em B4T e GCC, se entende que no local não há igreja ou pastores locais, por isso, o Empresário irá abrir uma nova frente através da empresa, pois assim ele consegue gerar emprego, dar dignidade para o povoado local, consegue movimentar a economia local e assim, consegue ter mais oportunidades de testemunhar de Jesus, muito mais oportunidades de demonstrar um caráter que talvez a comunidade não tenha conhecido, por ser o dono do negócio, consegue ter mais contato com fornecedores, colaboradores locais e clientes e demonstrar ser uma pessoa diferenciada.

É algo que um missionário tradicional não consegue ter. Pelo fato de ele já ir com o título de missionário, enviado de alguma igreja, fazer um trabalho religioso, levar a religião do ocidente, geralmente a comunidade já se fecha e não mantém contato, em comunidades mais severas como por exemplo comunidade islâmicas ou comunidades de províncias do interior de países do oriente médio, denunciam logo para o governo e então o missionário é imediatamente deportado ou preso e em casos mais extremos, morto. Isso não acontece com o Empresário e sua equipe que estão diariamente se relacionando e trazendo benefícios para os locais, depois de um tempo ganhando a confiança, haverá oportunidades para testemunhar sobre Jesus e as pessoas se convertem, por receberem algo que a religião local não dá, e à medida que as pessoas que é algo diferente e que contagia a vida delas e se convertem, depois de um tempo onde já tem grupos de famílias convertidas, então o Empresário planta uma igreja, ele pode pastorear e treinar um líder local convertido para ajudar no pastoreio também, e pode ficar ali a vida toda ou ir para um novo local não alcançado e começar mais um projeto do zero e assim abrindo empresas e plantando igrejas ao redor do mundo. Por isso que a vocação apostólica é necessária, ela que realmente sustenta o negócio.

Reforçando essa visão, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT) (2023), o desemprego global deverá aumentar cerca de 3 milhões em 2023, resultando em um número total de 208 milhões de pessoas, comparando com todos os países do mundo corresponde a uma taxa de desemprego de 5,8%. Segundo estatísticas do Banco mundial, os países da Janela 10/40 têm taxas de desemprego mais de 5 vezes maiores do que a taxa média global conforme figura 12:

Figura 12: Desemprego global.



Fonte: The World Bank, 2023.

Alguns países como Somália, Líbia, Cisjordânia e Djibouti, que se encontram na janela 10/40 apresentam taxas de desemprego perto de 30%. Isso faz com que os países não sejam rigorosos com a liberação do visto de negócios ou o visto de trabalho pois como o país é pobre, qualquer iniciativa de investimento é muito bem vinda.

2.2.1 TENTMAKING

Começando por Tentmaking, a passagem bíblica mais usada para fundamentar este modelo de envio missionário está localizada no livro de Atos, capítulo 18, versículos 3 e 4, que diz: “E, posto que eram do mesmo ofício, passou a morar com eles e ali trabalhava, pois a profissão deles era fazer tendas. E todos os sábados discorria nas sinagogas, persuadindo tanto judeus como gregos.” (SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2011 p. 1120).

Em sua primeira carta aos Coríntios, no capítulo 9 Paulo discorre sobre não ser errado viver às custas da obra, no sentido de alguém que está integralmente no ministério pregando o evangelho como missionário e ser sustentado financeiramente pela igreja enviada ou pelos irmãos locais, seja com hospedagem, comida, ou qualquer outro bem material, não é errado viver dessa maneira, contudo ele quis dar um outro exemplo. Em todas as cidades onde passava ele trabalhava, usava sua profissão para se sustentar e não criar algum obstáculo ao evangelho de Cristo, querendo propor de graça o evangelho, para não se aproveitar do direito que ele dá.

Isto é reforçado quando Paula voltava da Macedônia e parou em Mileto para ser reunir com os líderes da igreja em Éfesus, ele diz que enquanto estava nesta cidade, não cobiçou ouro, nem vestuário e nem prata de ninguém, pois a forma de ele e os que estavam com ele serem sustentados era trabalhando, fazendo tendas, e que dessa forma ele também tinha

condições para ajudar os necessitados, praticando assim o ensino de Jesus, que é melhor dar do que receber.

Assim também em sua viagem missionária por Tessalônica, onde em suas cartas ele relembra que enquanto estava com eles trabalhou dia e noite como Fazedor de Tendas, com muito labor, não sendo pesado para ninguém, para que assim pudesse testemunhar de Jesus para eles. Apenas uma vez é registrado que Paulo foi suportado. Em sua viagem por Filipos, no capítulo 4 é registrado que a igreja dessa cidade até ajudou financeiramente o missionário, ofertando duas vezes o bastante para suas necessidades, pois eles também eram amigos pessoais do missionário.

Logo, Paulo trabalhava durante a semana e através disso gerava relacionamento com seus fornecedores, clientes e pessoas que trabalhavam com ele, tendo oportunidades de testemunhar de Jesus, além de todos os sábados pregar nas sinagogas das cidades o evangelho, e ainda se sustentava em 99% de suas viagens missionárias. Todas essas situações ocorreram em uma fase onde Paulo estava no processo de plantação de igrejas nessas cidades, facilitando ao máximo o processo para o nascimento e cuidado da igreja.

Atualmente, Tentmaker é um termo para designar trabalhadores cristãos em países não alcançados pelo Cristianismo, contudo, esses trabalhadores atuam de diferentes formas e exercem diversos níveis de influência na sociedade. Patrick Lai - fundador da OPEN Networkers, para sua tese de doutorado desenvolveu uma pesquisa com 450 fazedores de tenda que servem na Janela 10/40, alguns apresentaram os mesmos interesses, outros divergiram em várias características, por isso, a pesquisa classifica os trabalhadores em 5 categorias: T1, T2, T3, T4 e T5, assim, ajuda a explicar melhor seu ministério.

Segundo Patrick Lai (2005), Trabalhadores T-1 geralmente são pessoas que foram enviadas pelas suas empresas de origem para gerirem a filial no país de destino. Inicialmente não há motivação em evangelismo ou discipulado, porém, estas pessoas têm autoridade para contratar missionários e moradores locais para viver e ouvir o evangelho. Trabalhadores T-2 são pessoas que diferente dos T-1 já estão no país com a intencionalidade primária de falar de Jesus. Eles têm um plano para pregar, discipular e ajudar na plantação de igrejas e buscam treinamento para trabalhar em uma empresa local, assim como T-1, trabalhadores T-2 são auto sustentados financeiramente. Trabalhadores T-3 tem parte ou às vezes toda a renda proveniente da igreja enviada ou amigos, isso possibilita que eles trabalhem por meio período e que tenham mais tempo para praticarem evangelismo e aprenderem a língua local. Os T-4 geralmente fazem parte de uma ONG e trabalham ativamente na comunidade

prestando um serviço de acordo com sua identificação, seja por serviços sociais, médicos ou sendo professores, por exemplo. Geralmente tem treinamento em missiologia e experiência na profissão. O trabalho, a igreja, a ONG e os mantenedores fornecem algum apoio financeiro. Os T-5 criam empresas em países de destino mas não ficam nela, estão associados a uma agência missionária. Geralmente têm formação em teologia e missiologia e às vezes, formação secular. Estão vinculados à agência missionária e são totalmente sustentados pela igreja ou mantenedores.

Patrick Lai, pesquisando sobre o tema, descobriu algumas críticas contra o modelo, contudo, foram rebatidas de acordo com a pesquisa feita por ele, como por exemplo:

1. "Aventureiros": De acordo com a pesquisa, 93% dos fabricantes fazem parte de uma equipe com seis ou mais adultos. A metade das equipes tem trabalhadores de diversas agências de envio;
2. "Dedicam tempo inadequado ao ministério porque estão trabalhando": O Tentmaker não é missionário de tempo parcial porque testemunha enquanto trabalha, seja como empregado seja como empreendedor. 75% trabalham nas escolas, empresas, ongs ou são alunos. Por sua vez, três quartos desses trabalhadores estão satisfeitos com o equilíbrio entre ministério e emprego;
3. "Há um conflito de prioridades": Por um lado, viajam a algum país para compartilhar os fiéis em Jesus, por outro, desenvolvem seus trabalhos dando bom testemunho a seus empregadores e colaboradores. Porém, a prioridade é glorificar Jesus em tudo e neste, não há conflito;
4. "Não recebem apoio financeiro, nem orações de suas igrejas originais": De acordo com a pesquisa, 98% tem amigos ou igrejas comprometidos em oração e 92% mantém a comunicação regularmente. Agora, os Tentmakers que têm independência financeira precisam de mais apoio de oração, pois os apoiadores em geral oram a quem investe;
5. "Sonhadores": A pesquisa mostra que este ponto de vista está incorreto. Os Tentmakers como missionários são realmente chamados, recebem treinamento tanto acadêmico de suas profissões como também treinamento Missiológico, precisam ter tanto a experiência no mercado de trabalho quanto experiência em missões transculturais e evangelismo e enviados ao exterior para falar do amor de Jesus aos povos.

Entretanto, existem muitas vantagens em praticar Tentmaking, por exemplo:

1. Acessibilidade: A maioria dos países da janela 10/40 está fechada a pessoas que se identificam formalmente como missionários, mas não a negócios, comércio ou educação;
2. Identidade: Pelo fato da pessoa não ser conhecida nem profissional missionário nem religioso, o Tentmaker tem acesso natural com o povo, criando oportunidades inesperadas para testemunhar, portanto, o povo anfitrião é quem define o fabricante;
3. Longevidade: Visto de negócio ou trabalho oferece segurança. Quando partidos fundamentalistas dirigem, geralmente não renovam o visto missionário;
4. Flexibilidade: Quando acontece algum conflito natural, o Tentmaker tem um fundo para ajudar imediatamente a comunidade;
5. Viabilidade da evangelização: Em muitos países não cristãos olham os missionários com desconfiança, porém, os Tentmakers são vistos como pessoas que investem na comunidade prestando serviços, educação ou empregando moradores. É oportunidade para explicar sobre o evangelho;
6. Evangelização natural: O local de trabalho é um cenário aberto e natural para olhar as atitudes e a revelação do nosso caráter;
7. Evangelismo focalizado: O Tentmaker escolhe a melhor estratégia para aumentar a capacidade de atender as necessidades de chegar às pessoas;
8. Evangelho comunitário: O Tentmaker gera empregos, presta serviços e melhora a educação dos moradores locais e estas atividades criam pontos criam pontes com a comunidade, abrindo portas para testemunhar em grande escala;
9. Gerar empregos aos missionários: Gerir uma ong ou empresa dá oportunidades para mais missionários entrarem no país;
10. Recursos financeiros para o trabalho missionário: Em geral, os Tentmakers ganham mais dinheiro que os missionários tradicionais, com exceções. Além disso, tem menos custo à igreja do que outro grupo. Se os negócios geridos pelos missionários forem bem-sucedidos, eles podem ser um canal para financiar seus ministérios e apoiar um trabalhador estrangeiro ou local;
11. Vasta experiência para aprender: Tentmaking atrai diversos profissionais e organizações, que utilizam para expandir mais recursos;
12. É um exemplo: Missionários que trabalham são exemplos de algo que está perdendo no ocidental - a santidade no trabalho. Os Tentmakers fornecem um modelo de trabalho positivo aos moradores locais, um modelo de fé real e viável, e dão aos

cristãos uma perspectiva equilibrada de como é estar no mundo e não ser. Mostra como a comunidade cristã deve trabalhar e testemunhar;

13. Reduz a dependência: O Tentmaker pode diminuir entre os convertidos a dependência da equipe missionária estrangeira e ajudá-los a trabalhar por si mesmo;
14. Abençoa a nação: Na visão do país anfitrião, o Tentmaker produtivo contribui para a construção da nação, e essa situação é benéfica para todos e cria oportunidades naturais para testemunhar sobre Jesus;

O tipo de preparação e treinamento que este modelo de envio missionário exige é diferente de um modelo tradicional, devido a forma de se entrar e os caminhos de se conviver na sociedade local também serem diferentes, contudo, antes de ir para o exterior, é importante que o candidato tenha uma certa responsabilidade local, como Jesus disse: Não vos compete conhecer tempos ou épocas que o Pai reservou pela sua exclusiva autoridade; mas recebereis poder ao descer sobre vós o Espírito Santo, e sereis minhas testemunhas tanto em Jerusalém como em toda a Judéia e Samaria e até aos confins da terra. (SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL, 2011, p.1095). Neste contexto, Jesus definiu uma ordem de como deve ser estendida a propagação do evangelho, geograficamente, Jerusalém é a Capital de Israel, Judéia e Samaria são as duas regiões controladas pelo Estado de Israel e Confins da terra tem o sentido de territórios mais distantes como os extremos dos Continentes Americano, Asiático e Oceania. Seguindo essa referência, Patrick Lai (2005) recomenda que antes de exercer o chamado no exterior, cumpra uma carga horária no bairro, cidade e região onde mora, como por exemplo:

1. Estar ativo na igreja: A comunhão na igreja é muito importante, participar das reuniões é uma oportunidade de ouvir a voz de Deus, de ler a Bíblia e estar em união com os santos, encorajando uns aos outros, como diz o autor do livro de Hebreus.
2. Estar sendo discipulado: Um dos ambientes onde o caráter é forjado, onde há direcionamento e onde as decisões são tomadas de forma mais racional e de acordo com a palavra de Deus é no discipulado, quando alguém mais velho e experiente está mentoreando e auxiliando alguém mais novo.
3. Estar envolvido ou liderando algum ministério: Ter um ministério dentro da igreja permite que tanto líderes quanto membros observem os dons. Quando as pessoas veem nossa contribuição para a igreja, passam a ter confiança que poderemos servir a Deus em outros lugares.

Esses três fatores citados são essenciais na caminhada de qualquer Cristão, sendo ele um Tentmaker ou exercendo qualquer outro chamado ou direcionamento, tendo responsabilidades com outros irmãos, com o discipulado e com a igreja demonstra não uma garantia, mas mostra um amadurecimento na mente e no coração do Cristão. Saindo de um contexto local e indo para um contexto específico de preparação, Patrick Lai (2005) recomenda que o candidato desenvolva as seguintes habilidades;

1. Treinamento Transcultural: A pesquisa mostra que 65% frequentaram seminário ou escola bíblica, 78% fizeram curso de treinamento missiológico, 80% fizeram missões de curto prazo e 55% fizeram treinamento do idioma, 30% fizeram os quatro;
2. Minистраção a Estudantes Internacionais: Relacionamento é gerado, de forma natural, relaxada e familiar, promovendo um senso de unidade e de igualdade entre pessoas de países diferentes, segundo motivo é que ganha-se um status por ter amigos internacionais. Muitos estudantes internacionais são de classe alta, seus amigos e parentes no país de origem podem ser valiosos aliados no aprendizado da língua, para encontrar casa, começar um negócio e até na obtenção do visto. Terceiro motivo é que o amigo será duplamente grato por aprender sobre Jesus e ver a prática através da vida do fazedor de tendas;
3. Experiência de Trabalho: Além da formação, é importante o fazedor de tendas ter a experiência de trabalho, geralmente é o que justifica a entrada de pessoas nos países, pois é uma profissão escassa naquele contexto e o profissional de outro país sabe como desenvolver a habilidade profissional, a pesquisa aponta que 89% trabalharam por um ano ou mais antes de mudarem para o exterior, dos quais 11% geriram seu próprio negócio. O fazedor de tendas deve aprender a trabalhar e fazer isso bem.
4. Experiências Transculturais: É desejável que o candidato tenha experiência em evangelismo, discipulado e plantação de igrejas. Trabalhadores que “regularmente faziam visitação pessoal, evangelismo no campus ou de casa em casa” antes de partir provaram ser mais efetivos.

Há também oportunidades que o candidato pode aproveitar para desenvolver até que chegue o momento de exercer o chamado de Tentmakers, como por exemplo:

1. Experiência de curto prazo: Ir em uma viagem de curto prazo proporciona uma prévia do que estar falando de Jesus em outra cultura, vivendo em uma sociedade de costumes diferentes da cultura de origem do candidato, além de proporcionar um envolvimento em diversos compromissos de uma ou duas semanas com a sociedade local;

2. Estágio: Dez semanas possibilitam, no mínimo, um mês de ministério ativo para que o estudante experimente a vida e o trabalho transcultural, teste a si mesmo no ministério e experimente Deus de novas formas;
3. Treinamento especializado em fazer tendas: O treinamento deveria ser feito no contexto de uma comunidade, pois o alvo final do evangelismo, discipulado e plantação de igrejas é construir uma comunidade cristã. Bons fazedores de tenda vão além de plantar igrejas para transformar a comunidade. O treinamento deve incluir habilidades empreendedoras para iniciar e liderar um negócio lucrativo e deve equipar o candidato para um ministério frutífero e para um crescimento espiritual contínuo.

