

Universidad de Montemorelos

Facultad de Teología



ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO  
MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA,  
MONTERREY, N.L. MÉXICO, 2019

Tesis  
presentada en cumplimiento parcial  
de los requisitos para el título de  
Licenciado en Teología

Por

Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

Noviembre de 2019

Universidad de Morelos

Facultad de Teología

ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO  
MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA,  
MONTERREY N.L. MÉXICO, 2019

Tesis  
presentada en cumplimiento parcial  
de los requisitos para el título de  
Licenciado en Teología

Por

Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

Noviembre de 2019

## **RESUMEN**

**ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO  
MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA,  
MONTERREY, N.L. MÉXICO, 2019**

Por

Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

Asesor: Agustín Rubén Arroyo Kedney

## **RESUMEN**

Universidad de Montemorelos

Facultad de Teología

Título: ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA, MONTERREY, N.L. MÉXICO, 2019

Investigador: Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

Asesor: Agustín Rubén Arroyo Kedney, DMin.

Fecha de terminación: noviembre de 2019

### **Introducción**

Dios distribuye diversos talentos y dones a los hombres, no para que permanezcan ociosos, sino para que constituyan una bendición para otros al llevar a cabo un trabajo misionero abnegado. Siguiendo esta idea se procede a analizar cuáles son las estrategias evangelistas percibidas como más efectivas en el proceso de la conversión.

### **Objetivo**

Establecer, según la percepción de los hermanos del Distrito de Vallarta, Monterrey, N.L. cuáles son las estrategias de primer contacto más efectivas en el proceso de la conversión.

## **Método**

Esta es una investigación de tipo cuantitativa, descriptiva, no experimental, transversal. La población fueron los 711 miembros del Distrito de Vallarta. La muestra estuvo conformada por 135 personas. Las unidades muestrales se seleccionaron con un método probabilístico estratificado por racimos. Se utilizó un instrumento diseñado ex profeso con la orientación del metodólogo. Su contenido fue validado por expertos. Su confiabilidad fue de .924 medida con el alpha de Cronbach.

## **Resultados**

Los resultados del estudio indican que el nivel de percepción general de las estrategias de primer contacto estudiadas, con base en la media aritmética, se ubicó en 2.08, es decir, en el rango de algo efectiva. La media del evangelismo de la amistad se ubicó en 2.7. La de obra misionera tradicional en 2.10. La de eventos y campañas de iglesia en 2.04. Y la de evangelismo urbano en 1.45.

## **Conclusiones**

Según los hermanos del Distrito de Vallarta, Monterrey, NL., México, en el año 2019, las estrategias de primer contacto relacionadas con el evangelismo de la amistad son percibidas como las más efectivas en el proceso de la conversión.

**Palabras claves.** Estrategias evangélicas, primer contacto, efectivas, conversión.

ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO  
MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA,  
MONTERREY, N.L. MÉXICO 2019

Tesis  
presentada en cumplimiento parcial  
de los requisitos para el título de  
Licenciado en Teología

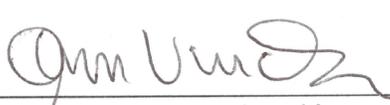
por

Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

APROBADO POR LA COMISIÓN

  
Asesor principal  
Dr. Rubén Arroyo

  
Lector  
Dr. Juan José Andrade

  
Referente de Investigación  
Asesor metodológico  
Dr. Alberto Valderrama

  
Director Facultad de Teología  
Dr. Juan José Andrade

28 de noviembre de 2019  
Fecha de aprobación

## **RECONOCIMIENTOS**

Le doy mi gratitud principalmente a Dios por permitirme gozar de su compañía a través de este trabajo, la salud concedida y la fuerza necesaria para llegar hasta aquí.

Agradezco a mis padres por su sacrificio y esfuerzo para apoyarme en todo el trayecto de mi carrera académica. Su apoyo moral fue determinante para avanzar en este proyecto.

A la Mtra. Natividad Hernández Cruz por ser pieza clave en mi proyecto educativo, al apoyar tanto financiera como moralmente mi persona.

Al Dr. Agustín Rubén Arroyo Kedney por su asesoramiento en este trabajo y contribuir en la elaboración del mismo.

Mi más sincero agradecimiento al Dr. Alberto Valderrama Rincón por su atención y dedicación en el área metodológica de este proyecto. Aunque tuvo muchas ocupaciones que lo absorbían, siempre mostró disponibilidad y compromiso en la elaboración de esta investigación.

Universidad de Montemorelos

Facultad de Teología

ESTRATEGIAS DE PRIMER CONTACTO PERCIBIDAS COMO  
MÁS EFECTIVAS EN EL DISTRITO DE VALLARTA,  
MONTERREY N.L. MÉXICO 2019

Tesis  
presentada en cumplimiento parcial  
de los requisitos para el título de  
Licenciado en Teología

Por

Eutimio Jonathan Pérez Domínguez

Noviembre de 2019

## TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS.....	vii
LISTA DE TABLAS.....	viii
Capítulo	
I. INTRODUCCIÓN.....	1
Antecedentes.....	1
Declaración del problema.....	3
Pregunta de investigación.....	3
Variable.....	3
Propósito.....	3
Objetivos específicos.....	3
Justificación.....	4
Importancia.....	4
Viabilidad.....	5
Limitaciones.....	6
Delimitaciones.....	6
Marco filosófico.....	6
Definición de términos.....	8
Resumen.....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	9
Estrategias de primer contacto.....	9
Métodos de evangelismo.....	10
Obra misionera tradicional.....	10
Importancia de la aplicación de la obra misionera tradicional ..	11
Estrategias para aplicar la obra misionera tradicional.....	12
La visita misionera.....	13
La oración.....	14
Repartir literatura sagrada.....	15
Dar estudios bíblicos.....	16
Campañas de grupos pequeños.....	17
Inscribir intereses en Voz de la Esperanza.....	17
Evangelismo de la amistad.....	18
Estrategias aplicadas en el evangelismo de la amistad.....	20
Dar algún obsequio.....	20
Visitar a un amigo enfermo.....	21

Oración de parte de un amigo .....	22
Ocuparse por los matrimonios de los no creyentes.....	23
Ocuparse en mejorar el estilo de vida de los interesados .....	23
Eventos y campañas de iglesia .....	24
Importancia de aplicar el evangelismo público .....	24
Estrategias para aplicar lo eventos y campañas de iglesia .....	25
Invitación a eventos especiales de la iglesia .....	25
Seminarios.....	26
Programas infantiles .....	26
Escuela Bíblica de Vacaciones.....	27
Evangelismo urbano .....	28
Importancia de la aplicación del evangelismo urbano .....	28
Estrategias aplicadas en el evangelismo urbano .....	29
Campañas de evangelismo al aire libre.....	29
Servicio a la comunidad.....	30
Evangelismo de publicaciones en las plazas .....	31
La pre-aproximación .....	31
Fijarse un blanco .....	32
Hacer una lista de posibles candidatos .....	32
Orar.....	33
Ayunar .....	34
Buscar intereses .....	34
Observaciones importantes .....	35
La actitud del evangelista .....	35
Decisiones verdaderas solo las produce el Espíritu Santo.....	36
Tener amor por con los evangelizados.....	37
Resumen .....	37
 III. MARCO METODOLÓGICO.....	 39
Tipo de investigación .....	39
Población .....	40
Muestra .....	40
Variable.....	41
Operacionalización de las variables .....	42
Recolección de datos .....	44
Instrumentos de medición.....	44
Validez .....	44
Confiabilidad .....	45
Aplicación del instrumento.....	46
Análisis de los datos .....	47
Resumen .....	47
 IV. RESULTADOS .....	 48
El instrumento.....	48

La muestra .....	49
Género .....	49
Edad .....	50
Estado civil .....	51
Años de bautizado .....	51
Iglesia a la que asiste .....	52
Tiene cargo en la iglesia .....	53
Último nivel de estudios alcanzado .....	53
Análisis univariado .....	54
Evangelismo de la amistad .....	57
Obra misionera tradicional .....	59
Eventos y campañas de iglesia .....	61
Evangelismo urbano .....	62
Análisis complementarios .....	63
Diferencia entre grupos .....	64
Diferencia entre tipos de estrategias .....	65
Análisis por ítems .....	66
Discusión .....	68
Resumen .....	73
 V. RESUMEN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	 74
Resumen .....	74
Abstract .....	75
Introducción .....	76
Metodología .....	79
Resultados .....	80
Muestra .....	80
Estrategias de primer contacto .....	81
Evangelismo de la amistad .....	81
Obra misionera tradicional .....	82
Eventos y campañas de iglesia .....	83
Evangelismo urbano .....	83
Comparación entre tipos de estrategias .....	84
Análisis de ítems .....	85
Discusión .....	85
Conclusiones .....	90
Recomendaciones .....	91
 APÉNDICES .....	 92
Apéndice A Resultados de la evaluación de contenido .....	92
Apéndice B Instrumento .....	96
Apéndice C Salidas computarizadas .....	98
 LISTA DE REFERENCIAS .....	 115

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Género .....	50
Figura 2. Estado civil .....	51
Figura 3. Iglesia a la que se asiste.....	52
Figura 4. Tiene cargo en la iglesia .....	53
Figura 5. Nivel de estudios alcanzados .....	54
Figura 6. Diferencia entre tipos de estrategias .....	66
Figura 7. Ítems más efectivos .....	67
Figura 8. Ítems menos efectivos .....	68

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable .....	42
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento .....	49
Tabla 3 Edad .....	50
Tabla 4 Años de bautizado .....	52
Tabla 5 Estrategias de primer contacto .....	56
Tabla 6 Evangelismo de la amistad .....	58
Tabla 7 Obra misionera tradicional .....	60
Tabla 8 Eventos y campañas de iglesia.....	62
Tabla 9 Evangelismo urbano .....	64
Tabla 10 Diferencias entre estrategias .....	66

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se plantea el problema, por cuya causa se desarrolla un análisis de las percepciones de los miembros bautizados sobre la efectividad de las estrategias de primer contacto en el evangelismo. Para obtener contexto más amplio se presentan los antecedentes, los cuales permiten vislumbrar la importancia de la obra del evangelismo, la responsabilidad que cada cristiano conlleva junto con algunas estrategias aplicadas a través del tiempo para cumplir este trabajo.

También se expone el problema en forma de una pregunta de investigación, así como los objetivos, justificación, limitaciones, delimitaciones, supuestos y marco filosófico. Finalmente se hace una breve definición de términos;

#### **Antecedentes**

Se han llevado a cabo investigaciones hechas por diferentes autores que hablan sobre estrategias que se implementaron para el cumplimiento del evangelismo en diferentes regiones del país. Espinoza hizo un estudio para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia

Adventista de Salamanca, Guanajuato, México<sup>1</sup>, Gómez Julián habla sobre el programa de evangelismo de extensión territorial que se hizo en la Iglesia Central de Santa Ana, Toluca, estado de México.<sup>2</sup>

En estas investigaciones se presentan diferentes tópicos que hablan sobre cómo cumplir la misión de una forma macro. Igualmente, exponen los diferentes métodos de evangelismo que hay y que estrategias son las que siguen estas corrientes. A través de estas investigaciones y otras hechas, hay buen conocimiento de cuantos métodos hay para evangelizar.

Fuera de esto, Rivera enumera 10 tipos de evangelismo y cada uno contiene sus divisiones y áreas, que aportan conocimiento a las estratégico en este campo. Su estudio se centró en la metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión.<sup>3</sup>

De igual forma se hizo una investigación por parte de Arroyo para crear un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey, donde aborda el tema de cómo poder llevar el evangelismo personal al público y tener resultados.<sup>4</sup>

Pero de las investigaciones recolectadas ninguna arroja resultados de la efectividad del primer contacto misionero en el proceso convertirse y unirse a la

---

<sup>1</sup> Héctor R. Armenta Espinoza, "Un programa para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia Adventista de Salamanca, Guanajuato, México" (Universidad de Montemorelos, 2012).

<sup>2</sup> Julián Gómez Morales, "Programa de evangelismo de extensión territorial para la Iglesia Central de Santa Ana, Toluca, Estado de México" (Universidad de Montemorelos, 2007).

<sup>3</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, "La metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión" (Universidad de Montemorelos, 2012).

<sup>4</sup> Agustín Rubén Arroyo Kedney, "Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México" (Tesis Doctoral, Universidad de Montemorelos, 2012).

Iglesia Adventista del Séptimo Día. Este es el asunto del cual se ocupa el presente trabajo.

### **Declaración del problema**

La presente propuesta de investigación pretende observar cuál es la estrategia de primer contacto percibida como más efectiva en el proceso de la conversión. Se procurará encontrar la respuesta a la siguiente interrogante:

#### Pregunta de investigación

¿Cuáles son las estrategias evangelísticas de primer contacto percibidas por los hermanos del Distrito de Vallarta, Monterrey, Nuevo León, México, como más efectivas en el proceso de la conversión, en el año 2019?

#### Variable

Estrategias de primer contacto

### **Propósito**

Determinar cuáles son las estrategias de primer contacto percibidas como más efectivas en el proceso de la conversión.

#### Objetivos específicos

Entre los objetivos específicos están:

Observar en los miembros del del Distrito de Vallarta cuál es la estrategia de primer contacto percibida como más efectiva en el trabajo evangelístico y que de esa forma pueda servir como una opción para ser utilizada por otras iglesias.

Proveer información fidedigna que pueda ayudar a que la Iglesia Adventista pueda centrarse en las maneras más efectiva para evangelizar.

Demostrar al miembro de iglesia los resultados favorables de evangelizar con la estrategia correcta.

### **Justificación**

Esta investigación permite reflexionar desde una perspectiva teórica y empírica cuáles son las estrategias de primer contacto más efectivas en el evangelismo.

### **Importancia**

Elena White argumenta que “En todas las ciudades Dios tiene almas sinceras deseosas de saber qué es la verdad... Mirad a esas personas y cuando necesitan del evangelio.”<sup>1</sup>

Agregando a esto White continúa diciendo “Dios distribuye diversos talentos y dones a los hombres, no para que permanezcan ociosos, sino para que constituyan una bendición para otros al llevar a cabo un trabajo misionero abnegado...”<sup>2</sup>

Ahora bien, refiriéndose especialmente a la importancia de evangelizar correctamente la misma autora declara: que “Hay familias que nunca serán

---

<sup>1</sup> Elena G. De White, *Testimonios Para La Iglesia* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016), 80.

<sup>2</sup> Elena White, *El Evangelismo* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 197.

alcanzadas por la verdad de la Palabra de Dios, a menos que los siervos de Dios entren en sus Hogares...”<sup>1</sup>

### Resultados esperados

Se espera que mediante este trabajo se dé a conocer la estrategia de primer contacto percibida como más efectiva para evangelizar en el Distrito de Vallarta y así las demás iglesias lo adopten.

Además, se pretende dejar un documento que sirva como base para futuras investigaciones.

### Viabilidad

La propuesta de estudio es viable, pues se encuentran buenas fuentes de información que van relacionadas con el tema sugerido para presentar, además que hay suficiente literatura sobre él.

Se han dado facilidades para poder aplicar un instrumento. Y se cuenta con el software necesario para hacer un análisis estadístico.

También, el fin de la investigación trae consecuencias positivas pues ayudará a la iglesia a que sea guiada hacia un trabajo más eficaz

De igual forma, es un tema que aún no se ha investigado, a pesar de que la raíz del concepto es constantemente analizada (evangelismo) no se ha tratado aún la variable ya presentada.

---

<sup>1</sup> White, 319.

## Limitaciones

El tiempo que se tiene para aplicar el instrumento a los miembros es limitado pues la aplicación necesariamente debe ser un sábado donde la mayoría de los miembros esté presente y este debe ser en un momento donde no interrumpa la programación establecida.

Los recursos para hacer acto de presencia de parte del investigador en todas las iglesias en donde el instrumento se aplicará.

## Delimitaciones

El estudio propuesto se concretará a investigar las estrategias que, según los hermanos, más ha llevado a bautizarse en las iglesias adventistas que comprende el Distrito de Vallarta perteneciente a la Misión Regiomontana en el año 2019.

Se tomará en cuenta solamente a miembros bautizados en la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

## Marco filosófico

Esta investigación se fundamenta en una cosmovisión bíblica-cristiano. En la Biblia se encuentra el mandato de ir a predicar a todas las naciones del mundo, tal como lo dijo Jesús en Mt 28: 19, 20<sup>1</sup>. Los fieles discípulos son los encargados de cumplir esta misión como embajadores directamente de Cristo. El verdadero creyente debe acatar las órdenes de su maestro y seguir su ejemplo, pues cuando

---

<sup>1</sup> A menos que se indique algo diferente, en este trabajo los textos bíblicos fueron tomados de la versión Reina Valera 1960 (Miami: Editorial Vida, 1987).

el Señor llama hay que seguirlo. De igual forma está el ejemplo de cómo sin perder tiempo, los apóstoles salieron a predicar, así como se observa en Mc. 6: 20.

La Iglesia Adventista ha tenido muy presente esta obra que Cristo le encomendó. Es un deber anunciar su llegada con gran poder. Desde sus inicios, la iglesia ha puesto en marcha diferentes estrategias que han servido para atraer a las personas a Cristo. En un acto de amor Dios iluminó a Elena de White el método correcto para atraer a la gente, esto es a lo se conoce como “El método de Cristo.”<sup>1</sup>

En dicho método se ve cual es el proceso correcto para atraer a la gente. Sin embargo, existen diferentes estrategias que salen como vertientes de este método, y son aquellas que buscan atraer la atención de la gente y así predicar el evangelio. Por ejemplo, aprovechar un milagro de sanación en el caso de Pablo y enseñar las verdades de Dios. Aprovechar sus visitas a lo largo de los lugares a donde iba y proclamar el mensaje de Jesús, tal es el caso de Hch. 20:20. O una oración intercesora como en el caso de la suegra de Pedro. O un estudio bíblico como en el caso de Felipe y el etíope.

Es esto lo que se quiere analizar a fondo, las estrategias que se pueden usar para atraer a la gente de una manera efectiva y audaz.

---

<sup>1</sup> Elena G. de White, *El ministerio de Curación / The Ministry of Healing* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015), 102.

## **Definición de términos**

*Estrategias evangelísticas:* Proceso que se sigue con el fin de testificar las buenas nuevas de salvación y el interesado conozca y acepte el mensaje.

*Primer contacto:* En asuntos de marketing la primera toma de contacto con un cliente potencial, el principal objetivo que se persigue es obtener información de la situación del mismo y hacer un estudio o sondeo de sus necesidades.

*Distrito:* Conjunto de iglesias que pertenecen a una asociación de iglesias en las cuales se encuentra organizada la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

*Proceso de conversión:* Pasos en los cuales se lleva a cabo el escalonado de la salvación general, es decir, justificación, santificación y glorificación, que comienza aceptando a Cristo por medio del bautismo, consecuentemente llevar una vida que cumpla con los ideales del cristiano.

*Misión Regiomontana:* Territorio organizado de la iglesia adventista que comprende la zona metropolitana de Monterrey y la parte oriental del estado de Coahuila.

## **Resumen**

El desarrollo de este capítulo presentó los antecedentes acerca de las investigaciones que se han hecho con el fin de mejorar la labor evangelística y tener mejores resultados en ella.

Asimismo, se consideraron los diferentes aspectos que están relacionados con la declaración del problema, propósito, justificación, viabilidad de la investigación, marco filosófico y definición de términos. En el siguiente capítulo, se presentará la revisión de la literatura de la presente investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

En este capítulo se presenta un breve repaso de la literatura, de la Biblia, Elena de White y de la literatura evangélica contemporánea, no es un repaso exhaustivo, pero se intentará presentar los aspectos más importantes que se incluyen en la variable.

#### **Estrategias de primer contacto**

En el transcurso de los siglos, la iglesia ha continuado haciendo la obra de Dios de varias maneras; siguiendo diferentes estrategias para evangelizar, pues, según Elena de White “Todo verdadero cristiano ha de poseer un espíritu misionero, porque el ser cristiano es ser como Cristo. Nadie vive para sí, “y si alguno no tiene el Espíritu de Cristo, el tal no es de él.”<sup>1</sup> Debido a esto, se han aplicado nuevos métodos, y formas de transmitir el evangelio.

Algunos métodos fueron eficaces, pero sólo en cierto tiempo del pasado (Campañas Evangelistas de Sanidad Divina, simpatizar con gobernantes), pero que en la actualidad su efectividad ha disminuido. Siguiendo la idea debemos pensar en qué métodos y estrategias son las más efectivas para evangelizar.

---

<sup>1</sup> Elena G. White, *Joyas de los Testimonios* (Createspace Independent Pub, 2014), 126.