Com isso, entende - se que Tentmaker é alguém com muita convicção do seu chamado e com muito amor aos povos não alcançados, visto que está disposto a se especializar dessa maneira. É alguém que apresenta um currículo ilustre em qualquer empresa ou organização. Um Tentmaker é alguém que decidiu usar toda a sua educação em graduações, MBAS, mestrados ou doutorados, alguém que usa toda a sua experiência e expertise de mercado para avançar o Reino de Deus nos lugares mais inóspitos do mundo.

2.2.2 CHRISTIAN MICROENTERPRISE DEVELOPMENT

Partindo para uma modalidade financeira, David Bussau trabalhou durante 25 anos em mais de 60 países desenvolvendo programas de micropresa. Russel Mask também exerce bastante influência na área, sendo o Coordenador de Microenterprise no Chalmers Center for Economic Development at Covenant College. Ambos potencializando o modelo atualmente.

Segundo Bussal et al. (2003), há 5 atributos que formam a missão e a visão de uma Organização CMED:

- CMED entende que o relacionamento pessoal com Jesus como Senhor e Salvador é fundamental para que a pessoa se torne aquilo que Deus deseja que ela seja;
- Reconhece que as visões de mundo antibíblicas, tanto dos ricos quanto dos pobres causam mais pobreza e opressão no mundo;
- Reconhece que a igreja local é a principal instituição que Deus escolheu para avançar sua mensagem, com isso, os programas cristãos de desenvolvimento de micro empresa devem servir a igreja;
- CMED busca capacitar as comunidades não apenas para satisfazer suas necessidades básicas, mas desenvolver também elementos econômicos, sociais, psicológicos, políticos e espirituais, atuando de forma holística;

- CMED aborda a natureza da opressão e da privação na vida dos pobres, não sendo apenas econômica, mas de forma multidimensional, causado por escolhas pecaminosas e cosmovisões antibíblicas. A privação se manifesta aprofundando a miséria e o sofrimento, incluindo a pobreza, fraqueza física, vulnerabilidade, isolamento, impotência e relacionamentos rompidos com Deus, consigo mesmo e com o próximo.

Bussal et. al (2003) também desenvolve algumas visões norteadoras para as organizações, sendo elas: Visão de Desenvolvimento, Visão de Sustentabilidade e Visão para Igreja local.

A visão é muito importante para os programas cristãos, visto que os doadores seculares e os padrões de sustentabilidade alavancaram a indústria de MED, com isso, criando tensões entre o equilíbrio da transformação espiritual e a sustentabilidade do programa. A visão de desenvolvimento de uma organização, não pode haver apenas uma transformação social através de ações amorosas, se não, pessoas de outras religiões serão “transformadas” sem terem passado por Jesus. Por isso, na visão de desenvolvimento deve haver a transformação através de um relacionamento com Jesus, isso garante que todo o trabalho, seja ele o MED ou microfinanciamento, sejam parceiros bem claros no evangelismo, estimulando a conversão, crescimento no discipulado e o fortalecimento da igreja local.

A visão de sustentabilidade é fundamental, pois antecipa o planejamento do pagamento dos serviços e desenvolve estruturas e sistemas organizacionais para o sustento a médio e longo prazo. Mesmo com planejamento, a sustentabilidade não é fácil de obter. Programas cristãos tem o desafio maior de conseguir equilibrar a sustentabilidade e a sobrevivência das prestações de serviços transformadores aos pobres. Como as organizações dependem de financiamento de doadores seculares, se não conseguirem se equilibrar irão acabar focando em satisfazer a indústria dominante, ou seja, apenas a prestação de serviços financeiros com a recuperação completa dos custos. Se houver uma base de apoio cristão de doadores privados e fundações que financiam a carteira de empréstimos e o apoio a transformação espiritual, os ideais de CMED não são comprometidos, e assim há uma combinação equilibrada de doações cristãs e seculares.

Com relação a igreja, os autores afirmam que há uma lacuna grande entre esses atores, visto que muitas igrejas consideram as instituições de microfinanças (IMFS) “apenas negócios”, não como ministérios. Por outro lado as IMFS e MED percebem que as igrejas não entendem as questões e complexidades do programa, muitas até desistindo de uma parceria com as igrejas. Alguns programas de maior dimensão ainda enfrentam a dificuldade de operar

entre os mundo dos doadores seculares e doadores cristãos. Os doadores seculares geralmente são bem minimalistas em suas metas e não concordam que o programa use seu fundo para ações “espirituais” como evangelismo ou discipulado, já os doadores cristãos querem que seus fundos tenham impacto na pregação do evangelho com os pobres e no crescimento da igreja local.

Com isso, se percebe que a modalidade é complexa, envolvendo o conhecimentos financeiros específicos para que se coniga sustentar operações para quem precisa, como um gancho para o testemunho sobre Jesus.

2.2.3 FREEDOM BUSINESS

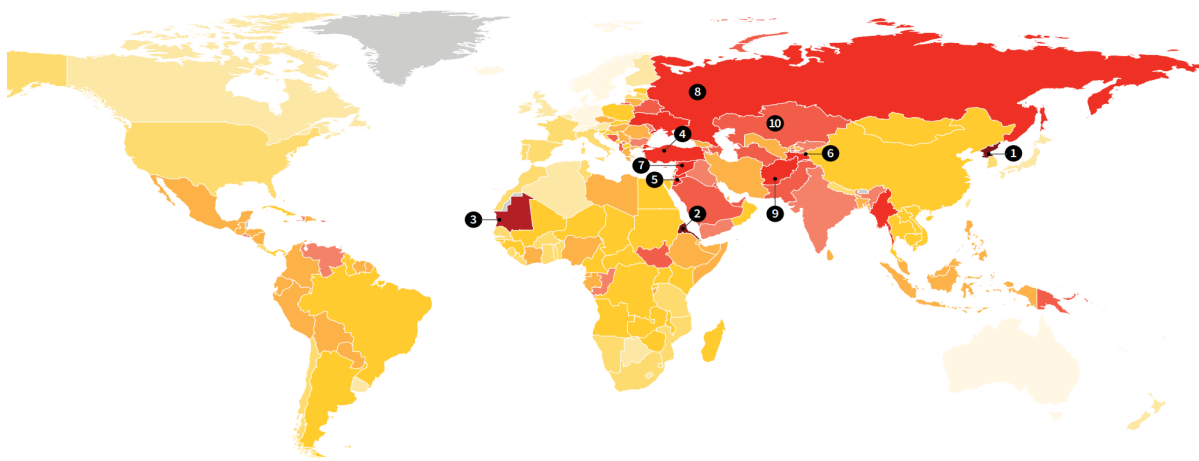
Figura 13: Escravidão Moderna.



Fonte: Walk Free, 2023.

Com relação a contextos de exploração, segundo o relatório anual da Walk Free - Organização internacional de direitos humanos que foca em estatísticas da Escravidão Moderna - O termo Escravidão Moderna é bem genérico sendo utilizado para falar de diferentes crimes contra o indivíduo, mais especificamente de três: Trabalho forçado, Escravidão e práticas semelhantes e Tráfico humano. Especificamente de tráfico humano, existem dois tipos: Tráfico para exploração sexual e/ou de trabalho, quando envolve situações de exploração sexual, servidão doméstica ou as piores formas de trabalho infantil. Existe também o tráfico para escravidão e práticas semelhantes, quando envolve situações de casamento forçado, servidão por dívida e/ou crianças diretamente envolvidas em guerras ou quaisquer outros conflitos armados.

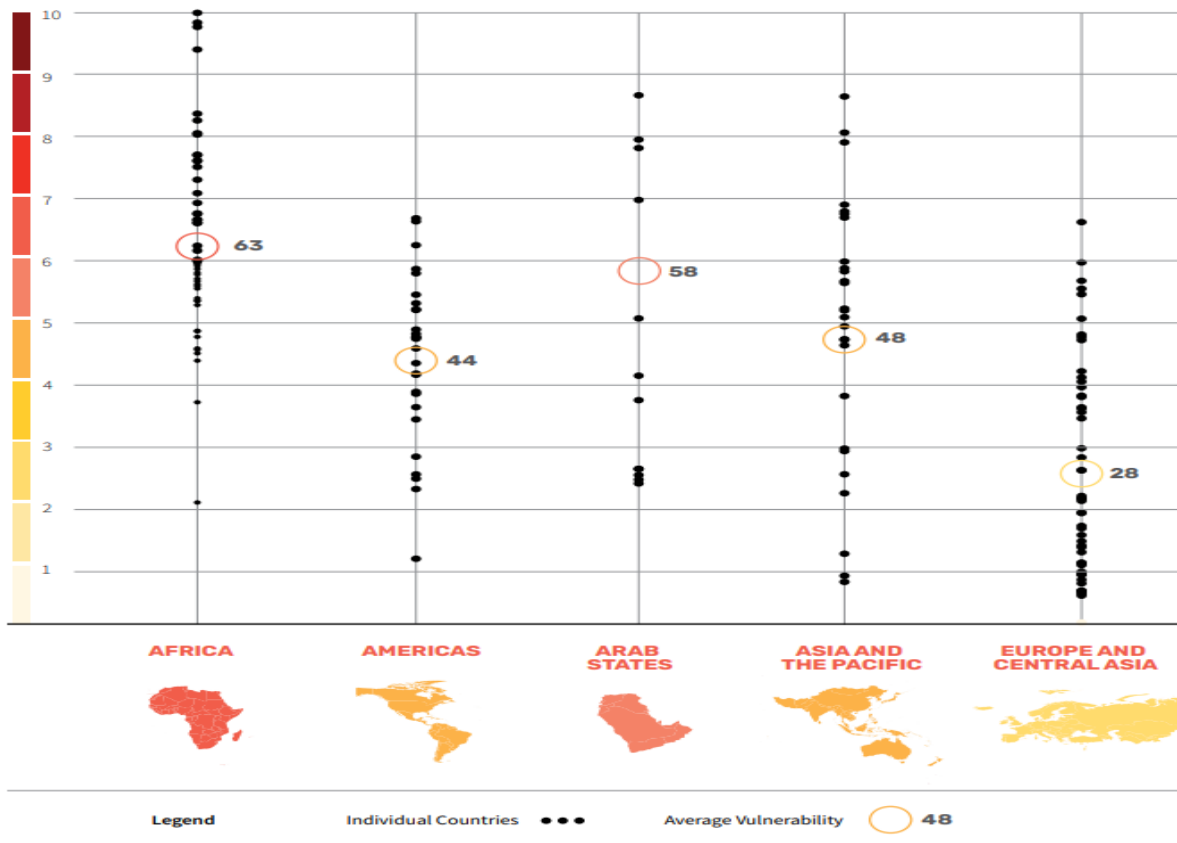
Figura 14: Prevalência estimada para cada 1000 habitantes.



Fonte: Walk Free, 2023.

Dos 10 países onde mais acontece escravidão moderna, 8 estão localizados na Janela 10/40, por ordem de classificação, o país onde acontece mais escravidão moderna é a Coreia do Norte com prevalência de 104.6, em segundo lugar é a Eritreia, com 90.2, terceiro país é a Mauritânia com 32, quarto país é a Arábia Saudita com 21.3, quinto país é o Tajikistão com 14, sexto país é o Emirados Árabes Unidos, sétimo e oitavo país é o Afeganistão e o Kuwait.

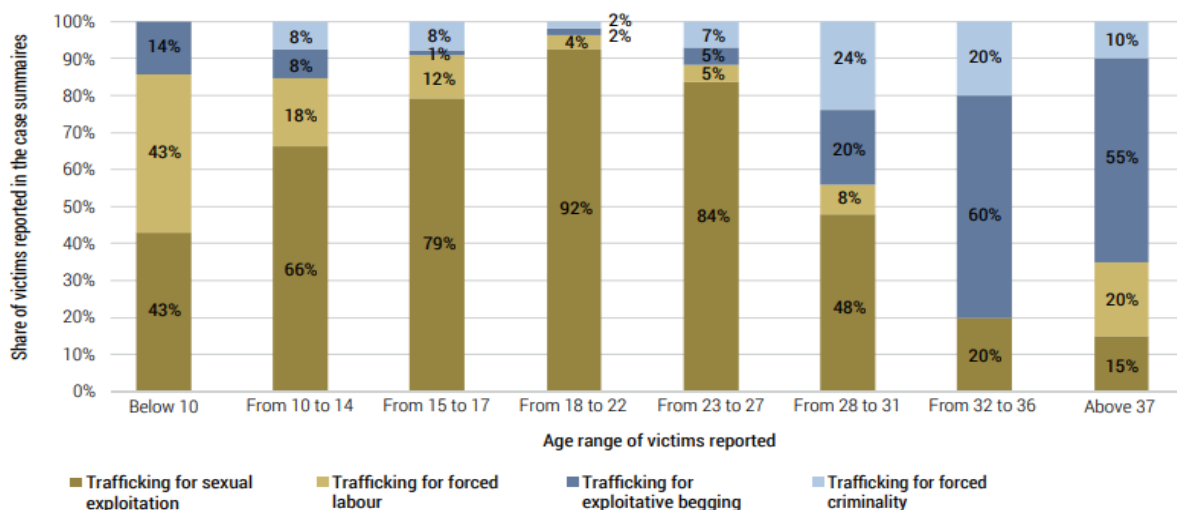
Figura 15: Nível de Vulnerabilidade por Região



Fonte: Walk Free, 2023.

Segundo o gráfico, percebe-se que a África apresenta a maior média de vulnerabilidade, com 63, seguido dos Estados Árabes e a Ásia e Pacífico com 58 e 48. Os 3 continentes também apresentam os países com as maiores taxas.

Figura 16: Vítimas do tráfico por faixa etária e forma de exploração entre 2012-2020.

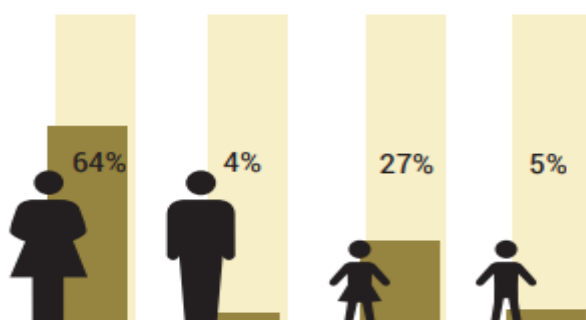


Source: GLOTIP collection of court case summaries and Sherlock Case Law Database.
* Based on 335 reported cases of trafficking involving 343 child victims and 222 adult victims that concluded with a conviction between 2012 and 2020.

Fonte: Escritório das Nações Unidas sobre drogas e crime, 2022.

Segundo o relatório divulgado em 2022 pelas Nações Unidas sobre o tráfico humano, há uma crescente de crianças abaixo de 10 anos até jovens de 22 anos de idade que são traficados para a exploração sexual, enquanto uma decrescente de crianças abaixo de 10 anos até jovens de 22 que são traficadas para o trabalho forçado, contudo, este crime é mais frequente com crianças abaixo de 10 anos. A estimativa cresce a medida que as pessoas vão envelhecendo. Há também um crescente exponencial de adultos de 23 aos 36 anos que são traficados para criminalidade forçada, assim como uma alta taxa de crianças abaixo de 10 anos para este fim.

Figura 17: Vítimas detectadas do tráfico de exploração sexual por faixa etária e sexo.

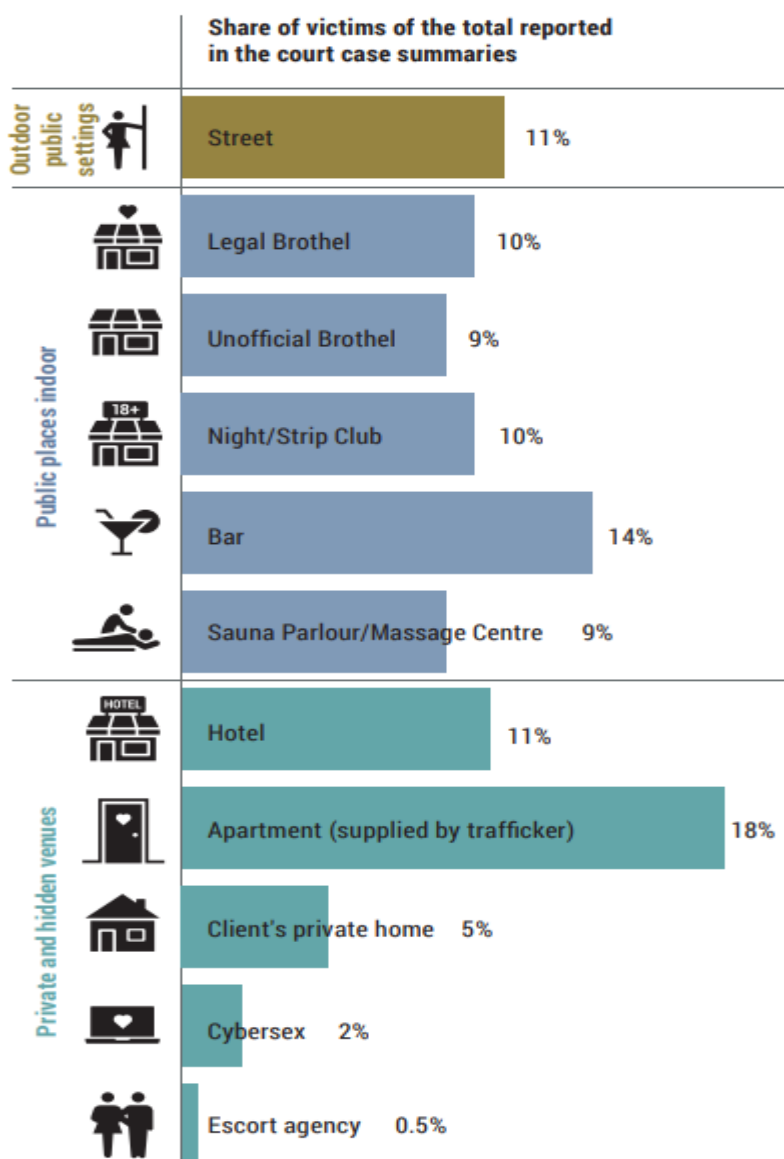


Source: UNODC elaboration of national data.
* Based on 14,055 detected victims of trafficking for sexual exploitation whose age and sex were reported in 104 countries.

Fonte: Escritório das Nações Unidas sobre drogas e crime, 2022.

Partindo do contexto geral e detalhando especificamente a variante de tráfico de exploração sexual, segundo o relatório, das 14,055 vítimas detectadas em 104 países, 91% são mulheres, sendo que 27% delas são meninas. 9% são homens sendo 5% deles sendo meninos.

Figura 18: Vítimas traficadas por intermediários / onde a exploração ocorreu de 2012-2020.



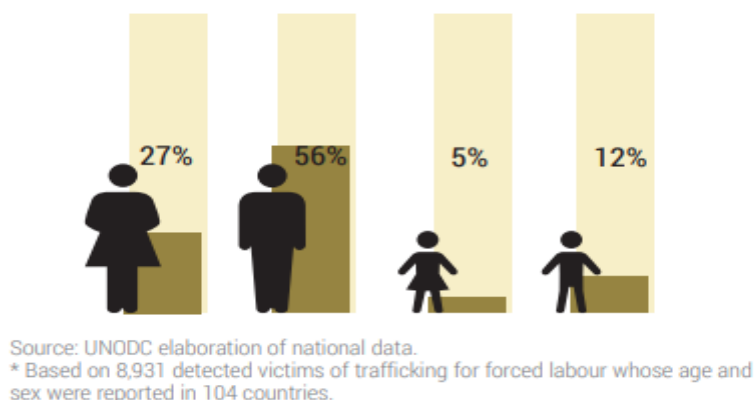
Source: GLOTIP collection of court case summaries and Sherlock Case Law Database.

* Based on information involving 2,127 victims of trafficking for sexual exploitation reported in 351 cases that concluded with a conviction between 2012 and 2020.

Fonte: Escritório das Nações Unidas sobre drogas e crime, 2022.

O lugar onde mais acontecem as explorações sexuais são apartamentos particulares fornecidos pelos traficantes, logo em seguida os bares são os principais locais onde os intermediários as mulheres para o serviço. Em terceiro lugar são hotéis e lugares públicos como ruas. Além de bordéis, sendo legais ou clandestinos, casas de strip, salões de sauna ou centros de massagem.

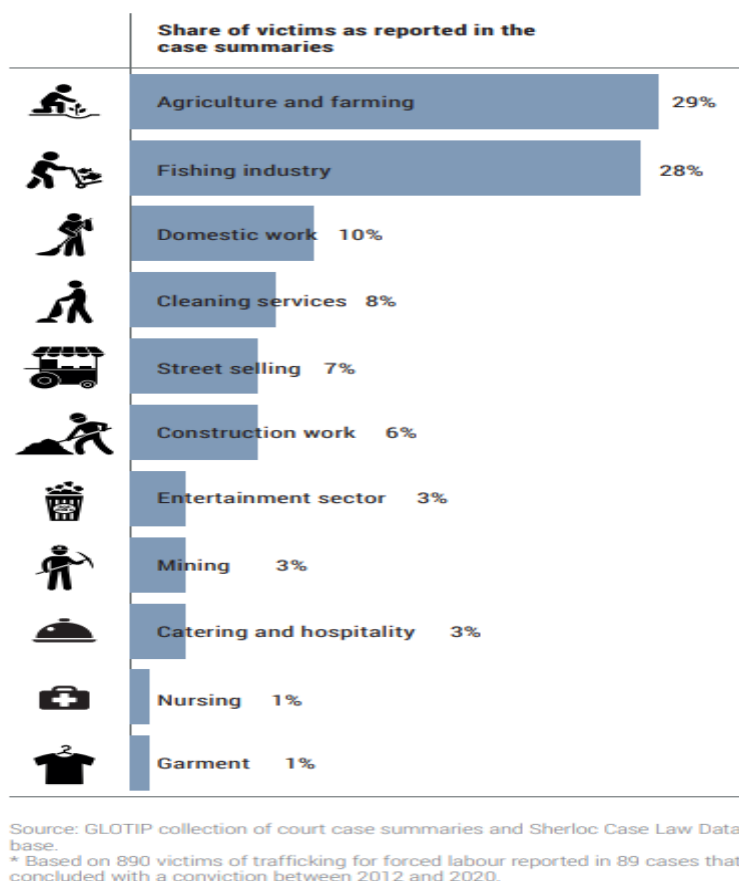
Figura 19: Vítimas detectadas do tráfico de trabalho forçado por faixa etária e sexo.



Fonte: Escritório das Nações Unidas sobre drogas e crime, 2022.

Detalhando especificamente a variante de trabalho forçado, de 8,931 vítimas detectadas nos 104 países, 68% são homens, sendo que 12% deles são meninos. 35% são mulheres sendo 5% delas meninas.

Figura 20: Vítimas traficadas de trabalho forçado por indústria de 2012-2020.



Fonte: Escritório das Nações Unidas sobre drogas e crime, 2022.

As indústrias que mais exploram mão de obra oriunda do tráfico são a agricultura e pescaria com 29% e 28% cada, além de trabalho doméstico, serviços de limpeza e venda de rua, correspondendo por 25% do tráfico.

2.2.4 BUSINESS FOR TRANSFORMATION

Seguindo para uma das modalidades mais difíceis, segundo Patrick Lai (2015) existem prós e contras em utilizar um empreendimento como estratégia missionária. Os prós, por exemplo, começam com o fato do B4Ter ganhar o controle do tempo, pois com independência e flexibilidade ele se dedica na empresa, em discipular os colaboradores, tempo para a família e outras atividades. A empresa pode abrir caminho para outros missionários de diversos lugares do mundo obterem vistos e virem trabalhar juntos. Ser o Empresário permite também contratar as pessoas que Deus colocou no coração, abençoando elas com trabalho, renda e status, além de oportunidades de eles observarem a vida que ele tem com Jesus. Também, tem poder de decisão para investir os lucros na educação e treinamento dos funcionários ou em questões de justiça sociais ou em moradores locais carentes. Além disso, serem desafiados e surpreendidos todos os dias, o que faz com que a fé do Empresário amadureça e se fortaleça.

Patrick Lai (2015) também reconhece os contras, o fato de ser um início de um negócio demanda uma carga horária pesada, pelo menos nos 2 ou 3 primeiros anos, bem maior do que as 8 horas convencionais. Além disso, as flutuações dos negócios podem fazer com que o rendimento do Empresário seja instável, pelo menos nos 2 a 4 primeiros anos. Um contra também é o fato de não ser uma garantia que o negócio terá sucesso, mesmo que o plano de negócio seja muito bom.

Por isso também Patrick Lai (2015) deixa bem claro o risco da perda do dinheiro. Seja pedindo emprestado a amigos, parentes, ao banco, ou até mesmo o capital próprio, caso o negócio não dê certo, o dinheiro não retornará.

Ainda de acordo com o autor, existem 4 fases que o Empresário deve executar em ordem, para implementar um Business for Transformation, começando com Linguagem e Cultura:

O Empresário pode fazer evangelismo pontuais ou até mesmo algum negócio com a ajuda de um tradutor, mas se não tiver fluência no idioma local, não poderá constantemente discipular pessoas, conseqüentemente não estará contribuindo para a plantação de uma igreja. É importante investir tempo para aprender o idioma e a cultura para justamente saber o que está acontecendo ao redor. Em muitos lugares é importante aprender tanto a linguagem do coração quanto a linguagem comercial, a primeira é fundamental para se conectar com as pessoas e testemunhar de Jesus para ela, enquanto a segunda é fundamental para fazer negócios. Um dos motivos de ter fluência no idioma é justamente para não ser enganado ou cair em uma mentira de algum local, pois isso pode ter um prejuízo financeiro e social bem desagradável. Além disso, quando o estrangeiro sabe se comunicar na língua local isso

demonstra que ele de fato está colocando os objetivos dos locais acima dos seus, e isso passa confiança e segurança para com o povo, ele compreende o que passa na mente e nos coração das pessoas, demonstra transparência, demonstra que o Empresário se importar não só com aquele país, mas com cada pessoa daquela comunidade, e isso faz uma diferença muito relevante no relacionamento com os funcionários, colaboradores, fornecedores e amigos.

Patrick aconselha a não aprender o idioma na cidade que se quer abrir o negócio, mas ir para uma cidade próxima que tenha o mesmo dialeto ou que seja semelhante, passar um tempo ali como estudante errando e aprendendo, os habitantes locais serão mais flexíveis com um estudante do que com um Empresário, e também, uma vez que a comunidade reconhece como um estudante, é difícil compreenderem a mudança da identidade para Empresário, ainda mais sendo estrangeiro. Além do mais, aprender o idioma, liderar a família, juntamente com outras atividades e ainda estar abrindo um negócio, não é algo prudente de se fazer. Então, quando faltarem 3 a 6 meses para terminar o estudo da língua local, então começar a elaborar o plano de negócios na língua local, aumentando assim o vocabulário e as medidas práticas para iniciar a empresa, e então se mudar para a cidade desejada, já com a fluência. Essa fase da Linguagem e Cultura dura em média de 1 a 3 anos;

A segunda fase é a de Negócios: É a fase mais exigente das 4, pois é a fase que demanda mais horas de trabalho. Devido o negócio estar ainda no início e ainda não ter muita disponibilidade de dinheiro, a grande maioria do trabalho é feita pelos próprios donos do negócio, ou seja, o casal ou o casal com sua família. Até o momento onde o fluxo de caixa começa a melhorar e com isso ter condições de contratar outros locais, assumindo mais responsabilidades, promovendo a redução de horas do Empresário, permitindo que ele entre em uma fase mais natural e integrada de vida e trabalho. Essa fase em média dura de 3 a 4 anos.

A terceira fase é a Integração: É a fase onde o resultado de muito trabalho e muito caráter aprovado começa a aparecer. Não é apenas uma fase onde o Empresário administra melhor o tempo e aproveita mais a família por exemplo, mas é o momento onde se percebe uma maior abertura do evangelho através da empresa, pois esse tempo todo, fornecedores, colaboradores tem observado as atitudes do empresário Cristão, observado a forma como ele lidou com colaboradores corruptos que mentiram ou fizeram algum mal para a empresa, observaram a forma como o Empresário dependeu de Deus nos dias bons e ruins do negócio, observaram a bondade do Empresário para com os pobres, ouviram quando ele fazia orações pelas necessidades deles, observaram o zelo em pagar tudo em dia, observaram como persistiu em pagar o mal com o bem, depois de tanto observarem isso surge então a questão em saber

porque o chefe é diferente, perguntado isso diretamente. Então a oportunidade do testemunho surge de forma natural, onde o Empresário relata a mudança que Jesus fez nele, e o quanto se sente amado por Ele todos os dias, com isso, nunca poderia agir diferente com os colaboradores e que na verdade trata - os da maneira que é tratado por Jesus.

A fase da integração é a mais fácil, mas também leva tempo. As oportunidades surgirão à medida que observarem a vida do Empresário. Contudo, é muito importante que a iniciativa venha do local, em questionar, dessa forma a situação é vista como o Empresário respondendo a pergunta dele, não fica de uma forma como se ele estivesse tomando a iniciativa de verbalizar de Jesus o tempo todo, pois o local irá entender como uma afronta e provavelmente denunciá-lo para o governo local.

A última fase é a Frutificação: É a fase onde os locais entenderam e se sentiram amados por Jesus, perderam o vazio dos corações e decidiram se entregar a isso, querendo se tornar seguidores de Jesus. É aqui que a colheita é alcançada para ambos os resultados – lucratividade e vidas transformadas. Com várias pessoas se tornando seguidores de Jesus, tanto colaboradores, fornecedores e clientes, que o Empresário começa a organizar reuniões nas casas para que intencionalmente ele plante uma igreja para que os seguidores de Jesus possam congregarem juntos.

Patrick comenta que as vinte empresas da rede OPEN que operam há mais de dez anos, todas viram vidas transformadas e, algumas, centenas de vidas. Muitas das empresas continuam impactando suas comunidades de diversas maneiras. Algumas fundaram orfanatos, ou escolas, outras proporcionam educação para crianças de famílias carentes. Outras ainda empregam deficientes e marginalizados. Em algumas regiões, empregam locais que eram escravos de mestres satânicos, foram libertos, educados e empregados.

Logo, a Frutificação é o resultado de todo o trabalho e tempo investido na comunidade local, fazendo a diferença e evangelizando através das ações, através do modo de olhar, isso que faz toda a diferença. Patrick reitera que deve seguir essa ordem, pois se for misturados é muito provável que o negócio e o evangelismo falhem diversas vezes.

3. METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza aplicada, pois tem a intenção de gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Tem um objetivo exploratório, pois é aplicado em um contexto que ainda não é muito estudado pela ciência. É de abordagem qualitativa pois busca compreender a totalidade do fenômeno, mais do que focar os conceitos.

Os instrumentos de coleta de dados foram primeiramente de fontes secundárias através de pesquisa bibliográfica de livros produzidos por acadêmicos como C. Neal Johnson (PHD, 2011 e 2022) e Steven Rundle (PHD, 2003, 2009, 2011 e 2013). Diretores de Organizações Internacionais como Patrick Lai (2006 e 2015) e Mats Tunehag (2018) e Empresários como Michael R. Baer (2006, 2015), Mark L. Russel (2010) e Tetsunao Yamamori (2003) que relataram as experiências em suas empresas. Através também de pesquisa documental por meio de relatórios anuais, artigos e manifestos produzidos pelas respectivas Organizações.

Além disso, foram também de fontes primárias como entrevistas, estas foram elaboradas de forma semi estruturada, que consiste em perguntas abertas e fechadas. Foram entrevistadas 5 pessoas, sendo 3 Empresários, 1 Consultora e 1 Profissional formada atuando como Gestora de RH. Estes foram selecionados através de recomendações feitas por alguns Diretores de organizações brasileiras especializadas no envio de Empresários para povos não alcançados. As entrevistas foram online através de videochamada tendo uma duração média de 1 hora e 30 minutos. A entrevista foi guiada por um roteiro com perguntas pré-preparadas. O áudio foi registrado através do instrumento de um gravador de voz do celular, depois as entrevistas foram transcritas em um documento para serem analisadas, logo as respostas foram selecionadas e compartilhadas para este documento.

Quadro 1: Caracterização do Perfil dos Entrevistados.

Participante	BAM	Segmento	Região
Entrevistado 1	Kingdom Business	Cafeteria	América do Sul
Entrevistado 2	Business for Transformation	Restaurante	África Ocidental
Entrevistado 3	Business for Transformation	Construtora	Sul Asiático
Entrevistado 4	Freedom Business	Consultora de Design	Sul Asiático
Entrevistado 5	Tentmaking	Gestora de RH	Sudeste Asiático

Fonte: o Autor, 2023.