## **Métodos de evangelismo**

Para empezar, se necesita dejar algo en claro y es que solo existen dos tipos de evangelismo, el evangelismo público y el evangelismo personal. Sin embargo, no falta quienes han ideado sus propios tipos de evangelización, que posteriormente han tenido aceptación por los beneficios percibidos, como: desfiles alegóricos, conciertos cristianos, evangelismo en clases altas, evangelismo urbano etc.

## **Obra misionera tradicional**

En realidad, a este tipo de evangelismo se le conoce por evangelismo personal, sin embargo, para fines de esta investigación se decidió usar el termino de obra misionera tradicional, como se verá más adelante.

Se dice que el evangelismo personal es el que se hace de persona a persona y Elena White dice “La obra misionera no consiste meramente en predicar. Incluye trabajo personal en relación con los que han abusado de su salud y se han colocado a sí mismos donde no tienen poder moral para dominar sus apetitos y pasiones. Ha de trabajarse tanto por estas almas como con las otras que están más favorablemente situadas. Nuestro mundo está lleno de gente que sufre.”<sup>1</sup>

En realidad, el evangelismo personal es uno de los más efectivos, pues como lo dice Isidro López citando a Elena White “Si se dedicara la mitad del

---

<sup>1</sup> Elena de White, *La Temperancia* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 116.

tiempo, que ahora se ocupa en la predicación a las visitas de casa en casa, se verían resultados favorables... Muchas veces las mentes son impresionadas diez veces más mediante los llamamientos personales que cualquier otra clase de trabajo.”<sup>1</sup>

### Importancia de la aplicación de la obra misionera tradicional

Como se observa, se puede hacer diferentes divisiones en tema de métodos de evangelismo, en esta investigación se analiza primeramente el personal, pues Elena de White dice que “Hay familias que nunca serán alcanzadas por la verdad de la Palabra de Dios, a menos que los siervos de Dios entren en sus Hogares...”<sup>2</sup>

Además, prepara el terreno para una campaña Pública, al decir que “cuando se pronuncia un discurso se siembra simiente preciosa, pero si no se hace un esfuerzo personal para cultivar el terreno, la semilla no se arraiga.”<sup>3</sup>

La tendencia entre algunos creyentes es estar satisfecho con las multitudes. Pastores gastan la mayoría de su tiempo detrás del púlpito delante del grupo mientras el individuo está perdido en la muchedumbre.

Por si esto fuera poco, Russell Burrill apoya el comentario de Elena diciendo que efectivamente, “es necesario acercarse a la gente de manera

---

<sup>1</sup> Isidro López Yáñez, “Seminario Para Preparar Líderes Laicos Para El Evangelismo Urbano En El Noreste de México” (Doctor of Ministry, Andrews University, 2002), 31, <https://doi.org/10.32597/dmin/585>.

<sup>2</sup> White, *El Evangelismo*, 319.

<sup>3</sup> White, 315.

personal. Si se le dedicara menos tiempo a sermonear y más al servicio personal, se conseguirían mayores resultados.”<sup>1</sup> Jesús evangelizó las multitudes, pero Él también compartió el Evangelio con los individuos como la mujer de Samaria, Nicodemo, Zaqueo, y otros.

Siguiendo con esa idea es momento de pasar a revisar cuales son las diferentes estrategias que abarcan el evangelismo personal y que es lo que lleva a que tengamos éxito en la ganancia de almas.

#### Estrategias para aplicar la obra misionera tradicional

Como se ha visto, la amistad juega un papel importante del evangelismo. Ahora, ¿cuáles son las estrategias que sirven para crear un primer contacto basadas en el principio de la amistad? Arroyo Kedney dice que “el método de evangelismo casa por casa es uno de los favoritos de la hermana White, ella comenta al respecto que en las ciudades hay ciertas clases sociales que no es posible alcanzar por medio de reuniones públicas Los miembros de esta clase deben buscarse, así como el pastor busca a la oveja perdida. Hay que buscarlos con esfuerzo diligente y personal.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Russell Burrill, *Radical Disciples for Revolutionary Churches* (Hart Research Center, 1996), 109.

<sup>2</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 46.

## **La visita misionera**

Esta estrategia de ir en plan de una visita personal es muy vista en el Nuevo Testamento, por ejemplo, sabemos que Jesús utilizó mucho este método y es respaldado por Elena White cuando dice que “su obra consistió mayormente en entrevistas personales”<sup>1</sup> y en la Biblia encontramos muchos casos en los que Jesús da, ejemplo claro:

Con Nicodemo Jn. 3: 1-21.

Con la mujer samaritana Jn. 4: 5-34.

Con Mateo Mt. 9:9.

En el hogar de Lázaro Jn. 11:1.

Con Santiago y Juan Mt. 4: 21.

Pero no solo él, sino que de igual manera hay más ejemplos de hombres que utilizaron esta estrategia como:

San Pablo. Hch. 20:20

Los apóstoles Hch. 5:42

Entonces, no cabe duda que esta es una de las estrategias más útiles y que en más ganancia de miembros resulta por el número de ejemplos y autores que la citan.

De igual forma, Gustavo Mazariego recalca la obra de la visitación misionera como parte del evangelismo personal al decir que estas materias tienen

---

<sup>1</sup> Elena G. de White, *Servicio Cristiano*, Sudamerica (Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014), 146.

que ver con la instrucción especial en la visitación de puerta en puerta es así como se pueden obtener decisiones para Cristo.<sup>1</sup>

## **La oración**

Es claro que la oración es una de las estrategias evangelistas más importantes que se mencionan en la biblia.

Cuando Jesús vio los campos de cosecha naturales que representan los campos de cosecha espirituales de un mundo perdido en el pecado, la primera cosa que Él ordenó fue orar. Él menciona: “Los campos están maduros hacia la cosecha, rogad” es decir, orad... Y cuando se decide ir al Nuevo Testamento se puede observar que la iglesia primitiva constantemente estaba en oración y se ve en Hch 1:14. La primera jornada misionera se desarrolló de la oración Hch 13:3. Pablo insistió que las iglesias orasen por él cuando él evangelizaba 2 Ts 3:1. Es recomendable dejar de depender de lo que se conoce sobre las misiones, los pueblos no-alcanzados, y maneras de comunicar el evangelio y desarrollar nuevos métodos.<sup>2</sup>

La oración puede ser usada como método de evangelismo, es increíble como la oración puede llegar a distintos corazones con los que otro método no podrá. Además, Elena White lo recomienda al decir que “cuando un obrero tal

---

<sup>1</sup> Gustavo Mazariego, “Implementación de una escuela de instrucción misionera para la Iglesia Adventista de Mérida” (Tesis Doctoral, Universidad de Morelos, 2007), 78.

<sup>2</sup> “Evangelismo Como Levadura”, consultado el 8 de mayo de 2017, <http://docplayer.es/15235167-Evangelismo-como-levadura.html>.

ofrece orar a Dios en el seno de la familia que está visitando, los corazones de los miembros son tocados...”<sup>1</sup>

### **Repartir literatura sagrada**

Es interesante e importante mencionar esta estrategia pues hay personas que no asisten a una congregación, ni mucho menos el interés en adquirir la Biblia o algún libro de orientación cristiana que les guíe a Jesucristo, pero con un folleto o revista de contenido atractivo que contenga enseñanza sobre la salvación, bien puede ser leído por ellos y puede constituirse en la única presentación clara que reciban en su vida sobre el evangelio.

Con los folletos revistas y libros, se puede llegar fácilmente al sitio donde se encuentran estas personas y entregarles el material con contenido directamente Divino con mucha facilidad pues es manejable, inclusive aquellas personas que no tienen la costumbre de leer lo harán, porque el folleto es breve y atractivo; por esto, es muy importante que esté bien diseñado y que su contenido busque expresar con claridad las verdades bíblicas, la voluntad de Dios para el hombre pecador, lo cual está en la Palabra de Dios. Los folletos deben contener las verdades principales del evangelio.<sup>2</sup>

Reforzando esta idea, se debe mencionar que de igual modo “Un folleto puede reforzar nuestro testimonio personal e inclusive puede abrir fácilmente la

---

<sup>1</sup> White, *El Evangelismo*, 320.

<sup>2</sup> “Evangelismo personal con folletos”, consultado el 12 de mayo de 2017, <https://redintercesorainternacional.es.tl/EVANGELISMO-personal-con-folletos.htm>.

puerta para establecer un diálogo con una persona y luego el folleto continuará con el trabajo... Muchas personas no le escucharán a usted, pero le aceptarán un folleto que puede ser el instrumento o el medio de su eterna salvación.”<sup>1</sup> Es por eso que esta estriega de primer contacto es una de las principales en el evangelismo personal.

### **Dar estudios bíblicos**

Por lo general esta se hace una vez hecha la visitación misionera sin embargo hay sus acepciones pues muchos laicos levantan estudios bíblicos en el momento y posteriormente las almas son conversas.

Sin olvidar lo que menciona Aeschliman sobre los estudios bíblicos, “existen diversas maneras de hacer la evangelización personal, pero el método más eficaz de hacer la evangelización personal es visitar los hogares y estudiar la Biblia con las personas.”<sup>2</sup>

Apoyando esta afirmación, Abraham Sandoval dice que “Esta es la estrategia por excelencia para poder enseñar de la manera más directa la Biblia y sus doctrinas a las personas, apelando y haciendo invitaciones para que ellas puedan tomar la decisión de aceptar a Cristo.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> “Evangelismo personal con folletos”.

<sup>2</sup> Alfredo Aeschlimann, *El estudio bíblico* (APIA, 2002), 12.

<sup>3</sup> Abraham Sandoval Jiménez, “Un seminario para incrementar la participación en evangelismo personal en la iglesia central de Cárdenas” (Universidad de Montemorelos, 2007), 81.

## **Campañas de grupos pequeños**

Uno de las estrategias utilizadas por la iglesia en su intención por compartir el evangelio son las campañas de grupos pequeños. Estas son de gran utilidad pues en muchos casos se ha dado que a través de esta estrategia las personas tienen su primer contacto con la iglesia.

Omaña Aarón citando a diferentes pastores, comenta que los métodos tradicionales usados por ministros para la evangelización fueron las campañas de barrio organizadas por los grupos pequeños con el propósito de conseguir personas interesadas en el estudio de la Biblia.<sup>1</sup>

Siguiendo con esta estrategia de las campañas de grupo pequeño, Sol José recomienda realizar estas campañas en diferentes lugares para captar así la atención de interesados, en diferentes colonias, incluso en jardines o en kioscos y explanadas para facilitar la recepción del mensaje.<sup>2</sup>

## **Inscribir intereses en Voz de la Esperanza**

Este ministerio ha sido ocupado por varias Asociaciones de la Iglesia Adventista, pues genera intereses por medio de los medios de comunicación, además, en las graduaciones de estos cursos, generalmente asiste buena cantidad de gente. La Voz de la Esperanza es un programa de radio que desde

---

<sup>1</sup> Aarón Omaña Pliego, "Implementación de un programa de evangelismo a través de grupos pequeños en las iglesias de Boca del Río, Veracruz" (Universidad de Montemorelos, 2007), 97.

<sup>2</sup> José Javier Sol Martínez y Extensión Andrews University, "Programa de reclutamiento, capacitación y motivación de líderes de grupos pequeños" (Universidad de Montemorelos, 2002), 84.

1942, ha estado transmitiendo en todo el mundo y ahora también tiene un enfoque en la televisión.<sup>1</sup>

Si se quisiera ser un poco más específicos, “El equipo de evangelismo proclama el amor de Dios a través de talentos musicales y de predicación. Todo esto es parte de nuestro esfuerzo de predicar...”<sup>2</sup>

Ernest Castillo, quien es vicepresidente de la División Norteamericana (División a la que pertenece este programa evangelístico) dice que “La Voz de la Esperanza ha sido y seguirá siendo una herramienta de testimonio poderoso en las manos de nuestros pastores y laicos, proclamando el evangelio eterno de Dios a un mundo en necesidad.”<sup>3</sup>

### **Evangelismo de la amistad**

Antes de hablar sobre el evangelismo de la amistad, se debe dejar algo en claro, mucho se habla que el evangelismo de la amistad es lo mismo que el evangelismo personal, sin embargo, en diferentes investigaciones se encontró que no es así, Abraham Sandoval se refiere al evangelismo de personal más como una enseñanza cuando dice claramente “Debe puntualizarse que cuando se habla de evangelismo personal, se refiere a la enseñanza de persona a persona.”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> “¿Quiénes somos?”, La Voz de la Esperanza, consultado el 22 de octubre de 2019, <https://www.lavoz.org/quienes-somos>.

<sup>2</sup> “¿Quiénes somos?”

<sup>3</sup> “La Voz de la Esperanza”, La Voz de la Esperanza, consultado el 22 de octubre de 2019, <https://www.lavoz.org>.

<sup>4</sup> Sandoval Jiménez, “Un seminario para incrementar la participación en evangelismo personal en la iglesia central de Cárdenas”, 7.

Por otra parte, Richard Sisson, se refiere al evangelismo personal como un método “Se trata de un método acertado y efectivo para evangelizar.”<sup>1</sup>

Y siguiendo con esta idea él continúa diciendo en su libro, que el evangelismo personal es el método, pero del cual nosotros tenemos que idear buenos y diferentes modos para aplicarlo lo cual él denomina como puentes o estrategias, es allí donde entra el trabajo de esta investigación, las estrategias de primer contacto.<sup>2</sup>

Aparte, Pedro Marino concreta esta idea al decir que el evangelismo personal “se trata del estudio concerniente al trabajo que cada creyente, como individuo, puede realizar para alcanzar almas para el Reino de los Cielos.”<sup>3</sup>

Entonces se concluye en que el evangelismo personal, es el método, lo macro y de él se pueden subdividir estrategias micro, y en ellas se encuentra el evangelismo de la amistad.

Abel Sánchez menciona que “La mayoría de la gente es muy consciente de que sus relaciones desempeñan un papel crucial en la formación del carácter de sus vidas”.<sup>4</sup>

Ahora bien, si se quisiera referir a la relación del evangelismo con las relaciones interpersonales y su impacto, se encontró que la mayoría de los

---

<sup>1</sup> Richard Sisson, *Prepárese Para Evangelizar* (Editorial Mundo Hispano, 1984), 71.

<sup>2</sup> Sisson, 71.

<sup>3</sup> Juan Pedro Marino, *Me seréis testigos*, Bodas de Plata Educativas (Buenos Aires, Argentina: CLIE, 1977), 12.

<sup>4</sup> Sánchez Álvarez Abel, “Relaciones cercanas espiritualidad vital y testificación relacional manifestadas en miembros de la ciudad de México” (Universidad de Montemorelos, 2012), 37.

encuestados a la pregunta “¿Qué es lo que hace que su vida tenga sentido?” dijeron que la amistad es importante. La mayoría de los encuestados mencionaron a los padres, hermanos, relación con parejas de distinto sexo o con sus propios hijos, además mencionaron, la importancia de sentirse amado y querido.”<sup>1</sup>

### Estrategias aplicadas en el evangelismo de la amistad

En el marco del evangelismo de la amistad existen diversidad de estrategias que se pueden implementar para que este método tenga éxito. a continuación, se presentan algunas.

#### **Dar algún obsequio**

En la zona del Occidente Antioqueño, para evangelizar a los indígenas Carios, los misioneros optaron por ganarse la confianza de los nativos dándoles obsequios, mostrándoles así su buena voluntad. “Para poder relacionarse con los indígenas, las hermanas Lauritas empezaban su labor con un primer acercamiento: el regalito o el obsequio. Éste consistía, en muchas ocasiones, en darles almuerzo, llevarles un gramófono para que sintieran curiosidad al escuchar música saliendo de una caja, o regalarles artículos como el espejo.”<sup>2</sup>

Incluso, como se pudo observar en el párrafo anterior, se muestra como el compartir de la música, o haciendo una invitación a participar de los alimentos

---

<sup>1</sup> Sánchez Álvares Abel, 37.

<sup>2</sup> Laura Montoya Upegui, “Estrategias de evangelización y catequización de las misioneras Lauritas en el Occidente Antioqueño (1914-1925)”, *Evangelization and Catechesis Strategies of the Laurita Missionaries in Western Antioquia (1914-1925)*., núm. 51 (enero de 2015): 7, <https://doi.org/10.7440/res51.2015.09>.

puede ser una gran estrategia para lograr el interés de la persona con la cual este tratando, eso a nuestros días se puede traducir como, el invitar a comer a alguien a nuestra casa o llevar alguna despensa etc. regalar algún CD que contenga música cristiana y así generar más interés en la persona, o dando algún detalle para demostrar afecto para con el evangelizado.

### **Visitar a un amigo enfermo**

Es en la enfermedad cuando toda persona necesita de los demás, y que mejor que un amigo llegue al lugar donde se presenta este tipo de escenario, ya sea en un hospital o en el hogar de la persona enferman, esta será una buena oportunidad para establecer un primer contacto.

Es así como lo expresa Almaguel Frankis citando a Elena White “Un elemento que se debe considerar como fundamental en las actividades de evangelización., tal como lo hizo Jesús en su ministerio terrenal, fue encontrar a las personas en sus ambientes... nuestro salvador iba de casa en casa sanando a los enfermos, consolando a los que lloraban, calmando a los afligidos, hablando palabras de paz a los desconsolados.”<sup>1</sup>

Reforzando esta idea, Frankis sugiere “Id a vuestros vecinos visitándolos uno por uno, y acercaos a ellos hasta que sus corazones sean calentados por vuestro interés y amor abnegado.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Almaguel Batista Frankis, “Método de trabajo y programa de capacitación para equipos constituidos por parejas misioneras en las zonas A y B de la Asociación Puertorriqueña del Este” (Universidad de Montemorelos, 2012), 46.

<sup>2</sup> Almaguel Batista Frankis, 47.

## **Oración de parte de un amigo**

La oración como se pudo ver con anterioridad, puede ser aplicada de muchas formas, en este caso se refiere a la oración que se hace en favor de un amigo.

White, hablando sobre la oración que se hace por un amigo declara “Buscad al Señor con fervorosa oración y ayuda...Más tomad la Palabra y con amor tierno y anheloso por las almas, mostradles la preciosa justicia de Cristo, a quienes vosotros y ellos deben acudir para ser salvos.”<sup>1</sup>

Además, Sandoval Jiménez refuerza esta idea al decir que la oración quita prejuicios, luego, enumera algunos ejemplos que cita directamente de Elena White, como el de Natanael, y sigue diciendo “no presentéis con insistencia y con mucha fuerza vuestros puntos de vista peculiares. Hablad con ellos al principio de temas acerca de los cuales tenéis unanimidad. Arrodillaos con ellos en oración y con fe humilde presentad vuestras peticiones al trono de la gracia. La oración logra más por la ganancia de las almas que las meras palabras.”<sup>2</sup>

A esto, White continúa diciendo “En la tarea de rescatar almas de sus engaños, se realizará mucho más por medio de la oración humilde hecha por el espíritu de Cristo que utilizado muchas palabras sin oración”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Elena White, *Palabras de Vida Del Gran Maestro* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 135.

<sup>2</sup> Sandoval Jiménez, “Un seminario para incrementar la participación en evangelismo personal en la iglesia central de Cárdenas”, 53.

<sup>3</sup> Elena White, *La Oración* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 55.

## **Ocuparse por los matrimonios de los no creyentes**

Esta estrategia es poco usual pero cuando se logra concretar, los resultados suelen ser dos principalmente, la pareja se logra reconciliar y a través de lo que se hizo por la pareja y debido a los consejos que se les dio, ellos muestran interés para hacer de Dios el centro de su matrimonio pues fue él quien los volvió a juntar. Hubo una vez cuando Elena White escribió larga carta dirigida a Mary Nelson, en marzo de 1902. Donde le aconsejó al matrimonio Nelson a fin de que pudieran unirse otra vez como familia.<sup>1</sup>

## **Ocuparse en mejorar el estilo de vida de los interesados**

Es evidente lo útil que resulta la rama de la salud al momento de hacer evangelismo, muchos han logrado establecer un contacto por medio de este medio. Es como dice Bolaños Aurelio citando a Elena White hablando sobre la salud como medio evangelizador “Es la maquinaria por la cual se prepara el terreno para la siembra de la semilla de la verdad, y también la herramienta con la que se recoge la cosecha.”<sup>2</sup>

Ahora bien, refiriéndose a esta estrategia como puerta de entrada para generar intereses Bolaños sigue diciendo “Siendo que es la mano derecha del

---

<sup>1</sup> Ellen Gould Harmon White, *Hijas de Dios: mensajes especiales para la mujer* (Asociación Publicadora Interamericana, 2008), 183.