Abaixo segue o Roteiro da Entrevista, visto que Business for Transformation, Freedom Business e Tentmaking serem modelos que envolvem a saída do lugar de origem para atuar de forma transcultural em um Povo Não Alcançado, foram feitas 11 perguntas envolvendo o processo de envio e adaptações culturais ao novo ambiente e especificamente a experiência de evangelismo através da empresa/profissão, sendo estas:

1. Como você se sentiu chamado a integrar seus negócios com missões/evangelismo?
2. Como foi o seu envio com sua igreja local?
3. Quais são os requisitos que uma pessoa deve ter para exercer esse chamado?
4. Como foi o processo de liberação do visto?
5. De forma geral, como é exercer sua profissão em um contexto transcultural? com uma cultura, idioma, sociedade e governo diferentes do acostumado?
6. Como você testemunha de Jesus para seus fornecedores?
7. Como você testemunha de Jesus para os clientes?
8. Como você testemunha de Jesus para os colaboradores?
9. Como ocorre o discipulado com as pessoas evangelizadas?
10. Através dos evangelismos e discipulados, a empresa já conseguiu plantar uma igreja? se sim, como foi? se não, quais são as maiores dificuldades?
11. A empresa promoveu alguma ação social como “gancho” para o evangelismo?

Considerando que Kingdom Business é um modelo que envolve a atuação no país de origem ou no Povo Alcançado, que podem fortalecer as igrejas locais ou até mesmo finalizar em uma plantação de igreja, as perguntas de 2 a 5 não foram relacionadas para esse modelo.

A pergunta 11 sobre a promoção de ações sociais como forma de “gancho” para o evangelismo foi focada apenas para os Empresários, por entender que eles podem ter mais articulação para parcerias estratégicas com o governo ou ongs do que o Tentmaker.

As perguntas foram elaboradas em uma ordem onde primeiro contextualiza o entrevistado, com relação a sua vocação, sua saída do país, processo burocrático de entrada e adaptação na nova cultura, para depois saber como ele usou o seu negócio/profissão para evangelizar pessoas e plantar uma igreja para os novos convertidos.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Por conta das regiões onde os entrevistados estão sendo sensíveis à pregação do evangelho e perseguirem Cristãos, a identidade deles foi preservada, com isso, não será revelado o nome do entrevistado, o nome do empreendimento que abriu ou trabalha e nem o nome do país o qual está localizada a operação. Não serão revelados muitos detalhes dos países onde estão ou tipos de clientes ou quaisquer outras informações comprometedoras, apenas o necessário para fins de contextualização e caracterização. Para preservar a identidade, os entrevistados serão chamados de Empresário, Bamer, Sócio, Consultora e Gestora.

Para a melhor estruturação das análises as mesmas foram organizadas em quadros, cada um destinado a abordar uma pergunta específica da entrevista, de uma forma que as respostas estejam comparadas entre cada modelo para que se perceba as claras diferenças entre eles, em seguida os quadros foram contextualizados com a interpretação da resposta completa dada pelo entrevistado.

Quadro 2: Como você se sentiu chamado a integrar seus negócios/profissão com missões?

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“quando eu voltei da Turquia, eu conversei com minha esposa que seria uma estratégia boa iniciar ali a torrefação de café, botar o refugiado para trabalhar com isso e gerar a renda, assim nasceu a ideia	“[...] quando eu fui pro campo missionário [...] Lá onde eu estava por causa da pobreza e da perseguição religiosa as pessoas não vinham pra igreja, então Deus falou: Ó, então eu quero	“Aos 18 anos eu entro na universidade e me consagro novamente pra Deus, e eu entrando no vestibular falando: Deus, o que o Senhor quer?”	“ [...] Deus me falou assim: Eu não quero que você largue tudo pra me servir, porque tudo o que você tem foi Eu que te dei, tua faculdade, tuas oportunidades, os teus dons, tuas habilidades, todas as oportunidades que você teve de desenvolver suas habilidades foi Eu	“[...] por ser filha de pastor [...] eu perguntei pro meu pai: devo ir pro seminário e fazer um curso de teologia ou eu escolho uma profissão? e ele falou: escolha uma profissão, não vá pro seminário porque se Deus um dia vai te usar ele vai

de envolver o negócio café para servir a organização para ajuda de refugiados.”	que você comece uma empresa, comece um negócio.”		que te dei tudo isso, Eu não quero que você abandone nada disso pra me servir, eu quero que você traga tudo pra me servir.”	te usar através da sua profissão. Assim como Paulo na Bíblia [...] Deus vai te usar assim também.”
---	--	--	---	--

Fonte: O Autor, 2023.

Kingdom Business: O Empresário já estava envolvido com a obra missionária há mais de 15 anos, fundando a organização LAR - Levando Amor aos Refugiados, para cuidar especificamente dos imigrantes perseguidos. Voltando de uma viagem, ele compartilhou com sua esposa a ideia de expandir a atuação da organização através de uma cafeteria. Portanto, o casal começou a revender café e criando um bom relacionamento de negócios, em 2017 surgiu a oportunidade de abrir a cafeteria, sendo também um modelo para ser replicado em outros países como uma ferramenta missionária *“a gente já abriu a cafeteria pra ser um modelo a ser expandido no exterior; [...] a gente adotou os valores de Business as Mission, Negócios como Missão, pra viver na cafeteria, onde a gente tivesse a intenção de não só funcionar como uma excelente cafeteria, mas empregar o refugiado, gerar renda pro refugiado e também localmente evangelizar através da cafeteria”* O Empreendedor explica.

BAM 1: Segundo o entrevistado, ele estava se formando no curso de ciência da computação quando teve um encontro com Jesus. Após o evento ele trancar a faculdade e começar a estudar teologia, mas seguiu o conselho do seu Pastor, terminando o curso. Depois de formado ele começou a trabalhar na área e também servindo na igreja local, se tornando inclusive Pastor. Depois de um tempo ele foi para o campo missionário como Pastor, e percebeu que as pessoas não vinham para a igreja por conta da perseguição religiosa que havia no local. Foi quando Deus falou para ele abrir um negócio. Ele confessa que no início não sabia como fazer missões através de negócios, por entender uma dicotomia entre sagrado e secular. Depois de um tempo ele percebeu que um negócio gerava mais relacionamento do que uma igreja formal. *“[...] tendo um negócio aí tinha benefício de várias frentes que eu tava providenciando, gerando emprego, eu tava provendo de um serviço pra sociedade que era necessário, eu tava pagando os impostos, benefício pra cidade, e também tendo contato diário com os funcionários, coisa que não existia quando eu tinha uma igreja.”* o Empresário pondera.

BAM 2: O Executivo relata que aos 10 anos ouviu a mensagem de que Jesus Cristo tinha ressuscitado, como morava em Jerusalém ele foi visitar o túmulo e o túmulo estava vazio, e conta que aquilo se tornou uma realidade pessoal em sua vida. A partir dessa experiência foi naturalmente falando de Jesus em sua escola, na igreja, no bairro, se envolvia em movimentos cristãos, e confirma que sempre foi um cristão conhecido, e que não enxergava que havia uma cisão em sua vida. Também sendo influenciado pelo seu tio que era Professor, mas também Pastor e Missionário. Com isso, quando entrou na faculdade consagrou sua profissão a Deus e que vive testemunha de Jesus em seu dia a dia dentro da empresa, “[...] *no meu meio profissional, meu colega sabe quem Jesus Cristo é na minha vida e Deus que abre as portas ou fecha, então tem situações que você tá ali e a pessoa abre o coração e você apresenta o Caminho pra ela, [...] essa é uma das coisas que é integridade, então integrar aí é ser íntegro, o cristão ele é íntegro por natureza, a partir de que ele nasceu de novo ele não tem mais divisão, [...]*”. O Executivo relata.

Freedom Business: A Consultora esclarece que estava no meio da faculdade de design quando foi para uma comunidade ribeirinha no sul da Bahia visitar um casal de missionários que a igreja apoiava. Junto com o casal, se envolveu nas atividades evangelísticas com a comunidade e ficou impactada quando viu como as pessoas que conheciam a Jesus mudaram de vida e a de suas famílias e chegou a pensar que nada seria mais importante do aquele trabalho. A partir daquela experiência, ficou em dúvida se seria missionária ou designer. Até que mais tarde, Deus falou que todo o conhecimento que ela obteve na faculdade seria para usar isso na obra missionária. A partir disso ela começou a se preparar mais intencionalmente para exercer sua profissão em um contexto missionário. “[...] *eu fiz um seminário sobre Fazedores de Tendas, e aí tudo clicou né, que eu falei; Isso faz todo sentido pra mim porque eu sei que eu gosto muito da minha profissão e eu sei que foi Deus que me deu a capacidade de trabalhar nessa profissão. Então quando eu entendi que eu posso servir a Deus através da minha profissão eu falei: Isso é pra mim.*” A Consultora esclarece.

Tentmaking: A Gestora de Rh expressa que sempre teve o desejo de ser missionária e atuar fora do Brasil. Em um momento de sua vida onde ia escolher sua formação, decidiu se aconselhar com seu pai Pastor, que encaminhou ela para fazer faculdade e exercer algo profissional, comparando com o Apóstolo Paulo. A profissional começou na carreira começou como enfermeira antes de fazer cursos na área de gestão, e durante muito tempo focou integralmente em cursos e experiências profissionais, mas sempre com a esperança de usar isso na obra missionária. Depois de um viagem para o Canadá, já com o marido, ela encontra

uma organização no Brasil uma organização focada em preparar profissionais cristãos para compartilhar o evangelho em outras culturas fora do Brasil, faz o curso e ficou encantada com algo que falavam no treinamento: *“Tem países no mundo que não abrem as portas pro missionário, mas que abrem as portas pro cristão que é profissional e que aplica pra uma vaga, incluindo países islâmicos [...] eles preferem contratar um cristão do que um ateu porque um cristão ele tem uma fé e ele tem como discutir a fé dele com alguém, um ateu ele não tem fé em nada, então não permite que o muçulmano também evangelize [...].”* A Gestora de Rh expressa.

Quadro 3: Como foi o seu envio com sua igreja local?

BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
<p>“A nossa denominação, [...] tem um braço de missões, então eu conversei com eles e eles falaram: ó, temos [...] no mundo inteiro quem sabe você pode conhecer a [...] lá em Moçambique, já que eu falo português, lá em Moçambique tem uma missionária brasileira, você pode ir lá conhecer os projetos. Então eu saí da Polônia fui pra lá e foi lá que eu conheci a minha esposa,[...]”</p>	<p>“[...] a minha igreja local não encampou o projeto, mas deu uma ajuda de custo, então fez uma ajuda parcial, a igreja do meu irmão assumiu também, colaborou de igual forma e nós tínhamos irmãos na própria igreja que nos conheciam muito bem e complementaram o sustento de envio. Então oficialmente quem nos enviou foi a agência,[...]”</p>	<p>“Minha igreja me enviou as 3 vezes que eu fui, acho que a compreensão deles de BAM como modelo viável pra nações fechadas é muito diluído, algumas pessoas entendem bem, boa parte não, mas eles acreditam na vocação [...].”</p>	<p>“[...] foi tranquilíssimo porque a nossa igreja tem a visão de Negócios como Missão e de Tentmakers, quando a gente compartilhou que eu estava aplicando para vagas fora do Brasil [...], o Pastor da nossa igreja falou assim: Essa é a nossa visão de missões, e aí vocês vão ser os pioneiros para ensinar nossa igreja a enviar mais tentmakers em vez de missionários tradicionais.”</p>

Fonte: O Autor, 2023.

BAM 1: O Empresário conta que depois que conheceu a esposa, ambos foram conversar com as agências enviadoras sobre o novo país que Deus os estava chamando. Devido ao fato de ele ter sido enviado pela agência americana e a esposa ter sido enviada pela agência brasileira, e como não havia uma diretora global, ambos foram fazer uma parceria com as duas agências. Apesar de ser da mesma dominação, contudo a organização de formas diferentes de acordo com o país. Nesse processo, houve resistência das agências, inclusive o conselho sendo contra o projeto, mas, o casal tinha um bom relacionamento com o diretor do conselho, este quando foi orar sentiu paz no coração e direcionou a agência a apoiar o casal, permitindo assim que abrissem o negócio. No país local, já no cartório, o casal colocou várias opções de negócios: “[...] lá você pode colocar de tudo né, então eu coloquei, colocamos lá, consultoria, informática, colocamos hotelaria, importação e exportação e por último a gente colocou restaurante também né. Então foi assim que a gente fez, sempre prestando relatório para a missão, tendo acompanhamento né, falando que é isso que a gente tem em mente e tal.”

BAM 2: O Sócio relata que em 2006, um missionário veio conversar com igreja sobre a visão de Business as Mission, o casal não estava presente no momento mas um dos Pastores indicou eles para a missão, o qual posteriormente aceitaram. Naquele momento a igreja não entendeu que BAM era um projeto de Deus e ainda não apoiaram o local que ele iria ser enviado, recomendaram a fazer no Nordeste ou em Portugal que era onde a igreja tinha filiais, mas Deus estava direcionando para o País específico da ásia central e ficou muito triste porque quem envia é a igreja. alguns Pastores ainda falaram para não ir, pois era mais importante estar servindo na igreja local. Hoje a igreja e a liderança reconhecem a missão e estão mais abertos para essa modalidade. No momento o Pastor presidente reconheceu e posteriormente abençoou o casal.

Freedom Business: A Consultora explica que sua igreja reconheceu e a enviou, sendo que no início o Pastor presidente tinha motivado a ela a ter uma experiência em um país não alcançado fora do Brasil. A igreja também apoiou financeiramente e parcialmente, contribuindo com um percentual no orçamento, além disso também havia a prestação de contas. A missionária enviava cartas informativas mensalmente além de também conversar com algumas pessoas.

Tentmaking: A Gestora alega que a igreja reconhece BAM e Tentmaking como uma das melhores formas de envio, nada contra missionários tradicionais. A igreja deu todo o suporte em apoio e oração, contudo, por ser um trabalho com salário a igreja não precisa ficar dispondo de recursos financeiros para sustento, contudo a Gestora alega que isso é ruim porque como não tem esse compromisso financeiro às vezes esquece que tem duas pessoas da

igreja que estão no campo missionário e faz a prestação de contas. A cada 1 ou 2 meses um casal da igreja enviada faz um vídeo chamada para saber como os missionários estão e estes compartilham um relatório para a igreja compartilhar com os pequenos grupos sobre como tem sido falar de Jesus através da profissão, mas entende que a igreja poderia estar sendo mais intencional no cuidado. E também, reconhece da igreja brasileira em reconhecer o modelo: “[...] *mas realmente muitas das igrejas são: Ah não, é você está indo, mas você não é missionário entendeu? Hoje eles deixam você bem no limbo assim né, como se não visse realmente como uma missão.*”

Quadro 4: Quais são os requisitos que uma pessoa deve ter para exercer esse chamado?.

BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“[...] primeiro se forma no curso que você está, você precisa ter um curso superior e depois começa a trabalhar no ramo, no mundo, na profissão, na área para adquirir experiência de 2 ou 3 anos e depois então vamos conversar, por quê? o mundo já não tem a mesma aceitação do missionário tradicional hoje[...]”	“Respeito altíssimo para aquele que não é da tua cultura, [...] do teu nível intelectual, qualquer coisa sabe. [...] essa é uma das questões maiores de [...] você sentar no meio fio com o trabalhador que está descansando ali um pouquinho, empatia e não se julgar superior, [...]”	“Caminhar com a igreja no sentido da igreja entender o que é este tipo de trabalho, como isso funciona e a importância da igreja estar junto e apoiar porque afinal de contas quem envia é a igreja, e claro encontrar uma organização que caminhe junto com a igreja e você [...]”	“[...] quando você é um bom cristão, um excelente profissional, né, no seu país de origem e você entende que intencionalmente você pode testemunhar através da tua forma de trabalho, porque trabalho é adoração e ele glorifica a Deus e ele foi criado por Deus, aí você está preparado para ser um tentmaker, né.”

Fonte: O Autor, 2023.

BAM 1: O Empresário explica que a sociedade tem evoluído muito e com isso precisa-se preparar melhor, não adianta apenas ter uma graduação. Isso também tem acontecido no campo missionário, se graduar em teologia e fazer missões tradicionais não é mais bem visto, alguns países ainda toleram, mas a tendência é que não seja mais liberado visto religioso. O

Empresário comenta que esse modelo tradicional ele é bem recente, porque em toda a história o evangelho era compartilhado através dos crentes que iam se deslocando que eram carpinteiros, comerciantes ou professores, e que exercendo o trabalho no dia a dia compartilhavam sobre a história de Jesus e os seus feitos, de forma natural, logo, BAM é um resgate de como é o papel do cristão de compartilhar o evangelho aonde ele está. Então como primeiro requisito, ter uma fé integrada e entender que o trabalho é espiritual. “[...] *ter uma experiência profissional enquanto você está trabalhando já estar sendo sal e luz, já estar compartilhando de Jesus porque [...] quando você for em um contexto transcultural, [...] não vai ter essa briga interna do secular com o sagrado [...]*”. O Empresário explica.