<sup>2</sup> Jacob Aurelio Bolaños Jiménez y José M. Espinosa Almazán, “Programa de instrucción para la plantación de nuevas iglesias a través de los grupos pequeños en la Asociación Azteca” (Universidad de Montemorelos, 2018), 43.

evangelio, lleva a hombres y mujeres a conocer los hábitos correctos de la vida y el tratamiento de enfermedades que abrirán la puerta del evangelio.”<sup>1</sup>

### **Eventos y campañas de iglesia**

Con respecto a este tipo de evangelismo, de cierta forma los miembros han sido parte de él, alguna vez un miembro regular en la iglesia lo ha visto de manera interna o externa. Sebastián rivera también dice que “el evangelismo público son reuniones públicas o conferencias donde se proclama el evangelio. También se les llama campaña de evangelismo la presentación del mensaje del tercer ángel en sus aspectos más amplios y efectivos... evangelismo público es reuniones o conferencias públicas para alcanzar personas con el evangelio para hacerlas discípulos de Cristo.”<sup>2</sup>

### **Importancia de aplicar el evangelismo público**

El evangelismo público es una de las estrategias evangelísticas más aplicadas por la Iglesia Adventista de Séptimo Día, y uno de los más eficaces en cuanto a resultados. Es como declara Arroyo Kedney cuando habla sobre el evangelismo público, “el evangelismo público es de las maneras más efectivas de fomentar el crecimiento en la iglesia. En la iglesia Adventista del Séptimo Día, el evangelismo público juega un papel muy importante en el crecimiento de la

---

<sup>1</sup> Bolaños Jiménez y Espinosa Almazán, 44.

<sup>2</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, “La metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión”, 222.

misma. En contraste donde no se llevan a cabo esfuerzos de evangelismo público la iglesia revela poco índice de crecimiento.”<sup>1</sup>

### Estrategias para aplicar lo eventos y campañas de iglesia

Hay gran variedad de formas en la cuales el evangelismo público se puede aplicar, sin embargo, se deja en claro que esta investigación se centra en las estrategias de primer contacto, así que con eso en mente se pasa a describir las estrategias.

Siguiendo la idea de Burril, él dice que se pueden aplicar Series de evangelismo de una o varias semanas, y estas pueden variar tanto en temas proféticos como de otra índole, además de seminarios en días específicos como los sábados cubriendo temas en particular y doctrinas de la iglesia. En resumidas palabras compartir el mensaje adventista de una manera pública.<sup>2</sup>

### **Invitación a eventos especiales de la iglesia**

Otra estrategia es invitar directamente a las personas a asistir a la iglesia para un evento especial, ya sea a través de un volante, tocando puertas o perifonear que se llevará una actividad especial en la iglesia. Está el ejemplo de los miembros de la iglesia en Europa, cuando se enteraron que Elena White

---

<sup>1</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 77.

<sup>2</sup> Russell Burrill, *How to Grow an Adventist Church* (Hart Research Center, 2009), 29.

estaría en Valence “los hermanos de la iglesia salieron a invitar a sus amistades y a despertar interés en la reunión que tendría lugar por la noche.”<sup>1</sup>

## **Seminarios**

Una estrategia que de igual forma es atrayente para las personas, son los seminarios de interés común, como los seminarios de salud, matrimonios etc. En este contexto Elena White recomienda impartir seminarios de instrucción para los interesados al decir que “en los lugares donde se efectúan campañas de evangelismo, debiera haber salas adecuadas para reunir a las personas que han manifestado interés en la verdad, a fin de instruirlos.”<sup>2</sup>

## **Programas infantiles**

Es notable la cantidad de asistencia de niños cuando en la iglesia se implementan programas como estos, es por eso que Presuel Miguel dice en base a un estudio realizado por su persona que “cuando... programamos reuniones para niños en salones especiales... asisten muchos miembros y visitantes... Los encuestados esperan que la iglesia estimule a los niños a que vengan a los cultos, para ayudarlos a ser mejores cristianos. Definitivamente, conviene realizar cultos nocturnos que atraigan a los niños.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> D. A. Delafield y Martha Limbert de Gudjemián, *Elena G. de White en Europa* (Buenos Aires, Argentina: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1979), 265.

<sup>2</sup> White, *Testimonios Para La Iglesia*, 90.

<sup>3</sup> Miguel A. Presuel Euán y Extensión Andrews University, “Estrategias para mejorar la asistencia a los cultos nocturnos de la Iglesia de Mérida 61” (Universidad de Montemorelos, 2002), 81.

Además, no se debe de olvidar que, cuando los niños van a la iglesia, deben de ser acompañados de alguien, de modo que, si el niño asiste al programa, también lo harán sus padres.

### **Escuela Bíblica de Vacaciones**

La Escuela Bíblica de Vacaciones, o curso de cultura cristiana como se le conocía antes, es una estrategia aplicada por la iglesia una vez al año, en estas se ofrece atención a niños que pisan la iglesia por primera vez y es generadora de múltiples. López Yáñez citando a Sánchez Daniel al respecto, dice que “se pueden realizar actividades para niños que pueden ser instrumentos para evangelizar tanto a niños como a padres. Entre éstas se incluyen la Escuela Bíblica de Vacaciones... para niños.”<sup>1</sup>

Además, continúa diciendo que “El ministerio a los niños es frecuentemente el punto de entrada a la comunidad... Para que esta sabia estrategia sea perdurable se debe ministrar a las necesidades de los niños, concentrando tiempo y energía en la instrucción a sus padres.”<sup>2</sup>

Como se muestra, a raíz de esta estrategia se pueden originar nuevos contactos para con los padres, esto se puede lograr en las clausuras de esta misma, siempre y cuando los esfuerzos persistan después incluso de haber concluido la semana de Escuela Bíblica de Vacaciones.

---

<sup>1</sup> López Yáñez, “Seminario Para Preparar Líderes Laicos Para El Evangelismo Urbano En El Noreste de México”, 61.

<sup>2</sup> López Yáñez, 61.

## Evangelismo urbano

El evangelismo urbano es como lo dice Arroyo Rubén, junto con López Isidro citando a Burrill, “la Proclamación del evangelio de Jesucristo en centros de población multitudinaria”<sup>1</sup>. Agregando a esto López Isidro continúa diciendo citando a Ferreira “Evangelismo urbano es la evangelización de la ciudad, principalmente en las grandes ciudades.”

### Importancia de la aplicación del evangelismo urbano

Varios autores notan la importancia de este método de evangelismo, pues las grandes ciudades no se debieran descuidar, Elena White dice “he aquí nuestras ciudades y la necesidad que tienen del evangelio. Por más de veinte años ha sido mantenida delante de mí la necesidad de realizar trabajo fervoroso entre las multitudes de las ciudades. ¿Quién está llevando la carga por nuestras grandes ciudades?”<sup>2</sup>

Argumentando más al respecto Isidro continúa diciendo, citando a Elena White, que “El solemne y sagrado mensaje de amonestación debe proclamarse en los campos más difíciles y pecaminosas, en todo lugar donde no haya todavía la luz del gran triple mensaje. Cada uno ha de oír la última cena invitación a la cena de las bodas del cordero.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 13.

<sup>2</sup> Ellen Gould Harmon White, *Notas biográficas* (Asociación Publicadora Interamericana, 1994), 495.

<sup>3</sup> López Yáñez, “Seminario Para Preparar Líderes Laicos Para El Evangelismo Urbano En El Noreste de México”, 21.

No cabe duda que el predicar el evangelio en las zonas urbanas es de vital importancia, es por eso que a continuación se presentan las siguientes estrategias para evangelizar en centros urbanos y en las grandes ciudades.

### Estrategias aplicadas en el evangelismo urbano

Si se prefiere optar por usar el evangelismo, de igual forma hay estrategias que sirven para generar primeros contactos con personas y generar interés por la Biblia y por la iglesia, las cuales se muestran a continuación.

#### **Campañas de evangelismo al aire libre**

Anteriormente ya se había tocado el tema, pero ahora se hace hincapié en hacer campañas en centros de población multitudinaria, ya sea en plazas, parques etc. Sol José presenta esta idea y dice que el realizar este tipo de actividades al aire libre genera buenos resultados, y se puede realizar ya sea en un kiosco, en algún jardín ya sea de alguna plaza o de alguna colonia.<sup>1</sup>

Incluso Elena White apoya esta idea cuando dice al respecto que “Deberíamos celebrar convocatorias para la oración, pidiendo al Señor que abra el camino para que la verdad entre en las plazas fuertes donde Satanás ha instalado su trono, y disipe la sombra que ha echado sobre el camino de aquellos que está tratando de engañar y destruir”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sol Martínez y Extensión Andrews University, “Programa de reclutamiento, capacitación y motivación de líderes de grupos pequeños”, 84.

<sup>2</sup> Elena G. de White, *En los lugares celestiales* (Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas : Pacific Press Publishing Association, 1968), 95.

## **Servicio a la comunidad**

Según el instituto universitario de Tecnología, el servicio comunitario es “la actividad que se debe desarrollar en las comunidades aplicando los conocimientos científicos, culturales, deportivos y humanísticos, en beneficio de la comunidad, para cooperar con su participación al cumplimiento de los fines del bienestar social.”<sup>1</sup>

Ahora bien, si se quisiera aprovechar este recurso con fines evangelísticos, habría muchos nuevos contactos que se podrían dar y así generar intereses. Apoyando esta idea, Sebastian David sugiere la obra misionera a través del servicio comunitario al decir que “a través de los actos humanitarios nosotros podemos hacer conocer el justo, misericordioso y amante carácter de Dios... a través del servicio... la iglesia tiene la oportunidad de involucrarse con la comunidad como de otra manera no puede ser posible.”<sup>2</sup>

Además, Sebastian continúa diciendo que “A través de los dones espirituales y adiestramiento estos ministerios proveen innumerables oportunidades para el servicio a la comunidad.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> “¿Qué es servicio Comunitario?”, *Instituto Universitario de Tecnología Readic UNIR*. consultado el 17 de octubre de 2019, <https://www.unir.edu.ve/que-es-servicio-comunitario/>.

<sup>2</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, “La metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión”, 52 y 53.

<sup>3</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, 53.

## **Evangelismo de publicaciones en las plazas**

Anteriormente se había hablado de las publicaciones, sin embargo, ahora se hace énfasis en el repartir literatura folletos etc. En las plazas en las ciudades, calles etc.

Arroyo Rubén haciendo alusión al tema dice que “Las publicaciones son un medio indispensable para la evangelización, pues tiene un alcance ilimitado y se deben aprovechar en todas sus posibilidades a fin de alcanzar al habitante de la ciudad”. Además de esto, en relación a la repartición de literatura en los medios urbanos continúa diciendo que:

“Otra forma de evangelizar con las publicaciones es la distribución de ejemplares de la Biblia, a esta estrategia se le conoce como un medio eficaz para evangelizar los centros urbanos. Se puede ofrecer como obsequio a las personas interesadas en estudiarlas. Otra estrategia importante es el ofrecer revistas y folletos que presenten la verdad de la Palabra de Dios y a Cristo como un Salvador personal. Una buena variante sería el ofrecer a la venta materiales cristianos en librerías diseñadas con este propósito”<sup>1</sup>

### **La pre-aproximación**

Este proceso es el que se sigue antes de empezar de lleno con el evangelismo personal a cualquier persona. La pre-aproximación es decir antes de ir hacia la persona es un concepto es muy importante ya que garantiza que la visita o la obra misionera que vallamos a realizar tenga éxito y consiste en los siguiente.

---

<sup>1</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 76.

## Fijarse un blanco

Es indispensable que antes que salgamos nos fijemos un plan de a cuantos queremos alcanzar y eso es confirmado por Elena de White cuando dice “El trabajo debería tener un blanco definido y ser completo.”<sup>1</sup>

Y de igual manera en otro libro argumenta “Fijaos un blanco alto y ascended...aunque represente esfuerzo y sacrificio.”<sup>2</sup>

A través de estos concejos podemos decir que debemos fijarnos un blanco elevado de almas, pueden ser 2, 3, 5, 10 etc. Dichas almas pueden ser ganadas en un año una campaña. Cuando nos proponemos cosas grandes para Dios, el hará grandes cosas para nosotros.

## Hacer una lista de posibles candidatos

Es indispensable y coherente que antes de salir hagamos una lista de con que personas aplicaremos estas estrategias y anotarlas para así pasar al siguiente paso. De hecho, fieles misioneros acostumbraban colocar su lista de posibles candidatos en un lugar visible de su cámara secreta de audiencia con Dios.

Ahora, no solo tener una lista, hay que investigar el tipo de personas con la que vamos a tratar. Por ejemplo, en el occidente antioqueño, las misioneras Lauristas lo que hicieron fue conocer tanto las ideas de mundo que tenían los Catíos como sus prácticas cotidianas. Las Estrategias de evangelización y

---

<sup>1</sup> Elena G. de White, *Conducción del niño* (Asociación Casa Editora Sudamericana, 1964), 365.

<sup>2</sup> Elena White, *Mensajes para Los Jóvenes* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 98.

metodología utilizada por ellas se llamó “método racional adoptado en cada caso”, y consistía en aprender las creencias indígenas para comenzar a “educar” desde “los conceptos conocidos a los desconocidos.”<sup>1</sup>

## Orar

Ya hemos hablado de la importancia de orar y cuando el fiel misionero se ha fijado un blanco, tiene su lista, entonces es tiempo de orar por ellos, pidiendo valor, sabiduría y tacto para el momento de la aproximación. D. Oremos por valor y denuedo para evangelizar.

Jerry Laursen hace un comentario al respecto diciendo que en Estamos entrando en el campo del enemigo, y raptando sus esclavos para sacarles a la luz y salvación. Si uno no siente la seriedad de la batalla, no debe ser soldado. En resumen: Antes de evangelizar, es importante orar: por gente para que nos ayude en proyectos de evangelismo, por mantener una vida limpia, por oportunidades de compartir nuestra fe, y por denuedo.”<sup>2</sup>

También Elena White dice que “acompañada de del poder de persuasión, del poder de la oración, del poder del amor de Dios, esta obra no será ni puede ser infructuosa.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Upegui, “Estrategias de evangelización y catequización de las misioneras Lauritas en el Occidente Antioqueño (1914-1925)”.

<sup>2</sup> “¿Cuál es el papel de la oración en el evangelismo? Obrero fiel”, consultado el 14 de mayo de 2017, <http://obrerofiel.com/cual-es-el-papel-de-la-oracion-en-el-evangelismo/>.

<sup>3</sup> Elena White, *El Ministerio de la Bondad* (CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014), 101.

## Ayunar

El ayunar es de vital importancia si es que queremos tener éxito en nuestro evangelismo pues Cristo lo instituyó como una necesidad para la preparación y fortaleza espiritual del cristiano, (Marcos 2:19).

En Hch 14:22-23 se encuentra el siguiente relato “confirmando los ánimos de los discípulos, exhortándolos a que permanecieran en la fe y diciéndoles: «Es necesario que a través de muchas tribulaciones entremos en el reino de Dios». Constituyeron ancianos en cada iglesia y, después de orar y de ayunar, los encomendaron al Señor en quien habían creído”.

El propósito del ayuno es el de afligir el alma ante Dios humillándonos y dándole lugar para que nos prepare nos santifique nos use con su poder.

El mismo papa Juan Pablo VI dice que “la Iglesia ha visto siempre oración-ayuno... las formas fundamentales para cumplir con el precepto divino”.<sup>1</sup> En otras palabras: la penitencia, es decir, la conversión de lo malo a lo bueno, y de lo bueno a lo mejor, se produce en los cristianos fundamentalmente por el camino de la oración, el ayuno.

## Buscar intereses

No es bueno orar, ayunar y esperar que Dios haga todo el trabajo. Al mismo tiempo en que la oración y el ayuno inician, también se debe salir en busca de nuevos miembros.

---

<sup>1</sup> “Paenitemini (17 de febrero de 1966) | Pablo VI”, consultado el 14 de mayo de 2017, [http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost\\_constitutions/documents/hf\\_p-vi\\_apc\\_19660217\\_paenitemini.html](http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost_constitutions/documents/hf_p-vi_apc_19660217_paenitemini.html).

Robert Lee Dice que “la ley fundamental de la pesca de hombres es ir a pescarlos. Pasearse a la orilla de un río no es pescar. Contemplar el mar poblado de peces tampoco... Los hombres tienen que proponerse capturar peces, si lo que andan buscando es pesca.”<sup>1</sup>

Como se observa, no es suficiente con pedir y soñar, sino hay que actuar. Siguiendo estos pasos el éxito del evangelista es inminente.

### **Observaciones importantes**

A continuación, se presentarán algunos aspectos los cuales ayudaran a tener un evangelismo más efectivo y que reforzaran la idea de estas estrategias mencionadas, entre ellas esta:

#### La actitud del evangelista

Es increíble la diferencia que hace un hombre dispuesto a hacer la obra de Dios que otro que no está interesado y esto lo apoya Sebastián Rivera cuando dice que cuando Pablo le dice a Timoteo que haga obra de evangelista, le está indicando que es portador de buenas nuevas de salvación. Se debe destacar que en el tiempo de los apóstoles las iglesias eran organizadas con propósitos misioneros. El hacer evangelismo o ser evangelista no era una opción, se entrenaban líderes locales para que atendieran la congregación en cada ciudad y

---

<sup>1</sup> Robert Green Lee y Agustín Gil Lasierra, *Cómo conducir un alma a Cristo* (Editorial Clie, 1980), 22-23, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=184663>.

los apóstoles seguían adelante con la evangelización y el establecimiento de iglesias.<sup>1</sup>

Y no solo eso, sino que además refuerza la idea diciendo que “estas nuevas iglesias se encargaban de seguir evangelizando sus comunidades. Por lo tanto cada pastor e iglesia era un evangelista, las iglesias no esperaban por profesionales para hacer la tarea del evangelismo.”<sup>2</sup> Entonces como se puede apreciar, no es lo mismo tener a alguien que tiene el deseo y la actitud a otro que no hace nada para cumplir la misión.

Ahora bien, Alfonso Aguillón comenta que “Para que una persona sea comprometida en su trabajo y se dé la realización del mismo, no necesariamente ésta debe estar satisfecha con su trabajo, sino que se encuentre comprometido con su labor. Muchos empleados ni siquiera reciben una gratificación por realizar su trabajo, pero sí se sienten motivados a hacerlo.”<sup>3</sup>

### Decisiones verdaderas solo las produce el Espíritu Santo

Indudablemente si alguien es el único que puede entrar a un corazón es Dios, por tanto, el Espíritu Santo es el que se encarga de la conversión y la transformación. Haciendo énfasis en esto, Armenta Héctor dice que “el impulso

---

<sup>1</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, “La metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión”, 6.

<sup>2</sup> Sebastian Rivera David Lancelot, 7.

<sup>3</sup> Luis Alonso Aguillón López, “La capacitación y la motivación como influyentes en el nivel de desempeño de los líderes de pequeñas congregaciones de la Misión Occidental y la Misión Central de El Salvador” (Universidad de Montemorelos, 2009), 35.

para la evangelización, indudablemente fue la presencia del Espíritu Santo en la vida de los apóstoles. El Espíritu Santo los transformo en hombres de Dios y los hizo realmente apóstoles en pleno sentido de la palabra... En el libro de Hechos podemos notar que el Espíritu Santo es el iniciador, motivador y superintendente de las misiones mundiales.”<sup>1</sup>

### Tener amor por con los evangelizados

El amor por Dios y por las almas es el motor del evangelismo pues el mandato es ama a Dios con todo tu corazón y a tu prójimo como a ti mismo y Juan Pedro dice que “es quizá esta cualidad la que fundamenta el hecho que muchos creyentes no ganen almas para su maestro... Justamente el amor que se concreta en obras es el que debemos nosotros tener. No meramente un sentimiento interior, sino que el verdadero amor cristiano trata de alcanzar la salvación de los perdidos.”<sup>2</sup>

### Resumen

En este capítulo se abordó la importancia de realizar la labor del evangelismo junto con las diferentes estrategias de primer contacto que han sido ocupadas por la iglesia para cumplir este cometido. También, se dieron a conocer algunos consejos encontrados en la literatura que tratan sobre lo que hay que

---

<sup>1</sup> Armenta Espinoza, “Un programa para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia Adventista de Salamanca, Guanajuato, México”, 41.