BAM 2: O Sócio esclarece que antes de tudo precisa ser uma carta viva, pois a forma inicial de pregar o evangelho nesses contextos é não julgando e não sendo preconceituoso, pois o local irá “ler” tudo isso no estrangeiro, pois se ele não tiver oportunidade, nunca vai conhecer o evangelho. Além disso, ter disposição para deixar tudo para trás e obedecer a voz de Deus, pois ele prestava serviços para uma das maiores empresas do Brasil e a esposa tinha o emprego de um cargo alto em uma grande instituição, tinham uma ótima qualidade de vida, mas deixaram tudo para trás para falar do amor de Jesus em um povo não alcançado.

Freedom Business: A Consultora alega que, além das óbvias que no caso é ter uma profissão e ser muito bom nela, a Consultora foca nas responsabilidades espirituais, e alega que ter um bom discipulado, ter conhecimento, não necessariamente ter um grau em teologia, ter uma caminhada espiritual séria e principalmente, estar caminhando e servindo na igreja local, para que a igreja entenda BAM como um modelo bíblico, reconhecer e enviar e estar discipulando seu missionário, além de encontrar a agência que esteja em parceria com a igreja e fazendo a “ponte” entre o membro e o campo missionário.

Tentmaking: A Gestora comunica que o trabalho não é fruto do pecado, mas ele dignifica o homem e que também glorifica a Deus, e quando a pessoa ama trabalhar e dá um bom testemunho cristão no ambiente de origem dela, ela então está capacitada para fazer isso em um contexto transcultural, e que às vezes a igreja de forma geral entende partes disso, ou é um bom cristão mas não busca se profissionalizar ou é um bom profissional mas não busca um relacionamento diário com Deus, em um momento de reflexão bíblica, oração ou um tempo a sós com Deus. Em um contexto transcultural o ambiente é bem mais pesado e exige muito mais da pessoa, tanto em termos profissionais como em termos espirituais. “*a hora que você chega aqui como tentmaker numa cultura completamente diferente da sua, você vê que você depende ainda mais de Deus do que na sua cultura local e que você não está preparado, você nunca vai estar preparado completamente [...]*.” A Gestora comunica.

Quadro 5: Como foi o processo de liberação do visto?.

BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“[...] foi bem simples com visto de negócio também, é um país pobre então toda iniciativa de negócios é bem-vinda. Eles ajudam com o trâmite.”	“[...] um ano antes eu fui lá nessa reunião dos acionistas e eles falarem: não, você funciona, nós vamos eleger você, você está indicado. Porque no ano fiscal eu já tinha que entrar já com meu nome lá.”	“Como eu fui atuar como profissional consultora para a empresa, o meu visto era de negócios então eu tinha que ter uma carta convite da empresa, uma carta de uma empresa de suporte aqui, cada país tem suas regras[...].”	“[...] a empresa onde eu estou teve que provar que não existia uma mão de obra como a minha, assim, que não tinha mão de obra qualificada local e por isso eles precisavam me trazer. [...] Mas depois que as comprovações todas foram feitas o Governo liberou o visto de trabalho direto [...].”

Fonte: O Autor, 2023.

BAM 1: O Empresário conta que para abrir negócios nesse país, foi necessário entrar com o visto de negócios e lá, mudar para o visto de negócios. Não tem muita burocracia, o governo mesmo facilita o processo, visto que o país é pobre e sua população precisa de emprego, então qualquer iniciativa de investimento é liberada com facilidade.

BAM 2: O Sócio expõe que o processo começou quando um missionário convidou ele para o CEO da empresa, porque o responsável pelo cargo estava se aposentando. Ele aceitou a proposta e começou comprando cotas da empresa, se tornando acionista. Em uma reunião dos acionistas, foi formalmente acordado que ele seria eleito o CEO, com isso a empresa elaborou o convite para que o governo local soubesse da contratação do estrangeiro, com isso, emitindo assim o visto de business com validade de 2 anos, o qual posteriormente foi renovado. Dessa forma o Sócio poderia ter seu nome no quadro da empresa, visto que também era o ano fiscal, então já tinha que estar registrado, não tendo problema nenhum com alfândega.

Freedom Business: A Consultora esclarece que há uma tensão porque esses países são extremamente corruptos, mas neste país a burocracia não é algo tão rigoroso, pois ela conseguiu a carta convite da empresa que estava contactando ela e também a carta de uma empresa do país de origem. A Consultora destaca que tudo isso tem que ser legítimo, pois ela

de fato está prestando serviços relacionados a design para a empresa e tem como comprovar isso, o visto é algo muito sério e a legitimidade da função é vistoriada.

Tentmaking: A Gestora relata que o processo foi ainda mais complicado que o normal por ter sido na época do covid. Principalmente países mais tradicionais da Ásia e do Oriente Médio geralmente são muito rigorosos para liberação de visto de trabalho. Pelo o fato de o país ter uma alta taxa de desemprego eles preferem que os estrangeiros contratem os locais do que tragam mão de obra de fora, a não ser que seja muito especializada e que seja comprado que realmente não há aquela mão de obra disponível no país. O segundo problema para a liberação do visto foi o fato dela ser Brasileira, pois o Brasil não é um país desenvolvido e se for pra contratar alguém de fora, que seja dos Estados Unidos, Canadá ou Europa, que são regiões de primeiro mundo, logo, tem profissionais mais qualificados. O Terceiro problema foi a questão da profissão, pois ela é enfermeira de graduação, e no país haviam enfermeiros para serem contratados, contudo ela também tinha especializações e experiências na área do treinamento, desenvolvimento e gestão. Depois que tudo isso foi comprovado, o Governo local entendeu que não havia, de fato, aquela mão de obra no país e assim liberou o visto de trabalho. Foi um processo que demandou que toda a equipe de rh da empresa enviasse documentação, explicasse as especificidades para o Governo e bastante paciência, mas no final deu certo. Por isso ela recomenda: “[...] *you have to be highly qualified and you have to have that trust that you depend on that God will take care of the process, the visa and what is necessary for the trip.*”

Quadro 6: De forma geral, como é exercer sua profissão em um contexto transcultural? com uma cultura, idioma, sociedade e governo diferentes do acostumado?.

BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“[...] então, em casa por exemplo a gente já comia comida chinesa, taiwanesa, a gente conversava aqui em casa só o taiwanês. Eu cresci no contexto já multicultural, então	“[...] todas essas empresas recebem a visita uma vez por ano do [...] serviço nacional de inteligência, hoje ele tem outro nome. [...] eles vão atrás	“No contexto da vila, naquele caso era uma região predominantemente mulçumana e na cidade é um pouco mais eclético, muito mais presença hindu,	“Então chegando aqui [...] eu descobri que é muito mais sobre a minha dependência de Deus que mesmo com toda a minha capacitação

falando línguas diferentes, indo para os Estados Unidos depois para a Polônia, então essa questão transcultural eu já entendia [...].”	dos espiões [...] tem agentes de contraespionagem [...] vão procurar terroristas e o que você falou [...] é o terrorismo.”	mas um ou outro mulçumano, então tem essa diferença religiosa tremenda e no interior, apesar de todo mundo ter celular, alfabetismo é muito baixo [...].”	profissional é ele que me direciona, que me dá insights, que me capacita pra enfrentar as diferenças culturais, [...].”
--	--	---	---

Fonte: O Autor, 2023.

BAM 1: O Empresário refere que desde criança já estava imerso no multiculturalismo, e que a principal dificuldade é entender a sua própria cultura e no momento de ir para uma nova cultura, ser míope para a sua e entender que algumas coisas não tem muito a ver com certo e errado, mas cultural, não tentar impor a percepção pessoal do que é cultura, mas respeitar as diferença das comunidades. Um exemplo é a questão do horário, no Brasil e nos Estados Unidos que foram países que ele morou, há uma cultura de se chegar no horário marcado enquanto que no lá no País Africano isso não é levado a sério, mas não é errado, é cultural. Assim como emprestar dinheiro é parte dos hábitos diários dos locais, enquanto que nas Américas há uma restrição maior de forma geral. Com isso sugere: *“O ideal seria chegar e ter um tempo de aprendizado de adaptação pra aprender a língua, aprender a cultura, aprender as leis e depois então abrir o negócio.”*

BAM 2: O Sócio também relata que já estava acostumado ao contexto multicultural pois viveu no Japão e no Brasil ao mesmo tempo durante muitos anos da sua vida. Com relação ao idioma, ele não aprendeu, visto que a língua de negócios é o inglês e os outros sócios da empresa também eram estrangeiros, os colaboradores também falavam inglês. Com relação à cultura ele teve a mente muito aberta de não impor a cultura pessoal acostumada, mas respeitar a cultura local. No entanto, havia algumas pequenas igrejas na comunidade mas eram estrangeiras, recebiam influência do formato dos países enviados, o que não é ruim até um certo ponto, mas o ideal é um formato adaptado pela cultura local. A sociedade bem respeitosa. O governo é tradicional, radical e qualquer discordância é motivo para discussão, em algumas situações, ser diferente pode levar à morte. Em algumas províncias há um número considerável de Cristãos que trazem muitos benefícios, mas também gera muita rivalidade com os adeptos da religião local. Em uma semana ocorreu a queima de 15 igrejas em um dos maiores povoados. Os Cristãos não têm direito à educação, moradia e nem

empregos bons. O Sócio relata que todas as empresas com estrangeiros recebem a visita do serviço de inteligência nacional, eles verificam o desempenho do negócio e fazem uma vistoria sensível com os colaboradores para saber se o Cristianismo está sendo de alguma forma compartilhado, pois isso é considerado como terrorismo. Uma das perguntas que mais faziam para o sócio era o que ele estava fazendo lá, pois sabiam que era Cristão, e todas as vezes que iam visitar a empresa faziam essa pergunta. Não podem perguntar diretamente se era missionário ou se veio falar de Jesus, justamente porque era o Sócio, um dos donos da empresa, estava pagando os impostos de forma íntegra, gerando emprego e trazendo valor para a comunidade, então eram perguntas sutis. Assim como, o Sócio não poderia falar claramente a intenção de estar ali abrindo um negócio no país, pois o agente também pode emitir um relatório e autorizar a deportação do estrangeiro.

Freedom Business: A Consultora, por ter trabalhado em duas fábricas em dois contextos diferentes, esclarece que no contexto da vila, na fábrica que trabalhou as mulheres tinham sofrido alguns traumas como violência doméstica ou opressão religiosa, mas ainda não tinham sido traficadas ou forçadas à prostituição ou seja, ainda eram ingênuas por não terem passado por isso, mas estavam em grande vulnerabilidade, então foi um emprego como medida de prevenção, para que as mulheres e as filhas não passassem por essa situação. Na cidade, a consultora trabalhou em uma fábrica localizada em um bairro de prostituição, as mulheres que trabalhavam na fábrica tinham sido resgatadas dos bórdeis do bairro e de outro bairro de prostituição, então no caso já era mas uma ação preventiva, uma ação direta de contrato de vítimas e sobreviventes. Além disso, a região da vila era predominantemente muçulmana, enquanto que na cidade era mais hindu. No interior também há pouca tecnologia, educação e urbanização, estradas precárias, enquanto que na cidade há exposição e facilidade para muito mais recursos.

Tentmaking: A Gestora conta que devido a cultura ser diferente, que no primeiro ano de trabalho ela teve que reaprender como todos os conceitos que ela aprendeu se aplicaria no contexto da cultura local, pensando na formação e nas características da equipe. A impressão é a construção de uma terceira cultura sendo formada. Com relação a comida local ela conta que no início, por ser uma novidade foi tudo novo, mas depois de um tempo ela enjoou e já queria voltar a comer a comida que estava acostumada. A questão do idioma também não era a local, era o inglês, logo, ela teve dificuldade visto que são duas culturas tentando se comunicar no idioma que não é o materno, além dos sotaques diferentes confundindo a pronúncia. Por conta disso ela não sai para fazer evangelismo no trabalho, mas ela faz a diferença quando tem um conflito para resolver, ou quando está solucionando um problema,

quando está enfrentando um desafio ou está cansada, essa é diferença que abre oportunidades de ela falar de Jesus e conclui: “[...] e porque Ele muda a minha forma de ver o trabalho, de ver as relações, de resolver conflitos, aí eu posso compartilhar.”

Quadro 7: Como você testemunha Jesus para os fornecedores?.

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
<p>“Tá, mas eu tenho um café aqui muito bom. O seu café é um café cultivado pra ser café especial? Não. Então isso, o fornecedor ele já tem curiosidade. [...] Tudo isso provoca uma conversa dos porquê de trabalhar assim na contramão das outras cafeterias e isso acaba caindo em Jesus que é o único caminho, é o único que salva [...]”</p>	<p>“E ele falou: é realmente, está bem em conta né, um preço bem justo. Ele reconheceu né, aí ele falou assim: sabe, essa tua atitude é de um bom muçulmano, esse é o que um bom muçulmano deveria fazer. [...] mas você não é muçulmano né? Não, eu sou um seguidor de Jesus.”</p>	<p>“Bem, eu era Jesus. [...] Não, você é proibido de fazer, se você fizer ele é obrigado pela religião dele de ir e falar: ele fez. Proselitismo é proibido [...] Se ele perguntar, aí você responde o que ele perguntou, você não evangeliza.”</p>	<p>“[...] explicar a causa e o contexto da nossa empresa já é um testemunho. [...] que a nossa empresa existe pra promover a justiça e dignidade, entende, pra ele isso já é um choque. Dizer que a nossa empresa existe pra devolver dignidade pra mulheres que estão lutando pela liberdade.”</p>	<p>A Profissional não tem acesso aos fornecedores.</p>

Fonte: o Autor, 2023

Kingdom Business: Com os fornecedores, o Empresário relata que a estratégia é fazer tudo de forma muito ética, de realmente vender aquilo que é dito que é vendido, além de garantir a qualidade elevada do produto, se tornando uma referência local, e um negócio que é

diferenciado e referenciado gera mais credibilidade, sendo isso uma abertura para testemunhar de Jesus. Como é um cafeteria que vende cafés especiais, o café comprado com o fornecedor tem que ser um café que realmente foi cultivado para tal fim, outro exemplo comentado é que não é comprado produtos para revenda, com exceção de um produto específico, mas toda a operação é produzida pelo restaurante, para que assim mantenha a identidade da empresa. De forma geral, as outras cafeterias da cidade não trabalham dessa forma, e com isso o fornecedor tem mais facilidade, mas quando ele tem contato com a cafeteria ele percebe uma operação diferente. *“ele se interessa os porquês, porque ele tá acostumado a trabalhar de uma maneira como todo mundo e ele se dá conta que a gente não faz do mesmo modo, porque? que ele quer saber né, e essa é a nossa parte intencional de falar de Jesus.”* O Empresário relata.

BAM 1: O Empresário descreve algumas experiências. Apesar de ter aberto um restaurante, ele prestava de vez em quando consultoria em TI por ser formado na área. Por já ter prestado essa consultoria, um de seus fornecedores com quem comprava produtos importados o recomendou para um amigo dono de academias. Na hora de prestar o serviço, o Bamer cobrou um preço que era justo, sem negociar. Porque no país, há uma cultura onde os preços são cobrados primeiramente muito acima da média para que na negociação o valor vá diminuindo até que se chegue a um valor que ainda esteja acima do normal. O Empresário Cristão não fez isso, já cobrando um valor justo, sem negociar. Esse amigo reconheceu como uma atitude ética, com isso o Empresário pôde testemunhar que agia dessa maneira por ser seguidor de Jesus, aproveitando a oportunidade para falar um pouco mais sobre o Reino de Deus, além disso, este senegalês se sentiu à vontade para falar sobre sua rotina pesada de trabalho, a ponto de tomar remédio, o Bamer se importou e falou um pouco mais sobre que a paz que Jesus dar, não depender das circunstâncias, mas Dele mesmo, e no final aproveitou para fazer uma oração com o local. Outra experiência relatada foi com uma das fornecedoras de frutas que se chamava Daba. Frequentemente ele ia com ela comprar alguns insumos para o restaurante e sempre se relacionava de forma intencional, conversando sobre a família, sobre os negócios, mas todas as vezes ela se apresentava com raiva e ainda cobrando mais caro por perceber que ele era estrangeiro. Um dia ela estava mal, pois o marido estava com diabetes, tinha pressão alta e não podia trabalhar, sendo o sustento da venda das frutas a única renda e acabou comentando com o Empresário, nisso ele perguntou se podia orar pelo marido dela e ela aceitou *“Deus, traga uma cura aonde ele está agora, baixa a pressão né, os níveis de açúcar tal, que os remédios possam fazer efeito, mas principalmente abaixa a pressão e tal.*

Aí ela agradeceu e tal né. Uns dias depois fui lá. [...] Ela já veio com um sorriso: Nossa né, o meu marido está melhor graças a Deus.” a fornecedora ficou muito feliz e a partir daquele ficou mais aberta para ouvir sobre os ensinamentos de Jesus, pois viu que o Empresário era diferente. *“[...] testemunho primeiro né de fazer uma coisa bem-feita, com excelência né, fazer de uma forma que louva a Deus na transparência, sem querer aproveitar, [...]. Então quando chega alguém que não tá querendo passar a perna, que tem o fornecedor, o cliente em mente, o bem-estar dele, poxa isso muda.”* O Empresário descreve.