<sup>2</sup> Marino, *Me seréis testigos*, 32.

hacer antes de aplicar cualquier estrategia, además que se hicieron algunas observaciones importantes para tener una labor misionera más efectiva.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo se presenta la metodología aplicada para esta investigación. El estudio está organizado de la siguiente manera; primero se presentará el tipo de investigación; después se abordará lo que tiene que ver con la población; tercero, se analizará la muestra; cuarto, se estudiará la variable, y por último, la recolección de datos, esta última se divide en cinco partes: instrumento de medición, validez, confiabilidad, aplicación del instrumento y análisis de datos.

#### Tipo de investigación

Se utilizó una investigación de tipo cuantitativa ya que usa la recolección de datos, la medición numérica y el análisis estadístico.<sup>1</sup> Es descriptiva, ya que describe a una población, esta no es una descripción literaria o poética, sino una interpretación de la realidad correcta, cuantitativa y concisa, y sobre la base de la descripción se llegará a una conclusión y se tomará una decisión.<sup>2</sup>

Es de tipo no experimental, porque se realiza sin la manipulación deliberada de la variable, en ella solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para

---

<sup>1</sup> R. H. Sampieri, C. F. Collado, P. B. Lucio, *Metodología de la investigación*, 6 Edición (México: McGRAW-HILL, 2010), 5.

<sup>2</sup> Nancy Jean Vyhmeister, *BTV # 12: Manual de Investigación Teológica* (Vida, 2013), 47.

después analizarlos.<sup>1</sup> Además de que es transversal, ya que será una investigación que se llevará a cabo en un único momento, todos los datos obtenidos, recolectados etc. Se suscitarán en un solo punto del tiempo.<sup>2</sup>

### **Población**

La población que se estudió estuvo constituida por los 711 miembros bautizados del Distrito de Vallarta perteneciente a la Asociación Regiomontana, ubicada en Monterrey Nuevo León México, territorio de la Unión Mexicana del Norte.

El distrito de Vallarta, cuenta con 3 iglesias: la iglesia de La Esperanza, con una feligresía de 53 miembros bautizados, la filial de La Huasteca que cuenta con 23 miembros bautizados y la Iglesia de Vallarta cuya feligresía es de 635 miembros bautizados. Siendo así un total de 711 miembros de iglesia.

### **Muestra**

Para determinar la muestra del estudio se aplicó una fórmula,

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Donde n es= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

---

<sup>1</sup> R. H. Sampieri, C. F. Collado, P. B. Lucio, *Metodología de la investigación*, 205.

<sup>2</sup> R. H. Sampieri, C. F. Collado, P. B. Lucio, 208.

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Para obtener esta muestra se utilizó una calculadora de muestra electrónica.<sup>1</sup>

Se estableció un margen de error del 10 por ciento, con un nivel de confiabilidad del 99 por ciento. Con una población de 711 miembros del distrito de Vallarta, esto tuvo como resultado el tamaño de muestra de 135 personas.

Para la selección de las unidades de observación, se procedió a utilizar un tipo de muestreo probabilístico estratificado por racimos. En este caso, los racimos están constituidos por las iglesias que componen el distrito. De cada iglesia, se extrajo un porcentaje de acuerdo a su población, de modo que: 10 miembros pertenecen a la iglesia de La esperanza, representando un 7.4%, 4 miembros de la filial de La Huasteca, representando el 3.0%. y 121 miembros de la iglesia de Vallarta siendo el 89.6% de la población total.

### **Variable**

Variable del estudio:

Estrategias de primer contacto

---

<sup>1</sup> “Calculadora de Muestras”, consultado el 16 de octubre de 2019, [http://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php).

## Operacionalización de las variables

La operacionalización de las variables aparece en la tabla 1.

*Tabla 1*  
*Operacionalización de la variable*

Variable y su definición conceptual	Definición Operacional		
	Dimensiones y su definición conceptual	Instrumento (ítems)	Operación del Instrumento
<p>Estrategias de Primer contacto</p> <p>Proceso que se sigue con el fin de hacer que una persona se interese en las buenas nuevas de salvación.</p>	<p>Evangelismo de la Amistad</p> <p>Es un elemento específico del evangelismo personal que consiste en la aplicación directa de la palabra de Dios a las necesidades de las personas con quienes el creyente se relaciona regularmente.</p> <p>Aplicación directa de la palabra de Dios a las necesidades de las personas con quienes tengamos contacto.</p>	<p>Califique el grado en que las siguientes estrategias influenciaron en su primer contacto con la iglesia</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios</li> <li>2. Un amigo o familiar adventista oró por mí</li> <li>3. Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa</li> <li>4. Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano</li> <li>5. Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio</li> <li>6. Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud</li> <li>7. Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia</li> <li>8. Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano</li> </ol>	<p>Para medir la percepción que tienen los hermanos, del Distrito de Vallarta sobre el grado en que las estrategias de primer contacto influyeron en su proceso de conversión, se utilizó un instrumento de 33 ítems, elaborado con la ayuda del asesor metodológico.</p> <p>Para responder a este cuestionario se usó una escala tipo Likert, de la siguiente manera:</p> <p>1 = Muy poco 2 = Poco 3 = Algo 4 = Mucho 5 = Muchísimo</p> <p>La percepción del grado en que las estrategias de primer contacto influyen en el proceso de conversión se determinó a través de la media aritmética de esta escala.</p> <p>Por lo anterior, tanto para la escala general, como para las subescalas que miden cada una de sus dimensiones, se utilizaron los siguientes puntajes:</p>

			<p>1-1.8= Muy poco efectiva</p> <p>1.9-2.6= Poco efectiva</p> <p>2.7-3.4= Algo efectiva</p> <p>3.5-4.2= Efectiva</p> <p>4.3-5= Muy efectiva</p>
	<p>Obra misionera Tradicional</p> <p>Obra de un creyente al mostrar a otra persona, con base en la Palabra de Dios, su necesidad como pecador perdido y culpable, de la salvación provista por Dios por medio de Cristo</p>	<p>9. Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital</p> <p>10. Me ofrecieron estudios bíblicos</p> <p>11. Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo</p> <p>12. Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.)</p> <p>13. Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mí</p> <p>14. Me invitaron a una campaña de grupo pequeño</p> <p>15. Me regalaron una revista o folleto cristiano</p> <p>16. Me inscribieron a la voz de la Esperanza</p> <p>17. Me regalaron un CD (Película Cristiana, Música Cristiana)</p>	
	<p>Eventos y campañas de la iglesia</p> <p>La serie tradicional de días o semanas de duración basadas en temas bíblicos, el propósito es compartir las peculiaridades del mensaje de una manera pública</p>	<p>18. Me invitaron a un seminario de salud</p> <p>19. Me invitaron a un seminario de matrimonios</p> <p>20. Me invitaron a una campaña evangelística</p> <p>21. Me invitaron a una brigada médica en la iglesia</p> <p>22. Me invitaron a un concierto cristiano</p> <p>23. Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza</p> <p>24. Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones</p>	
	<p>Evangelismo Urbano</p> <p>Proclamación del evangelio de Jesucristo en centros de</p>	<p>25. Conocí a la iglesia por medio de una super-misión</p> <p>26. Alguien oró por mí en la plaza</p> <p>27. me obsequiaron un libro en la calle</p> <p>28. Conocí a la iglesia por un concierto en la calle</p>	

	población multitudinaria	29. Conocí a la iglesia por un sermón en la calle 30. Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia 31. Me invitaron a una brigada médica en una plaza 32. Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo) 33. Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	
--	-----------------------------	---	--

### **Recolección de datos**

A continuación, se describe cómo se planea recolectar los datos, así como el instrumento que se usó para hacerlo.

#### **Instrumentos de medición**

Debido a que no se encontró un instrumento en la literatura que ayuda a satisfacer las necesidades de esta investigación, se procedió a hacer un instrumento propio utilizando la tabla de operacionalización de la variable. El instrumento fue supervisado por el asesor metodológico en función, el Dr. Alberto Valderrama. La primera versión del instrumento estuvo constituida por 32 ítems y fue sometida a una evaluación de validez de contenido que se expone a continuación.

#### **Validez**

Una vez hecho el instrumento se consultó a seis expertos en el tema para que evaluaran la pertinencia y la claridad de los ítems e hicieran las observaciones correspondientes las cuales se muestran a continuación:

Se recomendó en las observaciones generales que se agregará en la sección de evangelismo de la amistad, un ítem que incluyera a los familiares, a lo cual se optó en poner en cada ítem la palabra familiar. De igual forma se hizo el señalamiento de que sería oportuno agregar un ítem que incluyera el evangelismo en las redes sociales a lo que se procedió a agregarlo.

En el ítem 3, 4 y 6 se hizo indicó que no eran tan claros, así que se recomendó especificarlos más, para el ítem 5 se recomendó corregirlo ortográficamente. Respecto a los ítems 12 al 15 y 21 se dijo que fueran más claros por lo tanto se corrigieron. En el ítem 24 se aconsejó que se asegurara que la persona entrevistada conociera el término super-mision. Finalmente, del ítem 25 al ítem 27 se dijo que no eran tan claros, de manera que se modificaron. Como resultado de esta evaluación de contenido se obtuvo un instrumento al cual se procedió a hacerle un análisis de confiabilidad que se explica a continuación. Los resultados de la evaluación de contenido se pueden apreciar en el apéndice A.

### **Confiabilidad**

Para cerciorarse de la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a 20 miembros de iglesia pertenecientes a la Iglesia Adventista de “El Pueblo”, Distrito del Pueblo perteneciente a la Asociación del Noreste en el municipio de Montemorelos estado de Nuevo León, con características similares a las de la población seleccionada para el presente estudio.

Después de haber aplicado la prueba piloto, se procedió a realizar una base de datos utilizando el programa SPSS<sup>1</sup>. Una vez revisada la base de datos se hizo una prueba de alpha de Cronbach para cerciorarse que el instrumento fuera confiable. Una vez hecha la prueba, el programa arrojó una confiabilidad de .924 con un total de 33 ítems por lo cual el instrumento quedó constituido de esa manera.

El instrumento definitivo se muestra en el apéndice B. Los resultados de la prueba Alpha de Cronbach se pueden apreciarse en el apéndice C.

### **Aplicación del instrumento**

Para la aplicación del instrumento se dieron los siguientes pasos:

1. Se consiguió el permiso del pastor encargado como del primer anciano de cada iglesia.
2. Se pidió un momento durante los anuncios del sábado por la mañana y dar las indicaciones correspondientes para que los miembros contestaran el instrumento.
3. Se asistió a las iglesias correspondientes y se repartió el instrumento de manera aleatoria.
4. Una vez llegado el momento se dio la instrucción y el instrumento fue aplicado de manera individual por 135 miembros bautizados del Distrito de Vallarta.

---

<sup>1</sup> IBM SPSS Statistics for Macintosh, Versión 25.0.

## **Análisis de los datos**

Para la captura de los datos y su análisis estadístico, se utilizó el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)<sup>1</sup> , con licencia adquirida por la Facultad de Teología de la Universidad de Morelia.

### **Resumen**

En este capítulo se definió la metodología que se utilizó para llevar a cabo esta investigación, se presentó el tipo de investigación, el alcance que tenía la población a estudiar, se definió la manera en la que se determinó la muestra, así como la variable y sus dimensiones.

A su vez, se describió el proceso de recolección de los datos, el instrumento de medición, la validez, la confiabilidad junto con la aplicación de este mismo. En el análisis de datos se presentó la forma en que se capturaron los datos y los análisis estadísticos con el paquete estadístico IBM SPSS.

---

<sup>1</sup> IBM SPSS Statistics for Macintosh, Versión 25.0.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

En este capítulo, se presentan los resultados obtenidos mediante el instrumento de medición, tomando en cuenta el instrumento, la muestra, la variable y sus dimensiones, y algunos análisis complementarios. Se exponen figuras y tablas con el fin de mostrar la información de manera sintetizada y entendible como se muestra a continuación.

#### **El instrumento**

Una vez aplicado el instrumento se procedió a medir su confiabilidad utilizando el programa estadístico IBM SPSS. Se aplicó la prueba estadística alpha de Combrach. El instrumento principal que estaba constituido por 33 ítems, obtuvo un alpha de .900. Este resultado se puede observar en la tabla 2. La primera dimensión, o sea evangelismo de la amistad, que tenía ocho ítems obtuvo un Alpha de .807. La segunda dimensión es decir obra misionera tradicional, que tenía nueve ítems obtuvo un Alpha de .804. A su vez la tercera dimensión compuesta por siete ítems obtuvo un Alpha de .813. y finalmente la cuarta dimensión que comprendía nueve ítems obtuvo un Alpha de .834.

Los resultados del análisis de confiabilidad del instrumento definitivo y sus dimensiones se pueden apreciar en el apéndice C.

*Tabla 2*  
*Confiabilidad del instrumento*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.900	33

### **La muestra**

La investigación fue realizada en las iglesias del Distrito de Vallarta perteneciente a la Asociación Regiomontana, ubicada en el territorio de la Unión del Norte de México. Extrayendo un número de unidades proporcional a la población de cada iglesia, se estudió a: 10 miembros de la iglesia de La Esperanza, quienes representaban un 7.4%, 4 miembros de la iglesia de La Huasteca representando un 3.0% y a 121 miembros de la iglesia de Vallarta representando un 89.6%.

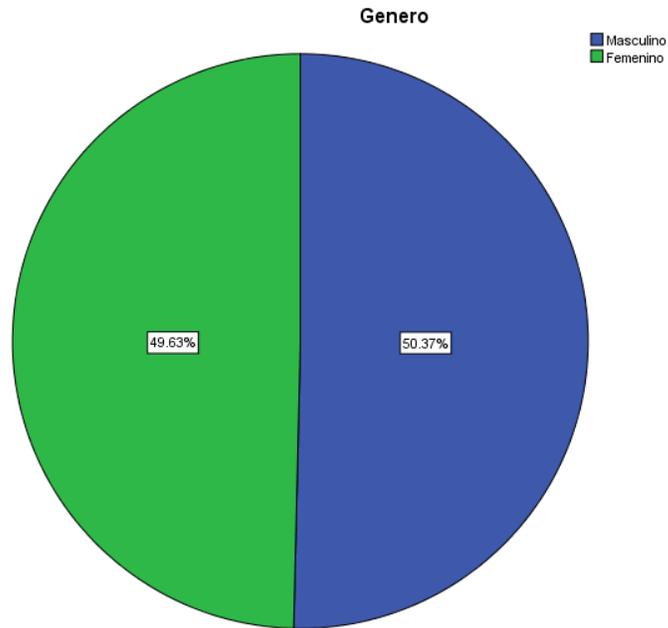
De esta manera la muestra estuvo conformada por 135 miembros.

En esta sección se describen los datos demográficos de la muestra, que son: género, edad, estado civil, años de bautizado, iglesia a la que asiste, si tiene cargo en la iglesia, y su último nivel de estudios alcanzado.

### **Género**

De los miembros consultados, 68 fueron hombres y 67 mujeres.

La figura 1 demuestra la distribución por género.



*Figura 1. Género*

### Edad

En la a tabla 3 se puede observar que, el 3.7% de los encuestados se encuentra entre los 7 a los 15 años de edad, el 28.9% entre los 16 y los 30 años, el 40.7% tiene una edad entre los 31 y 50 años, el 26.7% tiene más de 51 años.

*Tabla 3  
Edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	5	3.7	3.7	3.7
	39	28.9	28.9	32.6
Válidos	55	40.7	40.7	73.3
	36	26.7	26.7	100.0
Total	135	100.0	100.0	

### Estado civil

De los 135 encuestados, 57 dijeron que su estado civil era soltero, mientras que el 76 de ellos contestaron que estaban casados. 5 de ellos contestaron que su estado civil era otro.

La figura 3 muestra la distribución del estado civil.

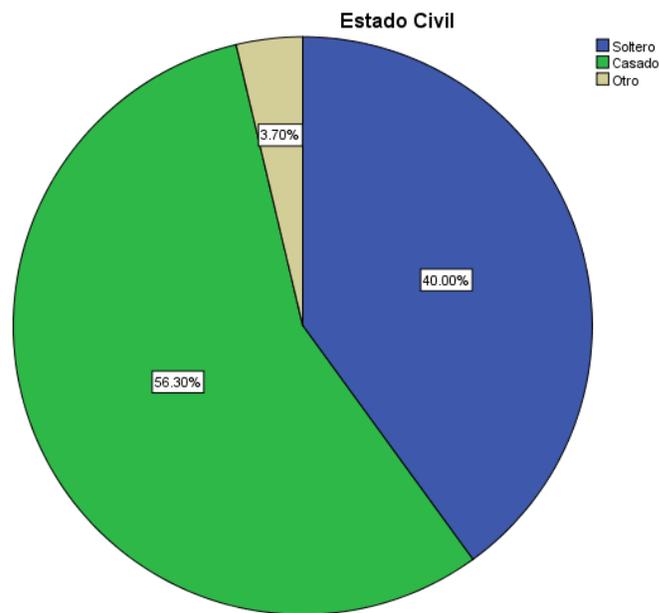


Figura 2. Estado civil

### Años de bautizado

Del 100% de los encuestados, el 59.3% tienen de 1 a 15 años de bautizado, el 20.7% tiene de 16 a 30 años de bautizado, el 14.8% de 31 a 45 años y el 5.2% de 46 años en adelante.

La tabla 4 muestra la distribución por años de bautizado.

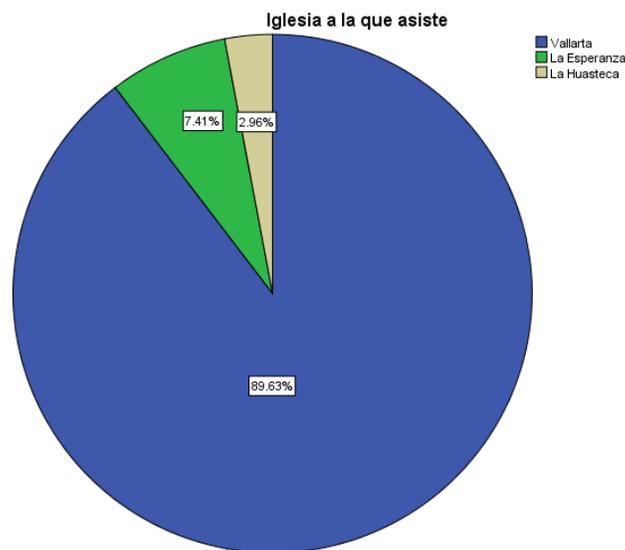
*Tabla 4*  
*Años de bautizado*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	80	59.3	59.3	59.3
	28	20.7	20.7	80.0
Válidos	20	14.8	14.8	94.8
	7	5.2	5.2	100.0
Total	135	100.0	100.0	

### Iglesia a la que asiste

Del total de encuestados 121 pertenecen a la iglesia de Vallarta, 10 de ellos a la iglesia de La Esperanza y 4 a la iglesia de La Huasteca.

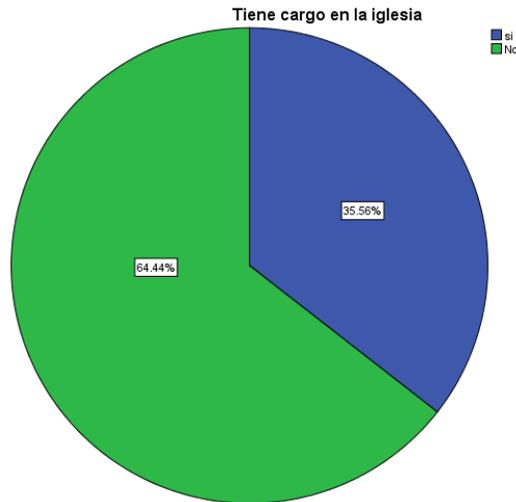
La figura 3 presenta la distribución de las iglesias a las que asiste la muestra.



*Figura 3. Iglesia a la que se asiste*

### Tiene cargo en la iglesia

La figura 4 muestra como 48 miembros fungen un cargo en su iglesia, mientras que 87 respondieron que no tiene algún cargo en su iglesia.

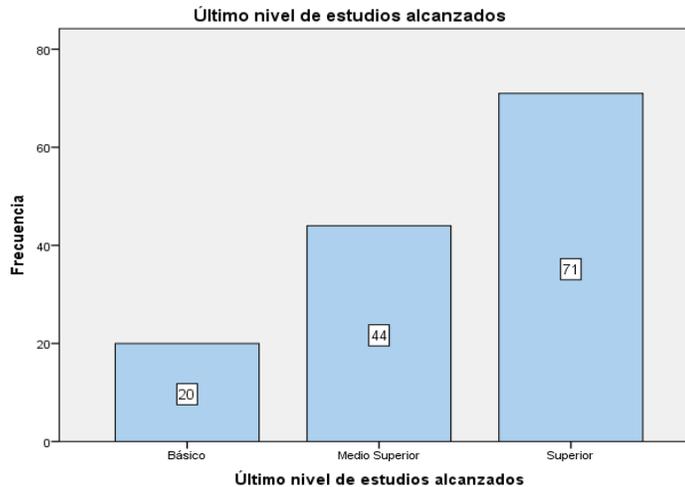


*Figura 4. Tiene cargo en la iglesia*

### Último nivel de estudios alcanzado

Referente al último nivel de estudios alcanzados, el 14.8% dijo que había alcanzado el nivel básico, el 32.6% dijo que había alcanzado el nivel medio superior, y el 52.6% el nivel superior.

La figura 4 muestra el nivel de estudios alcanzado por los encuestados.



*Figura 5. Nivel de estudios alcanzados*

### **Análisis univariado**

Esta investigación pretendió contestar la pregunta ¿Cuáles son las estrategias evangelísticas de primer contacto percibidas por los hermanos del Distrito de Vallarta como más efectivas en el proceso de la conversión en el año 2019?

Para medir la variable se utilizó un instrumento de 33 ítems con una escala de respuestas de 1 a 5, así: 1=Muy poco 2=Poco 3=Algo 4=Mucho 5=Muchísimo.

De acuerdo con estos puntajes se establecieron las siguientes medidas de percepción de efectividad de las estrategias evangelísticas estudiadas en el proceso de conversión.

1-1.8= Muy poco efectiva

1.9-2.6= Poco efectiva

2.7-3.4= Algo efectiva

3.5-4.2= Efectiva

4.3-5= Muy efectiva

Para responder a la pregunta de investigación, se hizo un análisis descriptivo de la variable utilizando la media aritmética.

Se encontró que los hermanos utilizaron un rango de 3.18 puntos que van entre 1 y 4.18. Como se puede observar este rango se ubica entre muy poco efectiva y efectiva, siendo el puntaje más alto cercano a muy efectiva.

Se encontró, además, que la media general estuvo ubicada en 2.08, que se encuentra en el rango de algo efectiva. La mediana se ubicó en 1.96 y la moda en 1.88, es decir en el rango poco efectiva. Todos estos datos se pueden ver en el apéndice C.

En la tabla 5 se presenta la distribución de frecuencia de las medias. Se observa que la tendencia del 34.1 por ciento de la población está orientada a percibir las estrategias de primer contacto estudiadas, como muy poco efectivas en el proceso de la conversión. El 49.1 por ciento de la población está orientada a percibir las estrategias de primer contacto estudiadas como poco efectivas. El 11.6 por ciento tienden a percibir las estrategias estudiadas como algo efectivas en el proceso de la conversión. Por último, el 5.2 por ciento tienden a percibir las estrategias estudiadas como efectivas en el proceso de la conversión. No hubo personas que percibieron las estrategias, en general, como muy efectivas.

*Tabla 5*  
*Estrategias de primer contacto*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	1.00	1	.7	.7
	1.06	1	.7	1.5
	1.09	1	.7	2.2
	1.12	2	1.5	3.7
	1.18	1	.7	4.4
	1.21	2	1.5	5.9
	1.30	2	1.5	7.4
	1.33	3	2.2	9.6
	1.36	1	.7	10.4
	1.45	3	2.2	12.6
	1.48	4	3.0	15.6
	1.52	2	1.5	17.0
	1.55	6	4.4	21.5
	1.58	2	1.5	23.0
	1.61	1	.7	23.7
	1.64	3	2.2	25.9
	1.67	4	3.0	28.9
Válidos	1.70	1	.7	29.6
	1.73	3	2.2	31.9
	1.76	1	.7	32.6
	1.79	2	1.5	34.1
	1.82	2	1.5	35.6
	1.85	4	3.0	38.5
	1.88	7	5.2	43.7
	1.91	4	3.0	46.7
	1.94	3	2.2	48.9
	1.97	2	1.5	50.4
	2.00	3	2.2	52.6
	2.03	5	3.7	56.3
	2.06	5	3.7	60.0
	2.09	3	2.2	62.2
	2.12	1	.7	63.0
	2.18	3	2.2	65.2
	2.24	3	2.2	67.4
	2.27	2	1.5	68.9
	2.30	2	1.5	70.4

2.33	2	1.5	1.5	71.9
2.39	4	3.0	3.0	74.8
2.42	2	1.5	1.5	76.3
2.45	1	.7	.7	77.0
2.48	1	.7	.7	77.8
2.52	2	1.5	1.5	79.3
2.55	1	.7	.7	80.0
2.58	3	2.2	2.2	82.2
2.61	3	2.2	2.2	84.4
2.64	2	1.5	1.5	85.9
2.67	2	1.5	1.5	87.4
2.70	1	.7	.7	88.1
2.73	1	.7	.7	88.9
2.79	1	.7	.7	89.6
2.85	1	.7	.7	90.4
2.91	1	.7	.7	91.1
2.97	1	.7	.7	91.9
3.06	1	.7	.7	92.6
3.30	1	.7	.7	93.3
3.33	2	1.5	1.5	94.8
3.48	2	1.5	1.5	96.3
3.61	1	.7	.7	97.0
3.67	1	.7	.7	97.8
3.85	1	.7	.7	98.5
4.00	1	.7	.7	99.3
4.18	1	.7	.7	100.0
Total	135	100.0	100.0	

### Evangelismo de la amistad

Para medir la dimensión evangelismo de la amistad, se utilizaron 8 de los 33 ítems.

Siguiendo los mismos parámetros usados en la escala general se encontró que, en esta dimensión, los encuestados utilizaron todo el rango de la escala, es decir, entre muy poco efectiva y muy efectiva.

La media general estuvo ubicada en 2.70, que se encuentra en el rango de algo efectiva. La mediana se ubicó en 3.0 es decir algo efectiva y la moda en 1.00, o sea en el rango muy poco efectiva.

En la tabla 6 se presenta la distribución de frecuencia de las medias. Se observa que la tendencia del 31.9 por ciento de la población está orientada a percibir las estrategias enmarcadas en el evangelismo de la amistad como muy poco efectivas en el proceso de la conversión. El 17.7 por ciento de la población está orientada a percibir estas estrategias como poco efectivas. El 16.3 por ciento tienden a percibir las como algo efectivas en el proceso de la conversión. El 20 por ciento tienden a percibir las como efectivas en el proceso de la conversión. Por último, el 14.1 por ciento, tiende a ver el evangelismo de la amistad como una estrategia muy efectiva en el proceso de la conversión.

*Tabla 6*  
*Evangelismo de la amistad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	1.00	36	26.7	26.7
	1.50	7	5.2	31.9
	2.00	9	6.7	38.5
	2.50	15	11.1	49.6
Válidos	3.00	22	16.3	65.9
	3.50	10	7.4	73.3
	4.00	17	12.6	85.9
	4.50	3	2.2	88.1
	5.00	16	11.9	100.0
	Total	135	100.0	100.0

## Obra misionera tradicional

Para medir la dimensión obra misionera tradicional se utilizaron 9 ítems.

Para el análisis se usó la escala general ya presentada.

Como se puede observar en la tabla 7, la muestra utilizó un rango de 1 a 4.78, ubicándolo en muy poco efectiva y muy efectiva

También se observó que la media general se ubicó en 2.10, cuyo rango se encuentra en poco efectiva. La mediana se ubicó en 2.0, es decir algo efectiva. Y la moda en 1.33, lo cual da un rango de muy poco efectiva.

Además, se observó que la tendencia del 41.5 por ciento de la población percibe las estrategias relacionadas con la obra misionera tradicional como muy poco efectivas. El 34.8 por ciento de la población está orientada a percibir las como poco efectivas. El 17.8 por ciento perciben estas estrategias como algo efectivas en el proceso de la conversión. El 2.2 por ciento las perciben como efectivas. Y finalmente, el 3.7 por ciento, tienden a verlas como muy efectivas en el proceso de la conversión.

En la tabla 7 se presenta la distribución de frecuencia de acuerdo con la dimensión de obra misionera tradicional.

*Tabla 7*  
*Obra misionera tradicional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	1.00	7	5.2	5.2
	1.11	4	3.0	8.1
	1.22	9	6.7	14.8
	1.33	12	8.9	23.7
	1.44	8	5.9	29.6
	1.56	4	3.0	32.6
	1.67	6	4.4	37.0
	1.78	6	4.4	41.5
	1.89	5	3.7	45.2
	2.00	9	6.7	51.9
	2.11	8	5.9	57.8
	2.22	8	5.9	63.7
	2.33	8	5.9	69.6
	2.44	5	3.7	73.3
Válido	2.56	4	3.0	76.3
	2.67	4	3.0	79.3
	2.78	6	4.4	83.7
	2.89	3	2.2	85.9
	3.00	4	3.0	88.9
	3.11	3	2.2	91.1
	3.22	1	.7	91.9
	3.33	3	2.2	94.1
	3.56	1	.7	94.8
	3.67	1	.7	95.6
	4.11	1	.7	96.3
	4.33	3	2.2	98.5
	4.56	1	.7	99.3
	4.78	1	.7	100.0
	Total	135	100.0	100.0

## Eventos y campañas de iglesia

De igual forma se hizo el análisis para medir la dimensión Eventos y campañas de iglesia, para esto se utilizaron 7 ítems con la misma escala de respuestas.

En la tabla 8, se observa que la muestra respondió de 1 a 4.71, ubicando el rango entre muy poco efectiva y muy efectiva.

De igual modo se pudo examinar que la media general se ubicó en 2.04, es así como se encuentra en el rango de poco efectiva. La mediana en 1.85, lo cual equivale a muy poco efectiva, muy cerca de poco efectiva, y finalmente la moda en 1.00, lo cual indica que el rango se posiciona en muy poco efectiva.

También se observó que la tendencia del 46.7 por ciento de la población percibe las estrategias de eventos y campañas de iglesia como muy poco efectivas. El 31.8 por ciento de la población está orientada a percibir estas estrategias como poco efectivas. El 10.4 por ciento las perciben como algo efectivas en el proceso de la conversión. El 8.9 indica que son efectivas en el proceso de la conversión. Y el 2.2 por ciento, tienden a verlas como muy efectivas en el proceso de la conversión.

Se presenta la distribución de frecuencia en la tabla 8

**Tabla 8**  
**Eventos y campañas de iglesia**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.00	17	12.6	12.6
	1.14	9	6.7	19.3
	1.29	9	6.7	25.9
	1.43	10	7.4	33.3
	1.57	12	8.9	42.2
	1.71	6	4.4	46.7
	1.86	10	7.4	54.1
	2.00	7	5.2	59.3
	2.14	9	6.7	65.9
	2.29	7	5.2	71.1
	2.43	6	4.4	75.6
	2.57	4	3.0	78.5
	2.71	3	2.2	80.7
	2.86	3	2.2	83.0
	3.00	2	1.5	84.4
	3.14	3	2.2	86.7
	3.29	3	2.2	88.9
	3.57	3	2.2	91.1
	3.71	2	1.5	92.6
	3.86	2	1.5	94.1
	4.00	2	1.5	95.6
	4.14	3	2.2	97.8
	4.29	2	1.5	99.3
	4.71	1	.7	100.0
Total	135	100.0	100.0	

### Evangelismo urbano

Por último, se realizó el análisis de medición de la dimensión evangelismo urbano, para esto se utilizaron 9 ítems. Las respuestas se evaluaron siguiendo la escala general.

El grado de percepción de los encuestados estuvo en un rango ubicado muy poco efectiva y efectiva.

También, se observó que la media general se ubicó en 1.45, lo cual indica que se encuentra en el rango de muy poco efectiva. La mediana se situó en 1.22, es decir en el rango de muy poco efectiva, por último, la moda se encontró en 1.00, lo cual indica que el rango se posicionó en muy poco efectiva.

Se observó además que la tendencia del 79.3 por ciento de la población percibe las estrategias relacionadas con el evangelismo urbano como muy poco efectivas. El 14 por ciento de la población las ubica en poco efectivas. El 5.2 por ciento perciben las estrategias como algo efectivas. Y finalmente, el 1.5 por ciento de la población indicó que las percibe en el rango de efectivas en el proceso de la conversión. La tabla 9 muestra la distribución de frecuencia de la dimensión evangelismo urbano.

### **Análisis complementarios**

A continuación, se presentan los análisis complementarios que se consideraron pertinentes y necesarios.

Tabla 9  
Evangelismo urbano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.00	46	34.1	34.1	34.1
	1.11	9	6.7	6.7	40.7
	1.22	18	13.3	13.3	54.1
	1.33	14	10.4	10.4	64.4
	1.44	9	6.7	6.7	71.1
	1.56	7	5.2	5.2	76.3
	1.67	1	.7	.7	77.0
	1.78	3	2.2	2.2	79.3
	1.89	7	5.2	5.2	84.4
	2.00	3	2.2	2.2	86.7
	2.11	1	.7	.7	87.4
	2.22	2	1.5	1.5	88.9
	2.33	2	1.5	1.5	90.4
	2.56	4	3.0	3.0	93.3
	2.67	1	.7	.7	94.1
	2.78	1	.7	.7	94.8
	2.89	1	.7	.7	95.6
	3.00	2	1.5	1.5	97.0
	3.33	2	1.5	1.5	98.5
	3.89	2	1.5	1.5	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

#### Diferencia entre grupos

Se buscó establecer si existen diferencia significativa entre los diferentes grupos demográficos. No se encontró ninguno, ver apéndice C.

## Diferencia entre tipos de estrategias

Se buscó establecer si existe diferencia significativa en la percepción que tienen los hermanos de la efectividad de los cuatro tipos de estrategias estudiadas.

Para tal efecto se utilizó la prueba estadística *t* Student para una muestra.

Las variables de la prueba fueron evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, eventos y campañas de iglesia, evangelismo urbano.

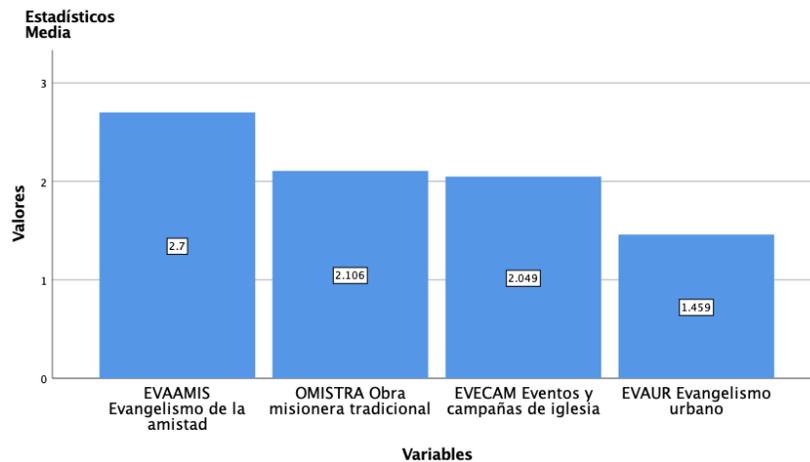
Al correr la prueba estadística, se encontró un valor *t* de 22.940, 29.885, 26.083 y 27.389 respectivamente, (gl=134) y un nivel crítico asociado *p* de .000. El valor de  $p < .05$ , permitió rechazar la hipótesis nula de igualdad entre las medias de las variables señaladas.

Como se muestra en la tabla 10 el evangelismo de la amistad es significativamente mejor percibido que la obra misionera tradicional, los eventos y campañas de iglesia y el evangelismo urbano. Es de notar que existe diferencia significativa entre la percepción de efectividad de cada una de las estrategias estudiadas.

En la figura 6 ilustra el orden en que los hermanos perciben la efectividad de las estrategias estudiadas.

*Tabla 10*  
*Diferencias entre estrategias*

	t	gl	Valor de prueba = 0		95% de intervalo de confianza de la diferencia	
			Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Inferior	Superior
EVAAMIS Evangelismo de la amistad	22.940	134	.000	2.70000	2.4672	2.9328
OMISTRA Obra misionera tradicional	29.885	134	.000	2.10617	1.9668	2.2456
EVECAM Eventos y campañas de iglesia	26.083	134	.000	2.04868	1.8933	2.2040
EVAUR Evangelismo urbano	27.389	134	.000	1.45926	1.3539	1.5646



*Figura 6. Diferencia entre tipos de estrategias*

### Análisis por ítems

Basados en la media aritmética, se encontró que los tres aspectos específicos percibidos como más efectivos en el proceso de la conversión fueron: el ítem 2 “Un amigo o familiar adventista oró por mí” ( $\bar{X}=3.38$ ),  $DE=1.496$ , el ítem

7 “Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia” ( $\bar{X}=3.31$ ), DE= 1.572 y el ítem 20 “Me invitaron a una campaña evangelística” ( $\bar{X}=2.92$ ), DE= 1.543. La figura 7 muestra estos resultados.

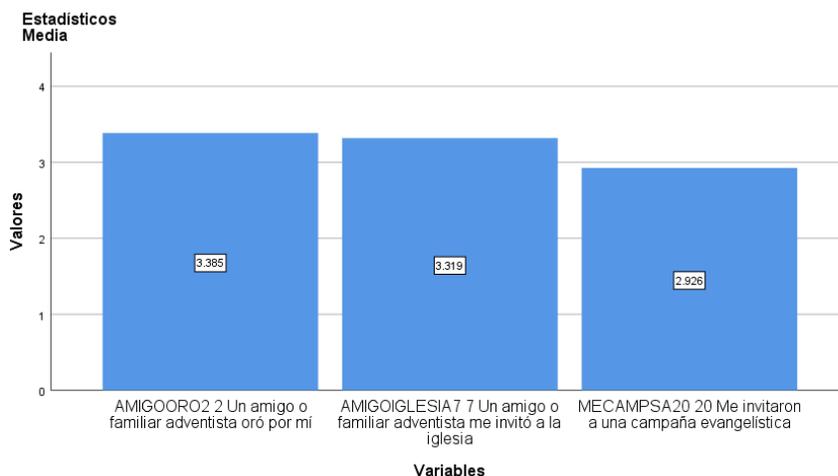


Figura 7. Ítems más efectivos

Así mismo, se encontró que los tres aspectos percibidos como menos efectivos en el proceso de la conversión fueron: el ítem 29 “Conocí a la iglesia por un sermón en la calle” ( $\bar{X}=1.21$ ), DE= .603, el ítem 28 “Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle” ( $\bar{X}=1.28$ ), DE= .741 y el ítem 30 “Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia” ( $\bar{X}=1.33$ ), DE= .782. Se puede observar estos resultados en la figura 8. Los resultados en detalle se pueden ver en el apéndice C.

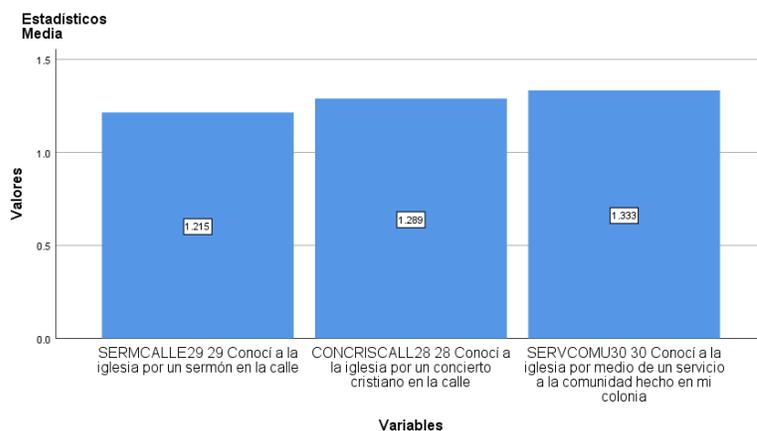


Figura 8. Ítems menos efectivos

## Discusión

En esta sección, se discuten los resultados que tienen que ver con la muestra, la variable y las dimensiones y los análisis complementarios.

Los resultados de este análisis muestran que la población correspondiente al Distrito de Vallarta, está compuesta por una ligera mayoría por hombres. Ya que solo el 0.8 por ciento está por encima de las mujeres. Un total de 68 hombres representando un 50.4 por ciento y 67 mujeres, es decir 49.6 por ciento, como se pudo observar en la figura 1. Estos datos, no coinciden con las estadísticas de la población de hombres y mujeres del estado de Nuevo León, pues según el INEGI en 2018 se informó que el estado tiene 2.67 millones de mujeres y 2.63 millones de hombres. Es decir, en esta población a comparación de los datos del INEGI hay más hombres que mujeres.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> “Mujeres y hombres en México 2018”, 2018, 270.