BAM 2: Pelo contexto do país ser bem rigoroso, contra o Cristianismo, o Empresário encontrou dificuldade em ter uma abertura para falar de Jesus, com os fornecedores por exemplo, a forma era dar bom testemunho, executar uma ética impecável e fazer negócios da forma mais certa possível, com isso, esperar que o cidadão local observasse essa diferença e perguntasse o porque ele ser daquela maneira. Mesmo quando havia essas situações, o Empresário não poderia discursar sobre Jesus, mas de forma cautelosa, responder o que foi perguntado, e posteriormente criar mais oportunidades de mostrar um caráter exemplar para que pudesse falar um pouco mais. Mas nunca diretamente. Outro exemplo era não entrar na cultura de suborno local. *“Você pode falar sobre bondade, você pode lançar iscas. A curiosidade da pessoa vai abrir a porta [...] Então, você não entra na questão da Bribe todo mundo vê, [...].”*

Freedom Business: A Consultora alega que o fato da empresa explicar que só está operando naquela cidade para cuidar de mulheres locais que são traficadas e exploradas, isso já deixa alguns fornecedores sensibilizados e curiosos de o porque a empresa se importar. Claramente, a liberdade de testemunhar sobre isso é gerada ao longo do tempo, depois de muito relacionamento e amizade com o fornecedor, é preciso confiança, discernimento, oportunidade e abertura, não é algo falado na primeira negociação. Ela também alega que ao longo do relacionamento com eles, é necessário não limitar o testemunho apenas na evangelização verbal, mas mostrar primeiro sem palavras a fé, os valores, trabalhar de forma honesta e íntegra, trabalhar perdão e expressar graça. *“[...] isso é evangelização porque isso é praticar os ensinamentos de Jesus. [...] como que uma empresa pratica a graça? Isso é falar de Deus entende? [...] isso é viver sua fé e praticar, [...].”* A Consultora alega.

Tentmaking: Por estar mais focada com os colaboradores, a Profissional não tem muito acesso aos fornecedores.

Quadro 8: Como você testemunha Jesus para os colaboradores?.

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“[...] os colaboradores estão nesse processo [...] a gente quer que ele participe do processo de evangelização então a ideia é que o colaborador seja um agente de compartilhar o evangelho, [...]”	“Então a gente tinha esse estudo bíblico, era de certa forma nossa igreja. A gente tinha louvor, oração, o estudo da palavra na segunda né, e de terça a sábado a gente antes do expediente, antes de abrir o restaurante a gente tinha um devocional com uns 15 minutos de devocional todos os dias [...]”	“[...] ele me ligou, ele falou: aconteceu isso isso aquilo e agora o que que eu faço? e tal, etc. né? Daí eu falei: olha você vai lá, confessa a verdade, fala a verdade, fala que você tentou resolver e não conseguiu e tal e fala a verdade e depois a gente vê.”	“Por que que a gente ta aqui, por que que a gente faz o que a gente faz, porque a gente acredita que essas mulheres têm valor, que elas são dignas, que elas merecem ser amadas e bem cuidadas, todo esse porque sempre foi muito explícito que é por causa de Cristo.”	“Então, eu me aproximo das pessoas no trabalho e falo: Ah, bora lá para casa pra gente, vou fazer uma comida brasileira se você quiser comer ou vamos fazer uma noite de jogos. [...] Então nessas conversas a gente acaba compartilhando a nossa fé, o que a gente acredita e por que que isso faz sentido.”

Fonte: O Autor, 2023.

Kingdom Business: O Empresário conta que todos os colaboradores são cristãos e missionários, eles não tem a intenção de contratar pessoas não Cristãos para que assim elas sejam evangelizadas dentro da cafeteria. Pelo motivo de que este negócio não tem esse movimento e rotatividade de funcionários, além de não fazer parte do formato proposto para o negócio, de ser um projeto piloto para expansão em povos não alcançados. “(a cafeteria) *é um piloto pra que missionários sirvam em campos de perseguição, locais difíceis, fechados, através da cafeteria, então seria o local onde missionários seriam os colaboradores, por isso que funciona assim, é proposital.*” o Empresário conta.

BAM 1: O Empresário comunica que a forma de evangelizar era fazendo cultos e discipulados com os colaboradores. Às segundas fazia cultos e de terça a sábado fazia uma reflexão baseado em algum tema bíblico com os colaboradores. Ele menciona que todos eram cristãos recém-convertidos, e ele entendeu que o foco era para fortalecer a igreja recém nascida, Apesar de o país não ser um estado islâmico rigoroso como outros países, contudo há perseguição, pois quando alguém declara que quer seguir a Jesus, são expulsos de casa, perdem o emprego ou sofrem algum tipo de abuso físico, por isso eles têm medo de divulgar. Portanto, havia alguns critérios de contratação, primeiro que tinham que ser africanos específicos do país, porque haviam africanos de outros países, mas o foco naquele momento era o país o qual estava inserido, tinham quer ser batizados, porque é uma confissão de fé pública, tinha que ser alguém que também já tinha falado pra família e que também frequentasse uma igreja local, mas o pessoal não ia muito, com medo. Existem também algumas Casa Lar, que são casas de discipulado, onde um casal missionário vêm para o país, aluga um espaço para oferecer moradia para jovens cristãos locais perseguidos, eles moram na Casa Lar e são cuidados pelo casal, tanto por ensinamentos bíblicos como também ensino de matérias da escola. Além disso, também ajudam na igreja local e também são cuidados pelo Pastor nativo. A perseguição acontece mais com o nativo, os estrangeiros têm mais liberdade, e pelo de ele ser o dono do negócio e estar pagando os impostos, o governo estaria mais interessado nesta questão.

O Bamer então fez uma parceria com uma Casa Lar para gerar emprego para os jovens, assim, acabou se construindo uma comunidade para o fortalecimento da igreja. Então, ele promovia comunhão e reflexões temáticas da realidade do africano como economia, poupança, dívida, saúde ou temas como mentira e confissão de pecados e o que a Bíblia diz sobre isso. Sobre este último, o Empresário conta que no início foi bem difícil, visto que o Africano tem uma cultura de vergonha, então não tem o costume de confessar uma atitude errada, mas ele começou a dar exemplos deles mesmo, errando no modo que falava com o filho menor quando estava estressado ou quando tomava alguma atitude errada, ele chegava nos devocionais com os colaboradores, confessava e pedia perdão para Deus. Com o tempo nesses devocionais, os colaboradores começaram a confessar seus pecados também, um pedia perdão por ter roubado a bicicleta que era da mãe e ter vendido para pegar o dinheiro, outro pedia perdão por dormir com uma mulher com quem não era casado, entre outros casos, e o Empresário agradecia pela honestidade e dizia que Deus tinha perdoado. Ele relata que os colaboradores ficavam aliviados e se sentiam mais felizes. *“Daqui a pouco outra falou: Ó, eu*

tenho algo pra confessar, eu roubei dinheiro do caixa. É, aí eu falei: Ó, obrigado pela sua honestidade né, Deus te perdoou e eu te perdoo. Então eu vi Deus agindo [...] só o Espírito Santo pra fazer isso, tocar no coração, ir contra essa cultura de vergonha pra fazer eles confessarem né.” O Empresário relata. Além disso, o Empresário viveu momentos de provisão junto com os colaboradores no estabelecimento, pois ele relata que quando chegava quinta ou sexta e alguns produtos ainda não tinham sido vendidos, por serem produtos com insumos de curto prazo de validade como por exemplo o cheesecake, tinha o risco de estragar. *“Não vai conseguir vender tudo, vai estragar, então o pessoal da cozinha orando. Daqui a pouco uma embaixada liga: Ó, me vê tudo o que vocês têm aí, surgiu uma festa aqui de última hora”*, Com isso eles observavam de forma prática como Deus responde as orações, e quem Ele era.

BAM 2: O Sócio pondera que estava treinando dois de seus Engenheiros para exercerem um trabalho de alta performance em uma das obras e chamou também um Engenheiro de outro escritório de outra província. Assim os 3 Engenheiros trabalhavam na obra durante a semana e o Sócio ia uma vez por semana fazer inspeções mais pesadas. O Engenheiro que veio de outra província não tinha família onde morava, então ficava na casa do Sócio aos fins de semana. Ao ver a Bíblia na casa do Sócio começou a fazer algumas perguntas e o Sócio poderia responder na Bíblia. E assim foi o relacionamento ao longo de 1 ano. Depois desse tempo, o Engenheiro foi cuidar de outra obra em um hospital, ele era o líder da equipe e um dia acabou não fazendo umas das atividades importantes que era para fazer. Sua chefe, que era Cristã, através dos relatórios descobriu o erro e questionou-o, contudo, ele mentiu. Se sentindo mal, ele liga para o Sócio e pergunta o que fazer, o Sócio aconselha ele a confessar e falar a verdade. Ele assim o faz. Sua chefe perdoou-o e ensinou-o a Palavra de Deus. Pois também conhecia o Sócio e conversaram sobre a situação. O Engenheiro voltou para a casa do Sócio e para se despedir, pois estava voltando para sua província. *“nós fizemos um jantar e ele falou pra minha esposa: eu quero ser igual o ... (nome ocultado) porque ele é um ótimo profissional, não mente, não aceita dinheiro e ele trata bem a senhora. Porque as mulheres e crianças no (país) é segunda categoria para os homens, é bronca, é chicote, maltrata, criança leva tapa na cabeça né, só porque incomodou.”* O Sócio pondera.

Freedom Business: A Consultora explica que todos os dias na empresa tem um momento de oração, leitura da Palavra e também cantam com as mulheres, não é forçado, visto que algumas são muçulmanas e outras hindus, mas eles fazem questão de mostrar o quanto amam essas mulheres através de Jesus, e reafirmam a identidade delas em Deus, sobre como Deus vê

essas mulheres, inclusive, algumas mulheres que trabalhavam vieram de bordéis locais, onde a consultora brevemente relatou experiências de ter andado por alguns bairros de prostituição local, muito álcool e cola na rua, locais muito pobres, sujos e insalubres, enquanto ela andava pôde olhar nos olhos e cumprimentar os locais, iniciando uma conversa. Nesses bairros ela entrou em alguns bordéis para dizer para algumas mulheres que elas mereciam um trabalho melhor e conversava um pouco mais e assim oferecia emprego na empresa onde trabalhava. Claro, sempre que ela fez isso estava acompanhada com outras pessoas mais experientes, seguindo protocolos de segurança e sendo cautelosa nas abordagens, pois é um ambiente perigoso. Com essas colaboradoras a empresa fornecia tratamento psicológico e de saúde e cuidado espiritual que muitas vezes era feito antes de elas trabalharem, e continuava durante o tempo de trabalho. A empresa também promovia treinamentos de Trauma Informed para a liderança e outros colaboradores missionários para saberem como lidar com pessoas desse perfil, seja com suas reações emocionais seja com seus gatilhos e saberem lidar com a situação. Além dos momentos devocionais, a Consultora também é intencional no dia a dia, contando uma experiência onde uma das mulheres estava responsável pela limpeza, e ela sofria de muitas traumas na vida e muitas sequelas na saúde mental devidos os abusos que sofreu, sendo um deles muito comum que é a dependência química do álcool, e a Consultora começou a cultivar uma amizade com ela, de dar atenção e de conversar, cultivando um relacionamento. Em um dessas conversas a moça começou a desabafar um pouco sobre suas questões e a Consultora foi se ofereceu para orar com ela: *“Olha vou orar pra que Jesus te liberte de tudo o que te impede de experimentar a vida de verdade. E Jesus curou ela, no dia seguinte ela não conseguia beber [...] ela melhorou em muitos aspectos e ela entendeu que foi Jesus que curou ela.”* A Consultora explica que depois daquele dia, foi criando ainda mais oportunidades de falar sobre o amor de Deus e mantendo relacionamento. Além disso, a Consultora relata a experiência onde o Gerente também foi convertido, os fundadores da empresa investiram bastante nele, de ir na casa, conhecer a família, orar junto, ser intencional na convivência e ele observava isso todos os dias, como os chefes tomavam decisões e oravam juntos e confiavam na sabedoria de Deus e depois de certo tempo de relacionamento e convivência e testemunho ele percebeu e falou: *“Jesus é Irresistível, Ele é o cara”*

Tentmaking: A Profissional esclarece que é comum chamar os colaboradores para uma noite de jogos ou um noite de refeições temáticas, e nessas conversas ela testemunhar sobre sua fé junto com seu marido, não evangelizar diretamente, quando os nativos ficam curiosos e perguntam um pouco mais, ela tem a oportunidade de testemunhar um pouco mais sobre os

princípios ou como certo tema é visto através do Cristianismo. Em uma das experiências ela chamou uma amiga do trabalho e esta acabou levando o parceiro para o jantar. Os casais acabaram conversando sobre filhos, visto que ambos não têm. A cultura do país é Daoista, muito Animista e principalmente Budista, com isso, há uma crença muito forte de culto e honra aos ancestrais, então é normal as casas e comércios terem um altar onde fazem oferendas para acalmar os espíritos dos ancestrais e não trazer malefícios para ele. O Parceiro da amiga era budista não praticante e vinha de uma família de budistas praticantes comentou que não pensava em ter filho porque não queria que o filho tivesse um carma e tivesse que ficar reencarnando, sofrendo para resolver os problemas da vida, que não queria trazer ao mundo uma pessoa que vai ter que sofrer para achar a iluminação. Com isso, a Profissional disse que não era o tempo de terem filhos, mas que queria entender a família como um propósito. “[...] *a gente quer ter um propósito, [...] pra criar um ser humano que creia no que a gente crê, que sirva a Deus, que tenha um propósito [...] porque filho pra gente, a gente falou: É legado, é propósito de vida [...].*” A Profissional esclarece. Com isso, ela traz um ponto de vista onde a família é vista como algo muito bom, na visão do Cristianismo Deus não define que é o homem que sofre para achar a iluminação porque Ele já enviou Jesus para sofrer pelos pecados da humanidade, mas Deus ressuscitou Jesus e a pessoa que crer é amada e cuidada por Deus, para que conduza sua família nesse amor também.

Quadro 9: Como você testemunha Jesus para os clientes?.

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“a gente oferece 12 tipos de métodos de preparo de café filtrado, a maioria de quem vai numa cafeteria não conhece isso, e ele quer saber qual o melhor	“[...] a gente já orou com um cliente, o cliente falando assim de problemas e tal e lá mesmo no restaurante a gente orava, [...].”	Sem resposta devido ao contexto de perseguição.	“Muitas dessas empresas não são cristãs [...] vinham [...] contratar esses produtos por causa desses valores anti tráfico humano [...]. E às vezes, essa aproximação permite conversas: Mas por que vocês	Sem resposta devido a Profissional não ter acesso aos clientes.

método né. [...] e isso ele já se interessa em conversar: Me ajuda a escolher [...].”			estão aí fazendo isso né? aí você tem a oportunidade de dizer: É por causa da nossa fé em Cristo.”	
---	--	--	--	--

Fonte: O Autor, 2023.

Kingdom Business: O Empresário relata que a cafeteria é toda formatada para provocar o relacionamento, uma das formas é aumentando o número de opções de tipos de café filtrado desconhecidos, fazendo propositalmente que o cliente não saiba escolher o que experimentar e levando a chamar o colaborador para tentar entender as diferenças entre os métodos e escolher as melhores opções, levando também o colaborador intencionalmente a se relacionar com o cliente até que a conversa caia em Jesus. Outra forma citada são as xícaras turcas onde são servidos os cafés, que também são louças que chamam atenção, estimulando uma emoção no cliente e contribuindo para iniciar um relacionamento com o cliente.