Respecto a la edad, esta investigación refleja que, de los 135 miembros estudiados la mayoría representada por un 59.3% tienen de 1 a 15 años de bautizado, como se puede ver en la tabla 4. Estos datos concuerdan con la investigación hecha por Abel Sánchez<sup>1</sup> donde habla sobre el nivel de testificación en los miembros de la Ciudad de México. En ella, poco más del 58% de la población tenía de 1-15 años de bautizado. Como se puede observar, en estos dos estudios, la mayoría de la feligresía adventista tiene de 1-15 años de bautizado.

Con respecto a la variable principal de esta investigación, el 49.1 por ciento de la población estudiada está orientada a percibir las estrategias de primer contacto presentadas como poco efectivas en el proceso de la conversión. Esto puede observarse en la tabla 5. Estos resultados no concuerdan con la investigación realizada por Robert Jean en el país de Haití.<sup>2</sup> En dicha investigación el autor presentó la mayoría de estrategias analizadas en esta investigación, es decir evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, evangelismo público y urbano. Los resultados de Jean arrojaron que el 54 por ciento de miembros encuestados están orientados a percibir las estrategias evangelísticas presentadas como muy efectivas en el proceso de la conversión. Es decir, las mismas estrategias pueden ser percibidas de diferente manera dependiendo de circunstancias tales como el propósito de la investigación, que en el caso de Haití

---

<sup>1</sup> Sánchez Álvarez Abel, "Relaciones cercanas espiritualidad vital y testificación relacional manifestadas en miembros de la ciudad de México", 137.

<sup>2</sup> Marie Robert Jean, "Diseño De Una Estrategia Para El Evangelismo En Delmas, Puerto Príncipe, Haití" (Andrews University, 2004), 87.

era determinar qué estrategias eran efectivas para ser implementadas, mientras en el presente trabajo, el propósito es determinar la percepción de la efectividad de estrategias que ya fueron implementadas.

Cabe destacar que en esta investigación la mayoría de la población correspondiente al Distrito de Vallarta cuenta con estudios de nivel superior, como se puede apreciar en la figura 5. Esto parece indicar que son miembros con un pensamiento crítico agudo, mientras que en la investigación hecha por Jean la población ejerce profesiones de tipo técnicas. Esto puede crear la hipótesis que en los miembros del Distrito de Vallarta debido a su grado académico pueden responder de manera más estricta, mientras que en la población de Puerto Príncipe Haití los miembros pueden responder de manera más accesible y positiva. Esto a un lado al asunto del propósito de la investigación que ya se mencionó.

En cuanto a la dimensión evangelismo de la amistad, la población ubico la media aritmética en 2.07, lo cual indicó que los miembros del Distrito de Vallarta perciben las estrategias relacionadas con el evangelismo de la amistad como más efectivas en la conversión. Esto se puede corroborar la figura 6.

Jesús aplicó en gran mayoría el evangelismo de la amistad cuando estuvo en esta tierra. En Jn 2: 1-11 se le vio atendiendo una necesidad social en las bodas de Caná. De igual forma en Jn 1: 1-42 trató amablemente a una mujer y gracias a esto y su contacto amistoso ella creyó en él. Además, en Jn 5 Jesús mostró simpatía para con el paralítico de Betesda y atendió su necesidad al sanarlo.

En el siglo I E.C., los cristianos se preocupaban por las necesidades de los demás, y compartían el mismo propósito. Asimismo, los creyentes de hoy día deben preocuparse por suplir las necesidades de los no alcanzados y acercarse a ellos como amigos verdaderamente interesados en su bienestar.

También Elena White habla al respecto al decir que “Siendo sociables y acercándoos a la gente, podréis atraer la corriente de sus pensamientos más fácilmente que por el discurso más capaz”.<sup>1</sup> Esto nos da a entender que efectivamente Elena White considera el evangelismo de la amistad como una estrategia muy efectiva que cualquier otro tipo de evangelismo.

También hay registro en la literatura que apoya este concepto, en la investigación realizada por Armenta Espinoza<sup>2</sup> la estrategia evangelística catalogada como la más efectiva fue la de evangelismo de la amistad, con un 51.1 por ciento el evangelismo mediante familiares se ubicó como más eficaz en la labor evangelística. Cabe destacar que en la presente investigación el evangelismo de la amistad involucró la obra mediante familiares con la de los amigos, mientras que Armenta Espinoza divide el concepto de amigos con familiares, sin embargo, esto indica que al igual que la presente investigación Espinoza involucró a nacidos y a no nacidos en la iglesia.

Por otro parte, con referencia a la dimensión que quedó más abajo en puntos, se estaría hablando de evangelismo urbano. Con una media general

---

<sup>1</sup> Ellen Gould Harmon White, *Obreros evangélicos: instrucciones para todos los que son “colaboradores de Dios”* (Publicaciones Interamericanas, Pacific Press, 1974), 201.

<sup>2</sup> Armenta Espinoza, “Un programa para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia Adventista de Salamanca, Guanajuato, México”, 77.

situada en 1.45, los miembros del Distrito de Vallarta perciben estas estrategias relacionadas con evangelismo urbano como muy poco efectivas en el proceso de la conversión. Esto se puede apreciar en la figura 6.

Esto contrasta con la investigación hecha por Rubén Arroyo<sup>1</sup>, en dicho estudio se presenta la importancia de realizar evangelismo urbano, y la urgencia de practicar este método. En la evaluación presentada de parte de los miembros de iglesia asistentes del proyecto “impacto 2008” (proyecto con énfasis en el evangelismo urbano). La mayoría de miembros respondieron que les gustaría tener otro evento similar en un futuro, la calificación del evento general junto con sus estrategias fue de 4.53 en una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

Si embargo, en este estudio no se presenta el nivel de percepción de los asistentes al proyecto de evangelismo con relación a los resultados alcanzados, es decir, no califican si realmente el proyecto fue eficaz en la ganancia de nuevos miembros o fue otra estrategia lo que determinó su conversión.

Este estudio fue hecho en la misma entidad federativa de la actual investigación y en comparación con la investigación hecha por Arroyo, los resultados de la presente arrojan que los miembros perciben muy poca efectividad en relación con las estrategias de evangelismo urbano, como se muestra en la figura 6. Puede ser que a los miembros les guste esta clase de evangelismo como lo presenta Arroyo en la evaluación de aceptación del evento, sin embargo, en lo

---

<sup>1</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 124.

que tiene que ver con resultados, no genera buena percepción de efectividad por parte de los miembros en cuestión.

### **Resumen**

En este capítulo, se presentaron los resultados obtenidos para fines de esta investigación. Los análisis y usos de datos que se realizaron, fueron presentados en diferentes figuras y tablas.

Así mismo, se presentó una discusión donde se analizaron los datos obtenidos con los de otras investigaciones.

## CAPÍTULO V

### RESUMEN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se presenta un resumen de la presente investigación, junto con las conclusiones obtenidas a través de los resultados, y algunas recomendaciones pertinentes después de haber obtenido estos mismos.

#### Resumen

**Introducción.** Dios distribuye diversos talentos y dones a los hombres, no para que permanezcan ociosos, sino para que constituyan una bendición para otros al llevar a cabo un trabajo misionero abnegado. Siguiendo esta idea se procede a analizar cuáles son las estrategias evangelistas percibidas como más efectivas en el proceso de la conversión.

**Objetivo.** Establecer, según la percepción de los hermanos del Distrito de Vallarta, Monterrey, N.L. cuáles son las estrategias de primer contacto más efectivas en el proceso de la conversión.

**Método.** Esta es una investigación de tipo cuantitativa, descriptiva, no experimental, transversal. La población fueron los 711 miembros del Distrito de Vallarta. La muestra estuvo conformada por 135 personas. Las unidades muestrales se seleccionaron con un método probabilístico estratificado por racimos. Se utilizó un instrumento diseñado ex profeso con la orientación del

metodólogo. Su contenido fue validado por expertos. Su confiabilidad fue de .924 medida con el alpha de Cronbach.

**Resultados.** Los resultados del estudio indican que el nivel de percepción general de las estrategias de primer contacto estudiadas, con base en la media aritmética, se ubicó en 2.08, es decir, en el rango de algo efectiva. La media del evangelismo de la amistad se ubicó en 2.7. La de obra misionera tradicional en 2.10. La de eventos y campañas de iglesia en 2.04. Y la de evangelismo urbano en 1.45.

**Conclusiones.** Según los hermanos del Distrito de Vallarta, Monterrey, NL., México, en el año 2019, las estrategias de primer contacto relacionadas con el evangelismo de la amistad son percibidas como las más efectivas en el proceso de la conversión.

**Palabras claves.** Estrategias evangelísticas, primer contacto, efectivas, conversión.

### **Abstract**

**Introduction:** God attributes talents and gifts to men, not to remain idle, but to constitute a blessing to others in carrying out self-sacrificing missionary work. Following this idea, we proceed to analyze which evangelistic strategies are perceived as most effective in the conversion process.

**Objective:** Establish, according to the perception of the congregation of the District of Vallarta, Monterrey, N.L. what are the most effective first contact strategies in the conversion process.

**Method:** This is a quantitative, descriptive, non-experimental, transversal research. The population was 711 members of the Seventh Day Adventist District of Vallarta. The sample consisted of 135 people. The sample units were selected with a probabilistic method stratified by clusters. An instrument designed with an intention of the guidance of the methodologist was used. Its content was validated by experts. Its reliability was .924 measured with Cronbach's alpha.

**Results:** The results of the study indicate that the level of general perception of the first contact strategies studied, based on the arithmetic mean, 2.08, in the range of something effective. The average of friendship evangelism was 2.7. That of traditional missionary work in 2.10. The church events and campaigns in 2.04. And that of urban evangelism in 1.45.

**Conclusions:** According to the congregation of the District of Vallarta, Monterrey, NL., Mexico, in 2019, first contact strategies related to the evangelism of friendship are perceived as the most effective in the process of conversion.

**Keywords:** Evangelistic strategies, first contact, effective, conversion.

## **Introducción**

El evangelismo, es definitivamente el trabajo de cada cristiano. No importa dónde comparta su fe, ya sea mucho o poco, el Señor quiere que los cristianos compartan el mensaje del evangelio de salvación.

Elena White enfatiza esto al decir que “Dios distribuye diversos talentos y dones a los hombres, no para que permanezcan ociosos, sino para que

constituyan una bendición para otros al llevar a cabo un trabajo misionero abnegad...”<sup>1</sup>

En el transcurso de los siglos, la iglesia ha continuado haciendo la obra de Dios de varias maneras; siguiendo diferentes estrategias para evangelizar, pues como continúa diciendo Elena White “Todo verdadero cristiano ha de poseer un espíritu misionero, porque el ser cristiano es ser como Cristo. Nadie vive para sí, “y si alguno no tiene el Espíritu de Cristo, el tal no es de él”. Debido a este llamado, se han aplicado nuevas estrategias para transmitir el evangelio.

Siguiendo la idea de la importancia de evangelizar, esta investigación presenta cuatro tipos de evangelismo, primeramente, el evangelismo de la amistad por su gran importancia en la labor del evangelismo, pues según Abel Sánchez la mayoría de los encuestados a la pregunta en su investigación “¿Qué es lo que hace que su vida tenga sentido? dijeron que la amistad es importante. La mayoría de los encuestados mencionaron a los padres, hermanos, relación con parejas de distinto sexo o con sus propios hijos, además mencionaron, la importancia de sentirse amado y querido.”<sup>2</sup>

De igual forma se estudió la obra misionera tradicional, pues Russell Burrill apoya el comentario de Elena diciendo que efectivamente, “es necesario

---

<sup>1</sup> White, *El Evangelismo*, 197.

<sup>2</sup> Sánchez Álvares Abel, “Relaciones cercanas espiritualidad vital y testificación relacional manifestadas en miembros de la ciudad de México”, 37.

acercarse a la gente de manera personal. Si se le dedicara menos tiempo a sermonear y más al servicio personal, se conseguirían mayores resultados.”<sup>1</sup>

También se analizaron los eventos y campañas de iglesia pues Arroyo Kedney hablando de su importancia menciona, “el evangelismo público es de las maneras más efectivas de fomentar el crecimiento en la iglesia. En la iglesia Adventista del Séptimo Día, el evangelismo público juega un papel muy importante en el crecimiento de la misma. En contraste donde no se llevan a cabo esfuerzos de evangelismo público la iglesia revela poco índice de crecimiento.”<sup>2</sup>

A su vez se decidió analizar también las estrategias relacionadas con el evangelismo urbano pues Varios autores notan la importancia de este tipo de evangelismo, pues las grandes ciudades no se debieran descuidar, Elena White hablando sobre su preocupación de evangelizar las grandes ciudades dijo “he aquí nuestras ciudades y la necesidad que tienen del evangelio. Por más de veinte años ha sido mantenida delante de mí la necesidad de realizar trabajo fervoroso entre las multitudes de las ciudades.”<sup>3</sup>

Esta investigación tuvo el propósito de conocer la percepción de los miembros del Distrito de Vallarta sobre la eficiencia de las estrategias de primer contacto presentadas. Por esta razón, la investigación se centra en responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las estrategias evangelísticas de primer contacto

---

<sup>1</sup> Burrill, *Radical Disciples for Revolutionary Churches*, 109. (Anteriormente se puntualizó la diferencia entre obra misionera tradicional y evangelismo de la amistad)

<sup>2</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 77.

<sup>3</sup> White, *Notas biográficas de Elena G. de White*, 458.

percibidas por los hermanos del Distrito de Vallarta como más efectivas en el proceso de la conversión en el año 2019?

Se espera que los resultados obtenidos con este trabajo aporten un claro beneficio y, en consecuencia, se tomen medidas alternativas y eficaces, de tal forma que los miembros puedan implementar la estrategia percibida como más efectivas.

### **Metodología**

El tipo de esta investigación es cuantitativo, descriptivo, no experimental transversal.

La variable a medir es “estrategias de primer contacto”, la cual, tiene cuatro dimensiones: Evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, eventos y campañas de iglesia y evangelismo urbano.

La población fue de 711 miembros pertenecientes al Distrito de Vallarta, de la cual se extrajo una muestra de 135 personas.

Una vez hecho el instrumento a aplicar, se consultó a seis expertos en el tema para que evaluaran la pertinencia y la claridad de los ítems e hicieran las observaciones correspondientes. Posteriormente se evaluó la confiabilidad del instrumento con la prueba Alpha de Cronbach, la cual arrojó una confiabilidad de .92. Finalmente, el instrumento fue aplicado de manera aleatoria en las iglesias correspondientes.

## Resultados

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron de la variable y en las dimensiones respectivamente.

### Muestra

De los 135 miembros estudiados, 68 fueron hombres y 67 fueron mujeres. A su vez, de los 135 miembros encuestados, el 3.7% se encuentra entre los 7 y los 15 años de edad, el 28.9% entre los 16 y los 30 años, el 40.7% tiene una edad entre los 31 y 50 años, y el 26.7% tiene más de 51 años. En relación con su estado civil, 57 miembros dijeron que su estado civil era soltero, mientras que 76 de ellos contestaron que estaban casados. 5 de ellos declararon que su estado civil era otro. Así mismo, Del 100% de los encuestados, el 59.3% tienen de 1 a 15 años de bautizado, el 20.7% tiene de 16 a 30 años de bautizado, el 14.8% de 31 a 45 años y el 5.2% tiene de 46 años a más de bautizado.

Del total de encuestados, 121 pertenecen a la iglesia de Vallarta, 10 a la iglesia de La Esperanza y 4 a la iglesia de La Huasteca.

Con respecto a si tenían cargo en sus iglesias, de los 135 encuestados, 48 miembros fungen un cargo en su iglesia, mientras que 87 respondieron que no. Referente al último nivel de estudios alcanzados, el 14.8% dijo que había alcanzado el nivel básico, el 32.6% alcanzó el nivel medio superior, y el 52.6% el nivel superior.

## Estrategias de primer contacto

Para medir la variable “Estrategias de primer contacto” se usó un instrumento de 33 ítems con una escala de respuestas de 1 a 5, así: 1=Muy poco 2=Poco 3=Algo 4=Mucho 5=Muchísimo.

De acuerdo con estos puntajes se establecieron las siguientes medidas de percepción de efectividad de las estrategias evangelísticas estudiadas en el proceso de conversión. 1-1.8= Muy poco efectiva, 1.9-2.6= Poco efectiva, 2.7-3.4= Algo efectiva, 3.5-4.2= Efectiva, 4.3-5= Muy efectiva. Y para responder a la pregunta de investigación, se hizo un análisis utilizando la media aritmética.

Los resultados muestran que la población estudiada situó la media general en 2.08, ubicándola así en el rango de algo efectiva. La mediana se ubicó en 1.96 y la moda en 1.88, es decir en el rango poco efectiva.

En cuanto a la distribución de frecuencia de las medias como se presentó en la tabla 5. Se observó que la tendencia del 34.1 por ciento de la población estuvo orientada a percibir las estrategias de primer contacto como muy poco efectivas en el proceso de la conversión. El 49.1 por ciento de la población como poco efectivas. El 11.6 por ciento tienden a percibir las estrategias estudiadas como algo efectivas. Y el 5.2 por ciento tienden a percibir las estrategias estudiadas como efectivas en el proceso de la conversión. No hubo personas que percibieron las estrategias, en general, como muy efectivas.

## Evangelismo de la amistad

Para medir la dimensión evangelismo de la amistad, se siguieron los mismos parámetros usados en la escala general. Se encontró que, en esta

dimensión, los encuestados utilizaron todo el rango de la escala, es decir, entre muy poco efectiva y muy efectiva.

La media general de esta dimensión estuvo ubicada en 2.70, que se encuentra en el rango de algo efectiva. La mediana se ubicó en 3.0 es decir algo efectiva y la moda en 1.00, indicando una percepción de muy poco efectiva.

En la tabla 6 se presentó la distribución de frecuencia de las medias. Se observó que la tendencia del 31.9 por ciento de la población estuvo orientada a percibir las estrategias relacionadas con en el evangelismo de la amistad como muy poco efectivas. El 17.7 por ciento de la población percibió estas estrategias como poco efectivas. El 16.3 como algo efectivas. El 20 por ciento reflejó percibir las estrategias como efectivas. Y el 14.1 por ciento, indicó percibir las estrategias de esta dimensión como muy efectivas en el proceso de la conversión.

#### Obra misionera tradicional

Para medir la dimensión obra misionera tradicional se usó la escala general ya presentada, y como se pudo observar en la tabla 7, la muestra utilizó un rango de 1 a 4.78, ubicándolo así en muy poco efectiva y muy efectiva.

De igual forma se observó que la media general estuvo situada en 2.10, cuyo rango se encuentra en poco efectiva. La mediana se ubicó en 2.0, es decir algo efectiva. Y la moda en 1.33, lo cual da un rango de muy poco efectiva.

Además, se observó que la tendencia del 41.5 por ciento de la población percibe las estrategias relacionadas con la obra misionera tradicional como muy poco efectivas. El 34.8 por ciento de la población dijo percibir las estrategias como poco efectivas. El 17.8 por ciento como algo efectivas. El 2.2 por ciento las percibieron como

efectivas. Y finalmente, el 3.7 por ciento, declararon verlas como muy efectivas en el proceso de la conversión.

#### Eventos y campañas de iglesia

Así mismo, se hizo el análisis para medir la dimensión Eventos y campañas de iglesia, utilizando la misma escala de respuestas. Y como se observó en la tabla 8, la muestra respondió de 1 a 4.71, ubicando el rango entre muy poco efectiva y muy efectiva.

De igual modo se pudo examinar que la media general de esta dimensión se ubicó en 2.04, es decir, en el rango de poco efectiva. La mediana en 1.85, lo que refleja un rango de muy poco efectiva, y finalmente la moda en 1.00, ubicándola en el rango de muy poco efectiva.

También se observó que la tendencia del 46.7 por ciento de la población percibió las estrategias de eventos y campañas de iglesia como muy poco efectivas. El 31.8 por ciento como poco efectivas. El 10.4 por ciento las percibió como algo efectivas. El 8.9 indicó que son efectivas en el proceso de la conversión. Y finalmente el 2.2 por ciento, tendió a verlas como muy efectivas en el proceso de la conversión.

#### Evangelismo urbano

Por último, se realizó el análisis de medición de la dimensión evangelismo urbano siguiendo la escala general.

El grado de percepción de los encuestados estuvo en un rango ubicado en muy poco efectiva y efectiva, es decir, no usaron la escala completa.

También, se observó que la media general se ubicó en 1.45, es decir en el rango de muy poco efectiva. La mediana se situó en 1.22, lo que reflejó un rango de muy poca efectividad. Por último, la moda se encontró en 1.00, lo cual indicó que el rango se posicionó en muy poco efectiva.

Se observó además que la tendencia del 79.3 por ciento de la población percibe las estrategias relacionadas con el evangelismo urbano como muy poco efectivas. El 14 por ciento las ubica en poco efectivas. El 5.2 por ciento perciben las estrategias como algo efectivas. Y finalmente, el 1.5 por ciento de la población indica que las percibe en el rango de efectivas.

#### Comparación entre tipos de estrategias

Se buscó establecer si existe diferencia significativa en la percepción que tienen los hermanos de la efectividad de los cuatro tipos de estrategias estudiadas.

Para tal efecto se utilizó la prueba estadística *t* Student para una muestra.

Las variables de la prueba fueron evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, eventos y campañas de iglesia, evangelismo urbano.

Al correr la prueba estadística, se encontró un valor *t* de 22.940, 29.885, 26.083 y 27.389 respectivamente, (gl=134) y un nivel crítico asociado *p* de .000. El valor de  $p < .05$ , permitió rechazar la hipótesis nula de igualdad entre las medias de las variables señaladas.

Como se puede observar en la tabla 10 el evangelismo de la amistad es significativamente mejor percibido que la obra misionera tradicional, los eventos y campañas de iglesia y el evangelismo urbano.

## Análisis de ítems

Basados en la media aritmética, se encontró que los tres aspectos específicos percibidos como más efectivos en el proceso de la conversión fueron: el ítem 2 “Un amigo o familiar adventista oró por mí” ( $\bar{X}=3.38$ ),  $DE=1.496$ . El ítem 7 “Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia” ( $\bar{X}=3.31$ ),  $DE= 1.572$ . Y el ítem 20 “Me invitaron a una campaña evangelística” ( $\bar{X}=2.92$ ),  $DE= 1.543$ .

Así mismo, se encontró que los tres aspectos percibidos como menos efectivos en el proceso de la conversión fueron: el ítem 29 “Conocí a la iglesia por un sermón en la calle” ( $\bar{X}=1.21$ ),  $DE= .603$ . El ítem 28 “Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle” ( $\bar{X}=1.28$ ),  $DE= .741$ . Y el ítem 30 “Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia” ( $\bar{X}=1.33$ ),  $DE= .782$ . Se pudo observar estos resultados en la tabla 11.

## Discusión

Los resultados de este análisis muestran que la población correspondiente al Distrito de Vallarta, está compuesta por una ligera mayoría por hombres. Ya que solo el 0.8 por ciento está por encima de las mujeres. Un total de 68 hombres representando un 50.4 por ciento y 67 mujeres, es decir 49.6 por ciento, como se pudo observar en la figura 1. Estos datos, no coinciden con las estadísticas de la población de hombres y mujeres del estado de Nuevo León, pues según el INEGI en 2018 se informó que el estado tiene 2.67 millones de mujeres y 2.63 millones

de hombres. Es decir, en esta población a comparación de los datos del INEGI hay más hombres que mujeres.<sup>1</sup>

Respecto a la edad, esta investigación refleja que, de los 135 miembros estudiados la mayoría representada por un 59.3% tienen de 1 a 15 años de bautizado, como se puede ver en la tabla 4. Estos datos concuerdan con la investigación hecha por Abel Sánchez<sup>2</sup> donde habla sobre el nivel de testificación en los miembros de la Ciudad de México. En ella, poco más del 58% de la población tenía de 1-15 años de bautizado. Como se puede observar, en estos dos estudios, la mayoría de la feligresía adventista tiene de 1-15 años de bautizado.

Con respecto a la variable principal de esta investigación, el 49.1 por ciento la población estudiada está orientada a percibir las estrategias de primer contacto presentadas como poco efectivas en el proceso de la conversión. Esto puede observarse en la tabla 5. Estos resultados no concuerdan con la investigación realizada por Robert Jean en el país de Haití.<sup>3</sup> En dicha investigación el autor presentó la mayoría de estrategias analizadas en esta investigación, es decir evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, evangelismo público y urbano. Los resultados de Jean arrojaron que el 54 por ciento de miembros encuestados están orientados a percibir las estrategias evangelísticas

---

<sup>1</sup> “Mujeres Y hombres en México 2018”.

<sup>2</sup> Sánchez Álvarez Abel, “Relaciones cercanas espiritualidad vital y testificación relacional manifestadas en miembros de la ciudad de México”, 137.

<sup>3</sup> Robert Jean, “Diseño de una estrategia para el evangelismo en Delmas, Puerto Príncipe, Haití”, 87.

presentadas como muy efectivas en el proceso de la conversión. Es decir, las mismas estrategias pueden ser percibidas de diferente manera dependiendo de circunstancias tales como el propósito de la investigación, que en el caso de Haití era determinar qué estrategias eran efectivas para ser implementadas, mientras en el presente trabajo, el propósito es determinar la percepción de la efectividad de estrategias que ya fueron implementadas.

Cabe destacar que en esta investigación la mayoría de la población correspondiente al Distrito de Vallarta cuenta con estudios de nivel superior, como se puede apreciar en la figura 5. Esto parece indicar que son miembros con un pensamiento crítico agudo, mientras que en la investigación hecha por Jean la población ejerce profesiones de tipo técnicas. Esto puede crear la hipótesis que en los miembros del Distrito de Vallarta debido a su grado académico pueden responder de manera más estricta, mientras que en la población de Puerto Príncipe Haití los miembros pueden responder de manera más accesible y positiva. Esto a un lado al asunto del propósito de la investigación que ya se mencionó.

En cuanto a la dimensión evangelismo de la amistad, la población ubico la media aritmética en 2.07, lo cual indicó que los miembros del Distrito de Vallarta perciben las estrategias relacionadas con el evangelismo de la amistad como más efectivas en la conversión. Esto se puede corroborar la figura 6.

Jesús aplicó en gran mayoría el evangelismo de la amistad cuando estuvo en esta tierra. En Jn 2: 1-11 se le vio atendiendo una necesidad social en las bodas de Caná. De igual forma en Jn 1: 1-42 trató amablemente a una mujer y gracias a esto y su contacto amistoso ella creyó en él. Además, en Jn 5 Jesús

mostró simpatía para con el paralítico de Betesda y atendió su necesidad al sanarlo.

En el siglo I E.C., los cristianos se preocupaban por las necesidades de los demás, y compartían el mismo propósito. Asimismo, los creyentes de hoy día deben preocuparse por suplir las necesidades de los no alcanzados y acercarse a ellos como amigos verdaderamente interesados en su bienestar.

También Elena White habla al respecto al decir que “Siendo sociables y acercándoos a la gente, podréis atraer la corriente de sus pensamientos más fácilmente que por el discurso más capaz”.<sup>1</sup> Esto nos da a entender que efectivamente Elena White considera el evangelismo de la amistad como una estrategia muy efectiva que cualquier otro tipo de evangelismo.

También hay registro en la literatura que apoya este concepto, en la investigación realizada por Armenta Espinoza<sup>2</sup> la estrategia evangelística catalogada como la más efectiva fue la de evangelismo de la amistad, con un 51.1 por ciento el evangelismo mediante familiares se ubicó como más eficaz en la labor evangelística. Cabe destacar que en la presente investigación el evangelismo de la amistad involucró la obra mediante familiares con la de los amigos, mientras que Armenta Espinoza divide el concepto de amigos con familiares, sin embargo, esto indica que al igual que la presente investigación Espinoza involucró a nacidos y a no nacidos en la iglesia.

---

<sup>1</sup> White, *Obreros evangelicos*, 201.

<sup>2</sup> Armenta Espinoza, “Un programa para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia Adventista de Salamanca, Guanajuato, México”, 77.

Por otro parte, con referencia a la dimensión que quedó más abajo en puntos, se estaría hablando de evangelismo urbano. Con una media general situada en 1.45, los miembros del Distrito de Vallarta perciben estas estrategias relacionadas con evangelismo urbano como muy poco efectivas en el proceso de la conversión. Esto se puede apreciar en la figura 6.

Esto contrasta con la investigación hecha por Rubén Arroyo<sup>1</sup>, en dicho estudio se presenta la importancia de realizar evangelismo urbano, y la urgencia de practicar este método. En la evaluación presentada de parte de los miembros de iglesia asistentes del proyecto “impacto 2008” (proyecto con énfasis en el evangelismo urbano). La mayoría de miembros respondieron que les gustaría tener otro evento similar en un futuro, la calificación del evento general junto con sus estrategias fue de 4.53 en una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

Si embargo, en este estudio no se presenta el nivel de percepción de los asistentes al proyecto de evangelismo con relación a los resultados alcanzados, es decir, no califican si realmente el proyecto fue eficaz en la ganancia de nuevos miembros o fue otra estrategia lo que determinó su conversión.

Este estudio fue hecho en la misma entidad federativa de la actual investigación y en comparación con la investigación hecha por Arroyo, los resultados de la presente arrojan que los miembros perciben muy poca efectividad en relación con las estrategias de evangelismo urbano, como se muestra en la

---

<sup>1</sup> Arroyo Kedney, “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”, 124.

figura 6. Puede ser que a los miembros les guste esta clase de evangelismo como lo presenta Arroyo en la evaluación de aceptación del evento, sin embargo, en lo que tiene que ver con resultados, no genera buena percepción de efectividad por parte de los miembros en cuestión.

### **Conclusiones**

Después de obtener los resultados en base a lo aplicado en esta investigación, se hacen las conclusiones pertinentes en cuanto al trabajo presentado, tomando en cuenta la variable y las dimensiones.

Los miembros adventistas del Distrito de Vallarta ubicado en Monterrey, Nuevo León, México, en el año 2019, perciben las estrategias estudiadas (evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, eventos y campañas de iglesia, evangelismo urbano) como algo efectivas en el proceso de la conversión.

La dimensión de “evangelismo de la amistad”, tiene un índice más positivo de percepción, en contraste con las demás dimensiones. Así mismo, la dimensión “evangelismo urbano”, es la que tiene una percepción más baja por parte de los miembros estudiados.

Los tres aspectos específicos percibidos como más efectivos en el proceso de la conversión fueron: el ítem 2 “Un amigo o familiar adventista oró por mí”. 7 “Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia” y 20 “Me invitaron a una campaña evangelística”.

Los tres aspectos percibidos como menos efectivos en el proceso de la conversión fueron el 29 “Conocí a la iglesia por un sermón en la calle”. El 28

“Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle” y el 30 “Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia”.

### **Recomendaciones**

A continuación, se presentan algunas recomendaciones que podría ser de utilidad.

Para futuras investigaciones:

Hacer esta investigación solo con miembros de iglesia que no nacieron en un hogar adventista.

Agregar una dimensión en la elaboración del instrumento que incluya el evangelismo en medios de comunicación masiva, como lo son el internet, la televisión etc.

Agregar en datos demográficos un apartado donde se pregunte si la persona nació o no en un hogar adventista.

Para la iglesia:

Enfocar esfuerzos evangelísticos en impulsar el evangelismo de la amistad.

## APÉNDICES

### Apéndice A Resultados de la evaluación de contenido

UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS  
FACULTAD DE TEOLOGÍA

Nombre del evaluador: \_\_\_\_\_  
Último título obtenido: \_\_\_\_\_

De manera muy cordial estamos solicitando su opinión profesional sobre la **pertinencia** y la **claridad** de los ítems del instrumento que aparece a continuación.

Para el presente análisis se debe tener en cuenta que, **pertinencia** se refiere a si el ítem sirve o es adecuado para describir la variable “**estrategias de primer contacto**”, es decir, si viene al caso o no; y **claridad** tiene que ver con la facilidad para entender lo que el ítem quiere decir.

Los ítems están agrupados de acuerdo a las dimensiones de la variable, que son: evangelismo de la amistad, obra misionera tradicional, eventos y campañas de la iglesia, evangelismo urbano. Para calificar los ítems tenga en cuenta la definición de cada dimensión. El cuestionario será respondido por miembros iglesia. Los miembros usarán la siguiente escala para responder: muy poco, poco, algo, mucho y muchísimo.

La escala para calificar la pertinencia y claridad de los ítems es de 1 a 5, correspondiendo 1 a lo *menos* pertinente y claro y 5 a lo *más* pertinente y claro. Por favor lea cada ítem y escriba en la columna “**P**”, que se refiere a pertinencia, el número de uno a cinco que representa mejor su opinión; luego haga lo mismo en la columna “**C**”, que se refiere a claridad.

Siéntase libre para sugerir los cambios que considere necesarios colocando su sugerencia en la columna que dice **observaciones**.

Muchas gracias por su colaboración.

**Definición de la variable:** se entiende por **Estrategias de primer contacto**, el proceso que se sigue con el fin de hacer que una persona se interese en las buenas nuevas de salvación.

No.	Califique el grado en que las siguientes estrategias de primer contacto influyeron en su decisión de acercarse a la iglesia	P	C	OBSERVACIONES
-----	---	---	---	---------------

	<b>Evangelismo de la amistad:</b> Es un elemento específico del evangelismo personal que consiste en la aplicación directa de la palabra de Dios a las necesidades de las personas con quienes el creyente se relaciona regularmente.			-Concistencia en "Palabra de Dios" –Ver variable 2. Sugiero mantener la mayúscula  -Cambiar nombre de la dimensión a "A través de amigos"
1	Un amigo me visitó	5	4.8	
2	Un amigo oró por mí	5	5	
3	Un amigo me invitó a comer a su casa	4.8	5	-No veo relación
4	Un amigo me obsequió un libro	4.2	4	-No es muy clara
5	Un amigo se preocupó por mi Matrimonio	5	5	-Minúscula en matrimonio  -Mayúscula en matrimonio  -No veo relación
6	Un amigo se preocupó por mi salud	5	5	-No veo relación
7	Un amigo me invitó a la iglesia	5	5	
	<b>Obra misionera tradicional:</b> Obra de un creyente al mostrar a otra persona, con base en la Palabra de Dios, su necesidad como pecador perdido y culpable, de la salvación provista por Dios por medio de Cristo.	<b>P</b>	<b>C</b>	
8	Me visitaron cuando estaba enfermo	5	5	-Atención de necesidades
9	Me ofrecieron estudios bíblicos	4.2	5	-No va aquí
10	Me regalaron un libro en mi casa	4.2	4.2	-En mi casa/Trabajo  -¿?
11	Me ofrecieron un curso (Salud, Familia etc.)	5	5	
12	Me ofrecieron una oración	5	5	-Atención de necesidades
13	Me invitaron a una campaña de barrio	5	4.2	-Clarificar
14	Me regalaron literatura (Revista, folleto etc.)	4	3.2	-¿?  -Incluida en 10?
15	Me inscribieron a la voz de la esperanza	3.8	3.6	-Un curso por correspondencia
16	Me regalaron un CD (Película Cristiana, Música Cristiana)	5	5	-Cerrar paréntesis

	<b>Eventos y campañas de la iglesia:</b> La serie tradicional de días o semanas de duración basadas en temas bíblicos, el propósito es compartir las peculiaridades del mensaje de una manera pública	<b>P</b>	<b>C</b>	-.El  -Cambiar dimensión a "Invitación a actividades de iglesia"
17	Me invitaron a un seminario de salud	5	5	
18	Me invitaron a un seminario de matrimonios	5	5	-Un amigo me habló de s fe
19	Me invitaron a una campaña evangelística	5	5	
20	Me invitaron a una brigada médica en la iglesia	5	5	
21	Me invitaron a un concierto	5	4	-¿?
22	Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza	5	4.8	-De un curso de correspondencia
23	Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Verano	4.8	5	-Vacaciones
	<b>Evangelismo urbano:</b> Proclamación del evangelio de Jesucristo en centros de población multitudinaria	<b>P</b>	<b>C</b>	-Cambiar dimensión a "Actividades públicas"
24	Conocí a la iglesia por medio de una super-misión	5	5	- ¿Toda persona conoce lo que es?
25	Alguien oró por mí en la plaza	5	4.2	-No es clara
26	Me obsequiaron un libro en la calle	5	4.2	-No es clara
27	Conocí a la iglesia por un concierto en la calle	5	4.2	-No es clara
28	Conocí a la iglesia por un sermón en la calle	5	5	
29	Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia	5	5	
30	Me invitaron a una brigada médica en una plaza	5	5	
31	Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo)	5	5	
32	-Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	5	5	

Los **datos demográficos** que se preguntaran, se presentan a continuación. Siéntase libre para hacer las observaciones que considere pertinentes.

Años de bautizado\_\_\_\_\_

Iglesia a la que asiste\_\_\_\_\_

Edad\_\_\_\_\_ Sexo: M\_\_\_\_ F\_\_\_\_\_

Tiene cargo en la iglesia: Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

Estado civil: Casado\_\_\_ Soltero\_\_\_ Otro\_\_\_

Último nivel de estudios alcanzado: Básico\_\_\_ Medio\_\_\_ Superior\_\_\_

Observaciones generales:

- Falta un ítem más que incluya amigos y familiares
- En el ítem 1 “Un amigo me visitó” si pero, ¿para qué?
- En el ítem 4, Especificar qué clase de libro, hay gran variedad incluso en la iglesia sin mencionar todos los libros que hay en general
- En el ítem 21, ser específico en que es un concierto cristiano, si lo dejas en general, puede ser concierto de cualquier índole
- Hacer una dimensión en donde se enfoque solo la “Literatura” y la “Atención personal”
- -Agregar un ítem sobre mensaje en redes sociales. Ejemplo: un amigo me envió un mensaje electrónico espiritual, me parece que hoy en día esta se ha convertido en un primer contacto en diferentes lugares
- Cerciorarse que el curso “La voz de la esperanza” se lleve acabo en el lugar donde se aplique el instrumento

## Apéndice B Instrumento



**Universidad de Morelos  
Facultad de Teología**



Instrumento de medición

**Género:** Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_    **Edad:** \_\_\_ años  
**Estado civil:** Soltero \_\_\_ Casado \_\_\_    **Años de bautizado:** \_\_\_\_\_  
**Iglesia a la que asiste:** \_\_\_\_\_ **Tiene cargo en la iglesia:** Sí \_\_\_ No \_\_\_  
**Último nivel de estudios alcanzado:** Prim \_\_\_ Secu \_\_\_ Prep \_\_\_ Univ \_\_\_  
 Maest \_\_\_ Doct \_\_\_

A continuación, hay una lista de afirmaciones. Por favor responda, a cada una con sinceridad marcando con una "X" en la casilla que corresponda, según el grado en que las siguientes estrategias influenciaron en su decisión para acercarse a la iglesia. Este estudio solo tiene fines académicos. No necesita escribir su nombre. Tenga cuidado de marcar sólo una casilla para cada afirmación. Gracias por su colaboración.

Para responder use la siguiente escala.

**1= Muy poco            2= Poco            3= Algo            4= Mucho            5= Muchísimo**

Nº	Declaración	1	2	3	4	5
1	Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios.					
2	Un amigo o familiar adventista oró por mí.					
3	Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa.					
4	Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano.					
5	Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio.					
6	Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud.					
7	Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia.					
8	Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano.					
9	Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital.					
10	Me ofrecieron estudios bíblicos.					
11	Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo.					
12	Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.).					

13	Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mi.					
14	Me invitaron a una campaña de grupo pequeño.					
15	Me regalaron una revista o folleto cristiano.					

No olvides usar la siguiente escala para responder:

**1= Muy poco      2= Poco      3= Algo      4= Mucho      5= Muchísimo**

Nº	Declaración	1	2	3	4	5
16	Me inscribieron a la voz de la esperanza.					
17	Me regalaron un CD (película cristiana, música cristiana).					
18	Me invitaron a un seminario de salud.					
19	Me invitaron a un seminario de matrimonios.					
20	Me invitaron a una campaña evangelística.					
21	Me invitaron a una brigada médica en la iglesia.					
22	Me invitaron a un concierto cristiano.					
23	Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza.					
24	Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones.					
25	Conocí a la iglesia por medio de una super-misión (impacto misionero urbano).					
26	Alguien oró por mí en la plaza, parque o lugar público.					
27	Me obsequiaron un libro cristiano en la calle.					
28	Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle.					
29	Conocí a la iglesia por un sermón en la calle.					
30	Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia.					
31	Me invitaron a una brigada médica en una plaza					
32	Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo).					
33	-Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)					

¡MUCHAS GRACIAS!