BAM 1: O Bamer afirma que houveram experiências onde o cliente expressou alguns problema que estava passando e que os colaboradores e até o próprio Empresário já oraram com o cliente para que ele se sentisse melhor. Além disso, havia uma série de serviços implícitos que levavam o cliente a se sentir bem dentro do estabelecimento, como o fato de já saberem o que tal cliente ia pedir, os colaboradores serem gentis, conversarem e darem atenção aos clientes, uma música bossa nova no fundo e um jardim na frente atrás do muro e tinha uma porta. Devido o país estar perto do deserto do Saara, há muita areia na cidade, gerando um clima bem seco, logo, quando entrava pela porta tinha uma impressão de estar em outro mundo, *“então quando você entra assim vê um outro lugar, uma outra paisagem e o pessoal falava: Ó, não é só o jardim não, tem alguma coisa aqui que a gente sente.”* Isso contribuía para iniciar um relacionamento com o cliente.

BAM 2: Sem resposta devido ao contexto de perseguição.

Freedom Business: A Consultora pontua que a empresa que trabalhava foi muito importante para a denúncia do tráfico humano, denunciar que a corrupção permite, que o governo local permite e que a polícia também é corrompida. A empresa é uma fábrica de bolsas e camisetas customizadas e muitas grandes empresas de eventos fechavam pedidos com a fábrica por cont desses valores anti tráfico humano, sem saber que a empresa era Cristã. Ao longo dos relacionamentos entre as empresas surgia o questionamento de qual a motivação da empresa

em trabalhar dessa maneira e então surgiu a oportunidade de testemunhar de Jesus. Logo, a empresa exercer uma causa de justiça social é uma interface para não cristãos.

Tentmaking: Sem resposta devido a Profissional não estar em uma função acessível aos clientes.

Quadro 10: Sobre a plantação de igrejas através dos negócios/profissão.

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“[...] (a cafeteria) era uma cafeteria-igreja só que cresceu e aí não cabia mais dentro [...] e a gente alugou um galpão e hoje nós temos 250 pessoas”	“A gente não plantou uma igreja no sentido de ter um prédio, mas o que a gente fazia nas segundas [...] era a função da igreja. [...] o estudo da palavra, comunhão, oração, o louvor [...]”	Sem resposta devido ao contexto de perseguição	“Então no nosso caso a gente não fundou uma igreja, as meninas vão às igrejas locais, as que gostam, as que querem né e a gente faz parcerias com igrejas locais, encontra pastores que estejam dispostos a pastorear mulheres nesse contexto.”	“eu faço às vezes a noite de jogos aqui, eu trago os [locais] não cristãos [colegas de trabalho] e trago gente da nossa igreja pra estreitar relacionamento [...] acaba que eles se conhecem e [...] dessa forma a gente contribui para plantação da igreja local.”

Fonte: O Autor, 2023.

Kingdom Business: Os clientes estavam sendo evangelizado através dos colaboradores participando ativamente desse processo e paralelamente, havendo reuniões aos domingos para que os cristãos se reunissem como igreja, além das pessoas evangelizadas também frequentarem, dessa forma, o número de cristãos foi aumentando. Com isso, o Empresário definiu que as pessoas comesçassem a se reunir nas casas ficando apenas um culto público no último domingo do mês, mesmo assim, o número de pessoas começou a aumentar e não havia mais lugar nas reuniões de domingo. Então se viu a necessidade de alugar um espaço suficiente para que pudesse concentrar as reuniões dos cristãos e dos que estavam sendo evangelizados através da cafeteria. Ao final de 2018 o Empresário alugou um galpão e assim

plantou uma igreja na cidade e hoje conta com 250 membros. Não há mais cultos públicos dentro da cafeteria para que ela não venha a se tornar um point gospel e sim de resgate para pessoas conhecerem Jesus, o Empresário diz “(a cafeteria) *não é lugar pra atrair cristãos, é pra atrair não Cristãos*”

BAM 1: Já no BAM 1, o Empresário relata que já havia a essência de uma igreja nas segunda feiras quando reunia os colaboradores recém convertidos para tomarem café, louvarem, orarem e estudarem a Bíblia juntos. O Empresário relata que pensou em alugar um lugar, mas Deus falou que ainda não era o tempo, pois na sociedade daquele país ainda não existia paz, a igreja que existia ali, os seguidores de Jesus ainda não eram aceitos, logo, não fazia sentido construir algo permanente. Além disso, o contexto da população era violento com os cristãos, “*tanto que tinha outros missionários que tentaram construir e o povo vinha à noite e destruía ou então não alugava local pra fazer igreja pra ter culto*” o Empresário pondera.

BAM 2: Pergunta não respondida devida ao contexto do perseguição religiosa que o Empresário se encontrava.

Freedom Business: Nessa questão, a Consultora respeita muito a cultura e a identidade local da comunidade e defende um modelo onde a própria comunidade cria sua liturgia e não é influenciada por uma liturgia ocidental que as empresas ou instituições tentam reproduzir quando plantam uma igreja. “*ah elas querem ir pra uma reunião de oração no domingo então a gente faz uma reunião de oração no domingo, ah não, elas querem discipular na hora do almoço então a gente faz discipulado na hora do almoço, sem imprimir o nosso formato de igreja que é ocidental eurocêntrico. Então abrir uma igreja é um monte de pressuposições de formato*” defende a Consultora.

Tentmaking: A Gestora de RH afirma que a igreja começou há 6 anos atrás quando os donos do negócio que ela trabalha e mais alguns grupos cristãos estavam se reunindo e depois de um tempo eles abriram a igreja. Ela é ativa lá mas reconhece a dificuldade de os colaboradores ou outros locais irem de primeira. Por isso, ela desenvolve bastante relacionamento com eles no trabalho e também cria oportunidades convidando eles para irem á sua casa para refeições entre amigos ou noite de jogos, e convida também alguns cristão da igreja local para gerarem relacionamento. A Tentmaker também reconhece que para a modalidade que atua é mais fácil contribuir para a comunhão do que começar uma instituição, “*Eu acho até que para um Tentmaker é mais difícil, pra um Bamer talvez é um pouco mais fácil, está mais dentro do, parte do papel deles de fazer a plantação de igreja né, de uma igreja local com base até nos que estão se convertendo a partir do negócio, mas pra um tentmaker vai ser mais fácil apoiar a igreja local ou o ministério local*”

Quadro 11: Como ocorre o discipulado com as pessoas evangelizadas?.

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2	FREEDOM BUSINESS	TENTMAKING
“Eles que se converteram a gente encaminhou pra igreja que eu pastoreio e aí, nós temos aí um número muito grande de membros da igreja que vieram através do café. E aí a igreja faz o papel que é discipular, pregar o evangelho né, o café é o local de evangelização não o local de discipulado.”	“A gente tem que entender que é outra vantagem do negócio, era uma sinergia de usar o negócio também pra ser Jesus e isso então já matava 3 pássaros de uma vez.”	“Então como que eu falava com esse engenheiro? terminávamos de comer, ficávamos na mesa, abria a Bíblia, ele perguntava e eu respondia na bíblia. ELE perguntava, entendeu?”	“[...] muitas meninas acabavam, essas que se converteram, iam pra alguma igreja então daí elas encontram pessoas com quem caminhar, o ideal sempre é conectar com cristãos locais né, com igreja local, pastor local [...].”	“Quando eles tomam a decisão de seguir a Jesus eles já entenderam esse processo, então essa menina que eu discipulo e que é convertida há 4 anos, ela já estava com isso bem firmado [...].”

Fonte: o Autor, 2023.

Kingdom Business: O Brasileiro relata que a cafeteria não mantém um relacionamento com as pessoas evangelizadas, mas encaminha à igreja que foi plantada, deixando que ela faça seu papel e especializando a cafeteria para o evangelismo.

BAM 1: O Empresário afirma que a vantagem de usar o negócio é que permite atingir muitos objetivos às vezes em uma mesma ação, porque se fosse fazer o discipulado à parte, não sobraria para ele ter um tempo pessoal com Deus e nem estar em família, cuidando da esposa e dos filhos, e em primeiro lugar vem a família.

BAM 2: O Sócio explica que o discipulado com o colaborador ocorria no dia a dia, mas especificamente em casa, abria a Bíblia e deixava ele curioso para que ele tirasse as dúvidas dele sobre Jesus. O Sócio explica que eles sabem quem é Jesus porque o alcorão também fala sobre Jesus, que ele foi um grande profeta e alguém enviado de Deus mas levou uma vida humana formando família e morrendo, então o colaborador tirava dúvidas e via no

comportamento do Sócio que o Cristão é diferente do que a religião islã diz. Com isso, se criava oportunidades para ensinar os princípios bíblicos para o colaborador.

Freedom Business: A Consultora conta que o discipulado ocorria conforme a demanda, quando as colaboradoras se convertiam, eles faziam visitação no fim de semana, conversa na hora do almoço ou estudo bíblico, mas sempre tentavam conectar com igrejas locais e pastores locais para que desse continuidade ao cuidado, às vezes funciona, às vezes. É mais fácil o discipulado em empresas menores, quando a liderança está mais próxima da colaboradora, e o discipulado acontece no trabalho, com testemunho e no momento da tomada de decisões.

Tentmaking: A Gestora esclarece que quando eles decidem se converter para Jesus eles entendem que precisarão passar por alguns processos. Uma das grandes questões no discipulado é o fato de a discípula ter caído em uma dicotomia comum de não entender como o evangelismo faz parte do trabalho, por achar que trabalho é apenas para pagar as contas. A discípula é uma colega de trabalho da Gestora, logo esta constantemente ensina que Jesus transforma a forma de enxergar o trabalho, porque isso é adoração á Ele, com isso, ela deve ser uma excelente profissional e se relacionar com as pessoas da forma como Jesus se relaciona com ela. Uma outra questão da discípula é que a família dela ainda é uma família tradicional que faz culto e presta oferenda aos ancestrais. No início da conversão dela, ela acabou tendo muitos problemas com a família por entender naturalmente que isso estava errado, visto que na época não tinha discipuladora, com isso, acabou se afastando da família. Quando conheceu a Gestora, esta foi ensinando que a melhor forma de ela mostrar que valia a pena ser Cristã era amando a família profundamente da mesma forma como ela se sentia amada por Jesus, e através disso, saber lidar com os conflitos que tinha. A Gestora e o marido tiveram a oportunidade de conhecer a família dela e em um jantar, a família reconheceu que ela estava mais amorosa e paciente, e eles começaram a observar o que é ser seguidor de Jesus. Um terceira situação que ocorreu foi que a discípula estava tendo conflitos com a chefe dela, e a Tentmaker é Gestora de Rh, então tem uma facilidade de aconselhar outros colaboradores e ainda mais sua discípula. Logo, nesse caso a Gestora perguntou sobre como ela poderia humilhar o ego e a vontade para o que a chefe dela estava pedindo, da mesma forma que Jesus se humilhou e serviu ela, então a discípula entendeu que precisava ter uma atitude diferente e demonstrar amor para com sua chefe. Com isso a Gestora consegue ensinar princípios e valores bíblicos que conduzem a vida da colaboradora, e conclui: *“Então o discipulado aqui é ajudá-los a enxergar como eles alcançam a família e o espaço deles no trabalho sem quebrar*

relacionamentos, porque a tendência local aqui é: como isso não é aceito eu quebro relacionamento, corto o racionamento ou eu fico muito distante deles [...].”

Quadro 12: A empresa promoveu alguma ação social como “gancho” para o evangelismo?

KINGDOM BUSINESS	BAM 1	BAM 2
“[...] aqui tem algumas clínicas de reabilitação de dependente químico que estavam precisando de cobertores e casacos [...] então a gente criou o Café Solidário que quem trouxesse um cobertor novo ou um casaco novo ganhava um café expresso [...]”	“[...] direto isso, passou 1 semana 2 semanas já tinha acabado o salário [...] ok, vamos fazer o seguinte, vou dar o salário né aí eu desafiei: Ok, eu vou te ajudar a fazer economia, a poupança, [...]”	“Nos 2 últimos anos que eu estive lá eu tive um desencontro com o board de acionistas. Porque eu comecei a gastar o dinheiro, eu peguei e dei bolsa porque eu notei que a empresa estava mantendo todo mundo num nível baixo de qualificação [...]”

Fonte: o Autor, 2023.

Kingdom Business: O Brasileiro descreve que já fez algumas ações como arrecadação de alimentos e uma iniciativa de ir à praça da cidade e montar uma barraca com uma máquina de café para trocar um café expresso por cobertores e agasalhos de frio para ajudar dependentes químicos. O Brasileiro descreve que o foco é sinalizar para os clientes não cristãos que a cafeteria está inserida na causa de Jesus, e não muito em ações humanitárias. O objetivo não é ser conhecido como uma organização social porque existem muitas organizações sociais que servem a muitas religiões, então acaba passando a impressão de algo misturado e esse não é o foco. “[...] a igreja ela é um agente de transformação mas o alvo da igreja não é a ação social, o alvo da igreja é levar a palavra de Deus a quem não conhece, a ação social faz parte mas não pode ser o alvo [...]” O Brasileiro descreve.

BAM 1: O Empresário conta que uma questão recorrente dos colaboradores era o fato de alguns dias depois que recebiam, pedirem emprestado ou descontarem do próximo salário. Como o país é pobre, faz parte da cultura o empréstimo de dinheiro, logo, ou emprestaram para a família ou para amigos e vizinhos e acabam ficando sem seu próprio sustento. Então, o Empresário resolveu ensinar sobre poupança para seus colaboradores e começou a falar para eles deixarem parte da renda guardada com ele. No início tinham dificuldades, pois toda a renda já estava comprometida, mas começaram deixando pouco dinheiro. Ao longo dos meses foram se organizando e começaram a deixar mais dinheiro, e sempre era falado que eles

poderiam pegar o momento que quisessem, que era deles, também, prestava contas mostrando o saldo que tinham e assim, todo mês ele perguntava quanto o colaborador queria deixar, mesmo que pouco, mas tinha que deixar. O Empresário conta que depois de um bom tempo, os colaboradores começaram a vir sacar a economia e relata algumas experiências que teve. A primeira pessoa quis sacar o dinheiro para comprar uma bicicleta, pois queria economizar no transporte quando vinha para o serviço, e assim foi devolvido todo o dinheiro guardado. Esse mesmo colaborador fez a economia novamente, deixando bem mais dinheiro ao longo dos meses, depois volta querendo sacar novamente o acumulado, pois gostaria de melhorar a bicicleta para vender por mais caro. Outro colaborador quis sacar sua poupança, pois tinha que pagar a escola do filho. Outra colaboradora tinha câncer e conseguiu pagar todo o tratamento e as consultas com o próprio dinheiro que estava acumulado. Outro colaborador quis sacar toda a economia que tinha guardado, pois gostaria de se casar e pagar o dote da esposa. Essa questão dote é algo tão sério no país que se não for pago depois de um tempo, o marido perde o direito dos filhos, esse é um dos motivos de muito endividamento no país, por isso o colaborador quis pagar de uma vez. Uma outra colaboradora quis sacar o dinheiro para comprar um terreno e construir sua casa, e ela era analfabeta e solteira, mas conseguiu dignidade por meio do dinheiro guardado. Isso também foi uma oportunidade de o Empresário ensinar os princípios bíblicos sobre responsabilidade e liberdade financeira para eles, com isso puderam aprender a fazer uma gestão dos recursos e pensar no longo prazo. *“Então, isso só foi possível, [...] com um negócio e ter esse relacionamento de conhecer a cultura, ter esse de ajudar, não só de fazer o discipulado formal que a gente fazia de segunda né, dos devocionais, das orações, mas o discipulado informal que causa mais impacto ainda né, ajuda social [...]”* O Empresário conta.

BAM 2: O Sócio relata que a empresa tinha mudado de categoria e que precisava de uma equipe mais qualificada, quando foi observar a educação dos funcionários, percebeu que a grande maioria estava em um nível técnico, com isso, nos últimos 2 Anos como CEO elaborou um programa de aperfeiçoamento, depois ofereceu uma bolsa para obterem uma certificação na área, ou seja, agora poderiam assumir responsabilidades de liderança. Além disso, ofereceu bolsa para um membro da comunidade cristã estudar fora do país, e a empresa custeou tudo. Com isso ele considera a educação como algo fundamental para o desenvolvimento do indivíduo, para que se capacite, se especialize e volte para fazer a diferença, trazendo valor e dignidade para a comunidade de origem. *“[...] impacto social é você trazer a realidade cristã para o teu ambiente de trabalho, afinal de contas igreja você*

faz 1 hora por semana, você vê os irmãos 1 hora por semana, agora você vê os seus funcionários 40 horas por semana ou mais [...].” O Sócio relata.

Após analisar as entrevistas, foram cruzadas duas ferramentas estratégicas, sendo elas a Matriz SWOT, onde se contempla a análise das Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças do movimento, e a Matriz PESTEL, onde se contempla as dimensões Políticas, Econômicas, Sociais, Tecnológicas, Ambientais e Legais do contexto. No entanto, como o presente trabalho tem uma essência religiosa, acrescentou-se uma dimensão nova à análise PESTEL que seria a dimensão S (*Spiritual*) de espiritual, formando uma nova matriz PESTELS a qual pode ser vislumbrada na figura x. Além disso, a dimensão acrescentada foi desmembrada em duas vertentes, analisando o modelo local de Kingdom Business e os outros modelos transculturais de Business as Mission.

Figura 21: Análise Swot x Pestel Business as Misision.

Swot/Pestels	Political	Economy	Social	Tecnology	Enviroment	Legal	Spiritual	
							Kingdom Business	General BAM
Strength	Com o negócio implementado, o Bamer consegue facilitar a autorização de visto do Tentmaker	Programas de micro crédito mais éticos e flexíveis, visto que são baseados em modelos Bíblicos	1. Abre negócios e gera emprego em comunidades que nenhuma organização quer investir; 2. Em freedom Business, impacto direto com as colaboradoras, pois tira ela dos bordéis.	O Bamer ter um alto nível de escolaridade, exerce uma excelente gestão e ensina para comerciantes locais, gerando relacionamento.	Facilidade de parceria com o governo local para ações de melhorias na infraestrutura da comunidade	Pagamento dos impostos em dia	1. Capacidade de evangelizar e discipular muitas pessoas no curto prazo; 2. Plantação de Igreja no curto prazo.	Mais oportuniades de evangelismo que missionários tradicionais, mas menos que KC. Evangelismo com mais relacionamento.
Weakness	Em alguns países, por mais que haja uma flexibilização para o investidor, contudo só o fato de ser ocidental já gera suspeitas, achando que pode ser um espião da CIA	O negócio não se paga nos primeiros meses, com isso, dependendo das ofertas da igreja enviada	O choque cultural geralmente ser um período turbulento	1. O Tentmaker demora mais tempo para adaptar os processos ao contexto cultural local; 2. Pouca tradução da literatura para outros idiomas.	Gastar mais com capital de giro mais caro ou receber menos vendas devido a mudanças climáticas	Pagamento de aliquotas acima do normal, ponta da corrupção ou alta inflação local	Pouca atuação em Povos Não Alcançados, apesar de alguma.	1. Ainda não ser visto formalmente como um modelo de envio missionário pela grande maioria das igrejas; 2. Plantação de Igreja no médio-longo prazo.
Oportunities	Muitos países se importam mais se a empresa está pagando os impostos do que se está evangelizando, se forma discreta.	Geralmente são países com índice de desemprego acima da média mundial	Os locais recebem melhor um missionário empresário do que um missionário tradicional	Aumento da confiança com a comunidade através de tecnologias sutensáveis	Facilidade em parceria com ongs ambientais, visto que muitas são cristãs e melhoram o meio - ambiente como gancho para evangelizar	Burocracia de autorização de vistos facilitada para Empresários	Facilidade em parceria com igrejas locais para receberem as pessoas evangelizadas	A presença de Casas Lar ou de Igrejas no local facilita a contratação de mão de obra de cristãos locais perseguidos
Threats	O serviço de inteligência de alguns governos fica vistoriando a empresa e o estrangeiro	Geralmente são países com índice de inflação acima da média mundial	Sociedade persegue cristãos de forma geral, ainda mais severos com os locais que se converteram	Em algumas comunidades, o acesso à internet ser bem difícil.	Alguns comunidades são de difícil acesso, dificultando a logística de suprimentos	Burocracia de autorização de vistos complexa para Tentmakers	Há o risco de o negócio ser conhecido como um negócio cristão e começar a atrair apenas cristãos, perdendo sua essência que é evangelizar os não cristãos.	Em alguns países, mesmo sendo contratado há o risco do colaborador denunciar o empregador para o governo.

Fonte: O Autor, 2023.

5. CONCLUSÃO

Fica claro portanto, que Business as Mission é uma estratégia perfeitamente viável e consolidada para fazer missões transculturais nas nações e etnias menos alcançadas do mundo, pois é algo bem visto pelo governo e pela sociedade, pois resolve uma necessidade local e oportunidades verdadeiras de testemunhas de Jesus, não sendo apenas um evangelismo rápido e generalista, mas de profundo relacionamento e de longo prazo, por isso a contribuição para a plantação de igrejas.

Uma variável que certamente é fundamental para esse tipo de estratégia é o país onde será a operação. Dependendo da nação, a estratégia será bem-sucedida ou não. No ocidente de forma geral, em muitos países Cristãos, Business as Mission é muito bem executado, pelo motivo de que tem muita demanda de Cristãos. Muitos podem não estar frequentando uma igreja ou até mesmo já ter frequentado, mas por algum motivo saíram. Quando uma empresa evangeliza esse perfil de pessoa, apesar de tudo, esta quer ouvir sobre Deus e quer ouvir como Jesus a ama e é receptiva com a mensagem. Por isso que Kingdom Business é um modelo que dá muito certo no Brasil por exemplo, a prova disso foi a curta atuação de 2 anos da cafeteria, já resultando em uma plantação de igrejas. No Oriente de forma geral, em países mulçumanos, as pessoas até sabem quem é Jesus, visto que o Alcorão também relata a história de Jesus, contudo, negando sua crucificação ou sua morte de qualquer outra maneira. Com isso, sendo gerada uma certa confusão com os cristãos e em alguns países extremos, onde há um estado islâmico, o governo persegue ferozmente os Cristãos, além da própria sociedade denunciá-los para o governo ou queimarem suas igrejas, como visto na entrevista. Contudo, não se comportam assim com o Missionário Empresário.

A modalidade Freedom Business se mostra como um modelo com muita aceitação, visto que há uma facilidade de falar de Jesus. Enquanto que em alguns modelos o Empresário teve que ser bem cauteloso no evangelismo apenas respondendo a pergunta que o local faz, em Freedom Business há uma abertura maior, pois as mulheres contratadas são muito traumatizadas e precisam receber cuidados. Como o Empresário está fornecendo um tratamento psicológico para essas mulheres e dando oportunidade de trabalho, ele pode, prudentemente com outra colaboradora Cristã, falar o quanto Jesus ama ela e reafirmar a identidade dela em Deus, contando assim o plano de salvação. Assim, o Empresário participa do evangelismo, deixando o discipulado para a colaboradora exercer mais abertura. No entanto, para essa modalidade é importante que toda a equipe tenha recebido treinamento específico de Trauma Informed.

Percebe-se uma relação entre cafeterias e restaurantes de forma geral, como um modelo com maior facilidade para evangelizar clientes e fornecedores, visto que são negócios com muita rotatividade de consumidores, além de estes passarem bastante tempo no estabelecimento, existindo muitas oportunidades para relacionamento. Com relação ao fornecedor, a compra frequente de insumos dada a sua perecibilidade. Com isso, tanto o Bamer quanto os Tentmakers tem mais oportunidades de testemunhar de Jesus. Se o plano for evangelismo de colaboradores, ou seja, contratar recém convertidos ou não cristãos, nesse caso compromete o evangelismo de clientes, pois eles ainda não estarão aptos a testemunhar, concentrando a força espiritual do negócio no Empresário. Neste caso, o melhor modelo de negócio seria uma fábrica, em razão de ser um negócio B2B, há menos rotatividade de clientes e geralmente menos fornecedores do que em negócios B2C, com isso há mais disponibilidade para focar o evangelismo nos colaboradores.

Todos os modelos de negócios contribuem para a igreja local, mas há uma percepção de que em negócios B2C, por haver muitas oportunidades de evangelismo com muitos clientes e fornecedores, é notado uma capacidade maior para a plantação de igrejas. Contudo, há a variável do porte da empresa. Em um cenário onde uma grande fábrica com muitos colaboradores, depois de anos de evangelismo e discipulado, onde eles percebem o quanto Jesus os ama e se convertem, este modelo também consegue plantar uma igreja e deixar um Pastor cuidando para que esses funcionários e suas famílias possam adorar a Deus.

Em vista disso, definir o segmento alvo, a modalidade BAM e o modelo de negócio, seria uma forma de projetar a melhor estratégia para conseguir testemunhar para mais pessoas e etnias sobre quem é Jesus. Essa estratégia seria um ótimo objetivo para uma próxima pesquisa, com mais estudos de caso, em mais países diferentes. Nada melhor do que ser um bom mordomo dos talentos que Deus mesmo deu.

Importante salientar que independente do segmento alvo, modalidade BAM e o modelo de negócio, a mensagem das boas novas será compartilhada, seja por meio de uma abordagem mais empática do Tentmaker para com o cliente, seja por meio de um caráter mais bíblico demonstrado do Bamer para com o colaborador/fornecedor. O conhecimento da ciência da Administração e dos Negócios é algo que Deus mesmo criou e compartilhou com o homem para que este pudesse participar da obra Dele, contudo, os melhores Bammers e os melhores Tentmakers dependem totalmente Dele, e da forma como Ele faz.

REFERÊNCIAS

BEFUS, R. David. **Kingdom Business**: The ministry of promoting economic activity. 1. ed. Miami, FL: Latin American Mission, 2002.

BIBLE HUB. **1484. ethnos**. Disponível em <<https://biblehub.com/greek/1484.htm>>. Acesso em 25 out. 2023.

BIBLE HUB. **Matthew 24:14**. Disponível em <<https://biblehub.com/interlinear/matthew/24-14.htm>> Acesso em 25 out. 2023.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 01. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1095.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 02. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1199.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 03. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1203.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 04. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1194.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 09. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1159.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 10. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1161.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 18. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1120.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 20. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 1124.

BÍBLIA SAGRADA, Novo Testamento. Capítulo 24. In **BÍBLIA SAGRADA**. Português Traduzida por João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada no Brasil. 2º ed. Barueri - SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2011. p. 986.

BUSINESS AS MISSION. **Business as Mission: How Two Grocers Changed the Course of a Nation.** Disponível em <<https://businessasmission.com/wp-content/uploads/2023/09/How-Two-Grocers-Changed-the-Course-of-a-Nation-by-Mark-Markiewicz.pdf>>. Acesso em 31 ago. 2023.

BUSINESS AS MISSION. **Distinctives and Challenges of Business as Mission.** Disponível em <<https://businessasmission.com/wp-content/uploads/2014/04/DistinctivesAndChallengesOfBusinessAsMission.pdf>>. Acesso em 18 jul. 2023.

BUSINESS AS MISSION. **In Business for Freedom: Fighting the Business of the sex trade with Business as Mission.** Disponível em <<https://businessasmission.com/in-business-for-freedom/>>. Acesso em 30 mai. 2023.

BUSINESS AS MISSION. **Profit, Scale and Transformation: The Freedom Business Alliance.** Disponível em <<https://businessasmission.com/fba-interview/>>. Acesso em 30 mai. 2023.

BUSINESS AS MISSION. **What is business as mission?.** Disponível em <<https://businessasmission.com/get-started/#tab-id-1>>. Acesso em 03 jul. 2022.

BUSSAL, David; MASK, Russel. **Christian Microenterprise Development: An Introduction.** Waynesboro, GA: Regnum Books International, 2003.

CCCOWE CANADA. **Statement on Tentmaking by the Tentmaker Track at Lausanne II in Manila July 11-20, 1989.** Disponível em <<https://cccowe.ca/drive/CCMC/2019/supplement/Statement%20on%20Tentmaking.pdf>>. Acesso em 18 jul. 2023.

CORT, Gea; TUNEHAG, Mats. **BAM Global Movement: Business as Mission concepts & stories.** Peabody, MA: Hendrickson Publishers Marketing, 2018.

DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGÊS. **Etnia.** Disponível em <<https://www.dicio.com.br/etnia/>>. Acesso em 25 out. 2023.

ELDRED, Kenneth; YAMAMORI, Tetsunao. **On Kingdom Business: Transforming Missions Through Entrepreneurial Strategies.** Wheaton, IL: Crossway Books, 2003.

HAMILTON, Don. **Tentmakers Speak: Practical advice from over 400 Missionary Tentmakers.** Ventura, CA: Regal Books, 1987.

JOSHUA PROJECT. **Afinity blocs and people clusters: an approach toward strategic insight and mission partnership.** Disponível em <https://joshuaproject.net/assets/media/articles/affinity-blocs-and-people-clusters.pdf> >. Acesso em 23 out. 2023.

JOSHUA PROJECT. **Africa, North and Middle East.** Disponível em <https://joshuaproject.net/regions/6> >. Acesso em 30 nov. 2023.

JOSHUA PROJECT. **All Regions.** Disponível em <https://joshuaproject.net/global/regions> >. Acesso em 30 nov. 2023.

JOSHUA PROJECT. **Asia, Central.** Disponível em <https://joshuaproject.net/regions/5> >. Acesso em 30 nov. 2023.

JOSHUA PROJECT. **Asia, South.** Disponível em <https://joshuaproject.net/regions/4> >. Acesso em 30 nov. 2023..

JOSHUA PROJECT. **What is a People Group?** Disponível em https://joshuaproject.net/resources/articles/what_is_a_people_group >. Acesso em 24 jun. 2022.

LAI, Patrick. **Business for Transformation: Getting Started.** Pasadena CA: William Carey Library. edição Kindle. 2015.

LAI, Patrick. **Fazedores de tendas: Como aliar negócios e missões.** [tradução Fabiana Chiu Sakata]. – São Paulo SP: Editora Vida Nova, 2017. p. 51-58; 65-87; 152-178.

NORDSTROM, Dwight; SWAR, B. Sharon. **Transform the World: Biblical Vision and Purpose for Business.** Richmond, VA. The Center for Entrepreneurship and Economic Development (CEED) of The University of the Nations. 1999.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **A desaceleração econômica poderá forçar os trabalhadores a aceitar empregos de menor qualidade.** Disponível em https://www.ilo.org/brasil/brasilia/noticias/WCMS_865502/lang--pt/index.htm#:~:text=O%20dese mprego%20global%20dever%C3%A1%20aumentar,nos%20pa%C3%ADses%20de%20renda%20alta >. Acesso em 27 out. 2023.

RUNDLE, Steve; STEFFEN, Tom. **Great Comission Companies: The emerging role of Business as Missions.** 1. ed. Downers Grove, IL: InterVarsity Press. 2003.

RUNDLE, Steve; STEFFEN, Tom. **Great Comission Companies: The emerging role of Business as Missions.** 2. ed. Downers Grove, IL: InterVarsity Press. 2011.

SIEMENS, Ruth. **The Vital Role of Tentmaking in Paul's Mission Strategy**. International Journal of Frontier Missions. El Paso TX, v. 14, n. 3, jul./sep. 1997. Disponível em <https://www.ijfm.org/PDFs_IJFM/14_3_PDFs/ijfm_14_3.pdf>. Acesso em 16 jul. 2023.

TAYLOR, Gary. **Don't Call Me a Tentmaker**. International Journal of Frontier Missions. El Paso TX, v. 15, n. 1, jan./march. 1998. Disponível em <https://www.ijfm.org/PDFs_IJFM/15_1_PDFs/don%27t%20call%20me.pdf>. Acesso em 16 jul. 2023.

THE GLOBAL SLAVERY INDEX 2023. **Global findings**. Disponível em <<https://cdn.walkfree.org/content/uploads/2023/05/17114737/Global-Slavery-Index-2023.pdf>>. Acesso em 07 nov. 2023.

THE GLOBAL SLAVERY INDEX 2023. **Regional Overview**. Disponível em <<https://cdn.walkfree.org/content/uploads/2023/05/17114737/Global-Slavery-Index-2023.pdf>>. Acesso em 07 nov. 2023.

THE WORLD BANK. **Unemployment (%)**. Disponível em <<https://genderdata.worldbank.org/indicators/sl-uem-zs/?gender=total>>. Acesso em 27 out. 2023

UNITED NATIONS OFFICE ON DRUGS AND CRIME. **Global report on trafficking in persons 2022**. Disponível em <https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/glotip/2022/GLOTiP_2022_web.pdf>. Acesso em 07 nov. 2023.

WILSON, J. Christy. **Today's Tentmakers: self-support: an alternative model for worldwide witness**. 1. ed. Wheaton, IL: Tyndale House Publishers, 1979.

WINTER, R, D; HAWTHORNE, S, C; BRADFORD, K, D. **Perspectivas no movimento cristão mundial**. São Paulo SP: Editora Vida nova, 2009. p. 542.