## Apéndice C

### Salidas computarizadas

#### Confiabilidad prueba piloto

<b>Estadísticos total-elemento</b>				
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1 Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios	76.1500	623.608	.191	.926
2 Un amigo o familiar adventista oró por mí	75.0500	623.839	.277	.924
3 Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa	75.8000	607.221	.397	.923
4 Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano	76.1000	617.989	.329	.924
5 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio	76.2500	601.039	.445	.923
6 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud	76.3000	625.274	.195	.926
7 Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia	75.7500	603.776	.429	.923
8 Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano	77.0000	650.421	-.124	.930
9 Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital	76.4500	585.103	.791	.918
10 Me ofrecieron estudios bíblicos	76.6000	588.042	.785	.918

---

11 Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo	76.9000	614.832	.405	.923
12 Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.)	76.5500	581.103	.786	.918
13 Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mi	76.5000	582.579	.704	.919
14 Me invitaron a una campaña de grupo pequeño.	76.5500	572.050	.838	.917
15 Me regalaron una revista o folleto cristiano.	76.4500	575.208	.801	.917
16 Me inscribieron a la voz de la esperanza	76.9000	622.726	.273	.924
17 Me regalaron un CD (película cristiana, música cristiana)	76.7500	603.145	.616	.920
18 Me invitaron a un seminario de salud.	76.9000	615.042	.432	.923
19 Me invitaron a un seminario de matrimonios	76.7000	592.537	.740	.919
20 Me invitaron a una campaña evangelística	76.5000	605.316	.541	.921
21 Me invitaron a una brigada médica en la iglesia	76.5000	594.053	.716	.919
22 Me invitaron a un concierto cristiano	76.8500	597.608	.583	.921
23 Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza	77.0500	625.418	.234	.925
24 Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones	76.7000	593.905	.642	.920
25 Conocí a la iglesia por medio de una super-misión (impacto misionero urbano)	77.2500	625.250	.230	.925
26 Alguien oró por mí en la plaza, parque o lugar público	77.5500	607.945	.659	.920
27 Me obsequiaron un libro cristiano en la calle	77.4500	613.839	.579	.921

---

28 Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle	77.7000	617.589	.565	.922
29 Conocí a la iglesia por un sermón en la calle	77.4500	619.945	.387	.923
30 Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia	77.7500	622.513	.493	.922
31 Me invitaron a una brigada médica en una plaza	77.2000	607.221	.629	.921
32 Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo)	77.0000	592.211	.693	.919
33 Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	76.6000	596.147	.566	.921

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.924	33

## Confiabilidad prueba final

	<b>Estadísticas de total de elemento</b>			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
AMIGOVIS1 1 Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios	65.7704	402.835	.371	.899
AMIGOORO2 2 Un amigo o familiar adventista oró por mí	65.2963	408.001	.360	.899
AMIGOCOMER3 3 Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa	66.0444	396.028	.539	.895

AMIGOLIBRO4 4 Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano	65.7852	403.170	.458	.897
AMIGOMATRI5 5 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio	66.3556	404.455	.413	.898
AMIGOSALUD6 6 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud	66.1259	397.230	.532	.895
AMIGOIGLESIA7 7 Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia	65.3630	414.442	.236	.901
AMIGOELECT8 8 Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano	66.4593	402.564	.464	.897
HERMEVISH9 9 Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital	66.9037	404.610	.563	.895
MEESTUBI10 10 Me ofrecieron estudios bíblicos	65.8741	408.902	.355	.899
MELIBRO11 11 Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo	66.5704	398.142	.568	.895
MECURSO12 12 Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.)	66.4889	399.625	.550	.895
CASAORAR13 13 Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mi	66.4519	403.235	.475	.896
CAMPAGP14 14 Me invitaron a una campaña de grupo pequeño.	66.6741	403.684	.509	.896
MEREVISTFO15 15 Me regalaron una revista o folleto cristiano.	66.1481	402.560	.482	.896
MEVOZESP16 16 Me inscribieron a la voz de la esperanza	67.3185	411.443	.528	.896

MEREGCD17 17 Me regalaron un CD (película cristiana, música cristiana)	66.7481	403.056	.530	.896
MESEMSAL18 18 Me invitaron a un seminario de salud.	66.7481	396.966	.641	.894
MESEMMA19 19 Me invitaron a un seminario de matrimonios	67.0148	409.671	.468	.897
MECAMP20 20 Me invitaron a una campaña evangelística	65.7556	404.455	.405	.898
MEBRIGMED21 21 Me invitaron a una brigada médica en la iglesia	66.6815	396.965	.591	.894
MECONCRIS22 22 Me invitaron a un concierto cristiano	66.6667	397.582	.611	.894
MEGRADVOZ23 23 Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza	67.1778	406.520	.548	.896
ESCBIBLIVAC24 24 Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones	66.3852	403.358	.459	.897
SUPERMISI25 25 Conocí a la iglesia por medio de una super-misión (impacto misionero urbano)	67.1630	419.451	.282	.899
OROPLAZA26 26 Alguien oró por mí en la plaza, parque o lugar público	67.3037	419.601	.337	.899
LIBROCALLE27 27 Me obsequiaron un libro cristiano en la calle	67.2296	416.805	.378	.898
CONCRISCALL28 28 Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle	67.3926	422.046	.308	.899

SERMCALLE29 29 Conocí a la iglesia por un sermón en la calle	67.4667	424.818	.274	.899
SERVCOMU30 30 Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia	67.3481	423.258	.252	.900
BRIGMEDPLA31 31 Me invitaron a una brigada médica en una plaza	67.1111	410.458	.458	.897
DRAMAMUD32 32 Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo)	67.2000	416.161	.374	.898
CAMPEVANTE33 33 Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	66.7852	414.767	.286	.900

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.900	33

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	135	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	135	100.0

### Confiabilidad dimensión evangelismo de la amistad

#### Estadísticas de total de elemento

Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido

AMIGOVIS1 1 Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios	19.3407	46.958	.624	.768
AMIGOORO2 2 Un amigo o familiar adventista oró por mí	18.8667	49.907	.609	.772
AMIGOCOMER3 3 Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa	19.6148	48.403	.652	.765
AMIGOLIBRO4 4 Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano	19.3556	51.500	.547	.781
AMIGOMATRI5 5 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio	19.9259	51.412	.518	.785
AMIGOSALUD6 6 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud	19.6963	50.138	.579	.776
AMIGOIGLESIA7 7 Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia	18.9333	54.137	.363	.808
AMIGOELECT8 8 Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano	20.0296	56.730	.278	.818

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.807	8

### Confiabilidad dimensión obra misionera tradicional

#### Estadísticas de total de elemento

Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido

HERMEVISH9 9 Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital	17.1778	44.998	.518	.782
MEESTUBIBL10 10 Me ofrecieron estudios bíblicos	16.1481	44.888	.373	.802
MELIBRO11 11 Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo	16.8444	42.565	.532	.780
MECURSO12 12 Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.)	16.7630	41.943	.583	.772
CASAORAR13 13 Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mi	16.7259	42.305	.550	.777
CAMPAGP14 14 Me invitaron a una campaña de grupo pequeño.	16.9481	45.020	.435	.792
MEREVISTFO15 15 Me regalaron una revista o folleto cristiano.	16.4222	42.455	.533	.779
MEVOZESP16 16 Me inscribieron a la voz de la esperanza	17.5926	47.139	.501	.787
MEREGCD17 17 Me regalaron un CD (película cristiana, música cristiana)	17.0222	44.380	.485	.786

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.804	9

## Confiabilidad dimensión eventos y campañas de iglesia

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
MESEMSAL18 18 Me invitaron a un seminario de salud.	12.4074	30.333	.610	.778
MESEMMA19 19 Me invitaron a un seminario de matrimonios	12.6741	32.729	.537	.792
MECAMPSA20 20 Me invitaron a una campaña evangelística	11.4148	30.543	.462	.808
MEBRIGMED21 21 Me invitaron a una brigada médica en la iglesia	12.3407	28.928	.656	.769
MECONCRIS22 22 Me invitaron a un concierto cristiano	12.3259	29.520	.653	.770
MEGRADVOZ23 23 Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza	12.8370	33.540	.476	.801
ESCBIBLIVAC24 24 Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones	12.0444	30.819	.495	.799

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.813	7

## Confiabilidad dimensión evangelismo público

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
SUPERMISI25 25 Conocí a la iglesia por medio de una super-misión (impacto misionero urbano)	11.6148	25.836	.414	.832
OROPLAZA26 26 Alguien oró por mí en la plaza, parque o lugar público	11.7556	24.753	.663	.806
LIBROCALLE27 27 Me obsequiaron un libro cristiano en la calle	11.6815	23.383	.757	.793
CONCRISCALL28 28 Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle	11.8444	25.625	.648	.810
SERMALLE29 29 Conocí a la iglesia por un sermón en la calle	11.9185	26.344	.700	.811
SERVCOMU30 30 Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia	11.8000	25.549	.617	.811
BRIGMEDPLA31 31 Me invitaron a una brigada médica en una plaza	11.5630	23.830	.561	.816
DRAMAMUD32 32 Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo)	11.6519	24.035	.632	.807
CAMPEVANTE33 33 Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	11.2370	25.958	.245	.867

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.834	9

### Análisis univariado

#### Media general estrategias de primer contacto

##### ESPRICO

N	Válido	135
	Perdidos	0
Media		2.0813
Error estándar de la media		.05421
Mediana		1.9697
Moda		1.88
Desv. Desviación		.62983
Varianza		.397
Rango		3.18
Mínimo		1.00
Máximo		4.18

### Estadísticos

#### EvaAmis Evangelismo de la amistad

N	Válido	135
	Perdidos	0
Media		2.7000
Error estándar de la media		.11770
Mediana		3.0000
Moda		1.00
Desv. Desviación		1.36753
Varianza		1.870
Rango		4.00
Mínimo		1.00

Máximo	5.00
--------	------

### Estadísticos

OMISTRA Obra misionera tradicional

N	Válido	135
	Perdidos	0
Media		2.1062
Error estándar de la media		.07048
Mediana		2.0000
Moda		1.33
Desv. Desviación		.81885
Varianza		.671
Rango		3.78
Mínimo		1.00
Máximo		4.78

### Estadísticos

EVAUR Evangelismo urbano

N	Válido	135
	Perdidos	0
Media		1.4593
Error estándar de la media		.05328
Mediana		1.2222
Moda		1.00
Desv. Desviación		.61906
Varianza		.383
Rango		2.89
Mínimo		1.00
Máximo		3.89

### Análisis complementarios

Diferencia entre dimensión evangelismo de la amistad y la obra misionera tradicional

#### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
EVAAMIS Evangelismo de la amistad	135	2.7000	1.36753	.11770
OMISTRA Obra misionera tradicional	135	2.1062	.81885	.07048

Diferencia entre evangelismo de la amistad y eventos y campañas de iglesia

#### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
EVAAMIS Evangelismo de la amistad	135	2.7000	1.36753	.11770
EVECAM Eventos y campañas de iglesia	135	2.0487	.91259	.07854

Diferencia entre evangelismo de la amistad y evangelismo urbano

#### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
EVAAMIS Evangelismo de la amistad	135	2.7000	1.36753	.11770
EVAUR Evangelismo urbano	135	1.4593	.61906	.05328

Diferencia entre obra misionera tradicional y eventos y campañas de iglesia

### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
OMISTRA Obra misionera tradicional	135	2.1062	.81885	.07048
EVECAM Eventos y campañas de iglesia	135	2.0487	.91259	.07854

Diferencia entre obra misionera tradicional y evangelismo urbano

### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
OMISTRA Obra misionera tradicional	135	2.1062	.81885	.07048
EVAUR Evangelismo urbano	135	1.4593	.61906	.05328

Diferencia entre eventos y campañas de iglesia y evangelismo urbano

### Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
EVECAM Eventos y campañas de iglesia	135	2.0487	.91259	.07854
EVAUR Evangelismo urbano	135	1.4593	.61906	.05328

Análisis por ítems

### Estadísticos descriptivos

	N	Media	Desv. Desviación
AMIGOORO2 2 Un amigo o familiar adventista oró por mí	135	3.3852	1.49619

AMIGOIGLESIA7 7 Un amigo o familiar adventista me invitó a la iglesia	135	3.3185	1.57239
MECAMPESA20 20 Me invitaron a una campaña evangelística	135	2.9259	1.54355
AMIGOVIS1 1 Un amigo o familiar adventista me visitó para hablarme de Dios	135	2.9111	1.75119
AMIGOLIBRO4 4 Un amigo o familiar adventista me obsequió un libro cristiano	135	2.8963	1.45209
MEESTUBIBL10 10 Me ofrecieron estudios bíblicos	135	2.8074	1.45836
AMIGOCOMER3 3 Un amigo o familiar adventista me invitó a comer a su casa	135	2.6370	1.56266
AMIGOSALUD6 6 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi salud	135	2.5556	1.52915
MEREVISTFO15 15 Me regalaron una revista o folleto cristiano.	135	2.5333	1.41843
AMIGOMATRI5 5 Un amigo o familiar adventista se preocupó por mi matrimonio	135	2.3259	1.52016
ESCBIBLIVAC24 24 Invitaron a un miembro de mi familia a una Escuela Bíblica de Vacaciones	135	2.2963	1.44074
CASAORAR13 13 Hermanos de la iglesia llegaron a mi casa y se ofrecieron a orar por mi	135	2.2296	1.40330
AMIGOELECT8 8 Un amigo me envió un mensaje electrónico cristiano	135	2.2222	1.46434
MECURSO12 12 Me ofrecieron un curso (salud, familia etc.)	135	2.1926	1.38487
MELIBRO11 11 Me regalaron un libro cristiano en mi casa o lugar de trabajo	135	2.1111	1.40716

MECONCRIS22 22 Me invitaron a un concierto cristiano	135	2.0148	1.33822
CAMPAGP14 14 Me invitaron a una campaña de grupo pequeño.	135	2.0074	1.30153
MEBRIGMED21 21 Me invitaron a una brigada médica en la iglesia	135	2.0000	1.40362
MESEMSAL18 18 Me invitaron a un seminario de salud.	135	1.9333	1.30556
MEREGCD17 17 Me regalaron un CD (película cristiana, música cristiana)	135	1.9333	1.28249
CAMPEVANTE33 33 Hubo una gran campaña de evangelismo (Teatro, Polideportivo)	135	1.8963	1.32864
HERMEVISH9 9 Los hermanos me visitaron cuando estaba enfermo en el hospital	135	1.7778	1.15038
MESEMMA19 19 Me invitaron a un seminario de matrimonios	135	1.6667	1.11302
BRIGMEDPLA31 31 Me invitaron a una brigada médica en una plaza	135	1.5704	1.09640
SUPERMISI25 25 Conocí a la iglesia por medio de una supermisión (impacto misionero urbano)	135	1.5185	.99889
MEGRADVOZ23 23 Me invitaron a una graduación de la voz de la esperanza	135	1.5037	1.09867
DRAMAMUD32 32 Vi un evento cristiano en la calle (Representación, Drama mudo)	135	1.4815	.97622
LIBROCALLE27 27 Me obsequiaron un libro cristiano en la calle	135	1.4519	.92815

OROPLAZA26 26 Alguien oró por mí en la plaza, parque o lugar público	135	1.3778	.84524
MEVOZESP16 16 Me inscribieron a la voz de la esperanza	135	1.3630	.91918
SERVCOMU30 30 Conocí a la iglesia por medio de un servicio a la comunidad hecho en mi colonia	135	1.3333	.78227
CONCRISCALL28 28 Conocí a la iglesia por un concierto cristiano en la calle	135	1.2889	.74179
SERMCALLE29 29 Conocí a la iglesia por un sermón en la calle	135	1.2148	.60329
N válido (por lista)	135		

## LISTA DE REFERENCIAS

- Aeschlimann, Alfredo. *El estudio bíblico*. APIA, 2002.
- Aguillón López, Luis Alonso. “La capacitación y la motivación como influyentes en el nivel de desempeño de los líderes de pequeñas congregaciones de la Misión Occidental y la Misión Central de El Salvador”. Universidad de Montemorelos, 2009.
- Almaguel Batista Frankis. “Método de trabajo y programa de capacitación para equipos constituidos por parejas misioneras en las zonas A y B de la Asociación Puertorriqueña del Este”. Universidad de Montemorelos, 2012.
- Armenta Espinoza, Héctor R. “Un programa para incrementar la participación de los miembros en el trabajo misionero en la Iglesia Adventista de Salamanca, Guanajuato, México”. Universidad de Montemorelos, 2012.
- Arroyo Kedney, Agustín Rubén. “Un programa de evangelismo público para la ciudad de Monterrey en el noreste de México”. Tesis Doctoral, Universidad de Montemorelos, 2012.
- Bolaños Jiménez, Jacob Aurelio, y José M. Espinosa Almazán. “Programa de instrucción para la plantación de nuevas iglesias a través de los grupos pequeños en la Asociación Azteca”. Universidad de Montemorelos, 2018.
- Burrill, Russell. *How to Grow an Adventist Church*. Hart Research Center, 2009.
- . *Radical Disciples for Revolutionary Churches*. Hart Research Center, 1996.
- “Calculadora de Muestras”. Consultado el 16 de octubre de 2019.  
[http://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php).
- “¿Cuál es el papel de la oración en el evangelismo? Obrero fiel”. Consultado el 14 de mayo de 2017. <http://obrerofiel.com/cual-es-el-papel-de-la-oracion-en-el-evangelismo/>.
- Delafield, D. A., y Martha Limbert de Gudjemián. *Elena G. de White en Europa*. Buenos Aires, Argentina: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1979.
- “Evangelismo Como Levadura”. Consultado el 8 de mayo de 2017.  
<http://docplayer.es/15235167-Evangelismo-como-levadura.html>.
- “Evangelismo personal con folletos”. Consultado el 12 de mayo de 2017.  
<https://redintercesorainternacional.es/t/EVANGELISMO-personal-con-folletos.htm>.

- Gómez Morales, Julián. "Programa de evangelismo de extensión territorial para la Iglesia Central de Santa Ana, Toluca, Estado de México". Universidad de Montemorelos, 2007.
- La Voz de la Esperanza. "La Voz de la Esperanza". Consultado el 22 de octubre de 2019. <https://www.lavoz.org>.
- Lee, Robert Green, y Agustín Gil Lasierra. *Cómo conducir un alma a Cristo*. Editorial Clie, 1980. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=184663>.
- López Yáñez, Isidro. "Seminario Para Preparar Líderes Laicos Para El Evangelismo Urbano En El Noreste de México". Doctor of Ministry, Andrews University, 2002. <https://doi.org/10.32597/dmin/585>.
- Marino, Juan Pedro. *Me seréis testigos*. Bodas de Plata Educativas. Buenos Aires, Argentina: CLIE, 1977.
- Mazariego, Gustavo. "Implementación de una escuela de instrucción misionera para la Iglesia Adventista de Mérida". Tesis Doctoral, Universidad de Montemorelos, 2007.
- "Mujeres Y hombres en México 2018", s/f, 270.
- Omaña Pliego, Aarón. "Implementación de un programa de evangelismo a través de grupos pequeños en las iglesias de Boca del Río, Veracruz". Universidad de Montemorelos, 2007.
- "Paenitemini (17 de febrero de 1966) | Pablo VI". Consultado el 14 de mayo de 2017. [http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost\\_constitutions/documents/hf\\_p-vi\\_apc\\_19660217\\_paenitemini.html](http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost_constitutions/documents/hf_p-vi_apc_19660217_paenitemini.html).
- Presuel Euán, Miguel A., y Extensión Andrews University. "Estrategias para mejorar la asistencia a los cultos nocturnos de la Iglesia de Mérida 61". Universidad de Montemorelos, 2002.
- Instituto Universitario de Tecnología Readic UNIR. "¿Qué es servicio Comunitario?" Consultado el 17 de octubre de 2019. <https://www.unir.edu.ve/que-es-servicio-comunitario/>.
- La Voz de la Esperanza. "¿Quiénes somos?" Consultado el 22 de octubre de 2019. <https://www.lavoz.org/quienes-somos>.
- R. H. Sampieri, C. F. Collado, P. B. Lucio. *Metodología de la investigación*. 5 Edición. México: McGRAW-HILL, 2010.
- Robert Jean, Marie. "Diseño de una estrategia para el evangelismo en Delmas, Puerto Príncipe, Haití". Andrews University, 2004.

- Sánchez Álvares Abel. "Relaciones cercanas espiritualidad vital y testificación relacional manifestadas en miembros de la ciudad de México". Universidad de Montemorelos, 2012.
- Sandoval Jiménez, Abraham. "Un seminario para incrementar la participación en evangelismo personal en la iglesia central de Cárdenas". Universidad de Montemorelos, 2007.
- Sebastian Rivera David Lancelot. "La metodología del evangelismo del servicio social basado en la compasión". Universidad de Montemorelos, 2012.
- Sisson, Richard. *Prepárese Para Evangelizar*. Editorial Mundo Hispano, 1984.
- Sol Martínez, José Javier, y Extensión Andrews University. "Programa de reclutamiento, capacitación y motivación de líderes de grupos pequeños". Universidad de Montemorelos, 2002.
- Upegui, Laura Montoya. "Estrategias de evangelización y catequización de las misioneras Lauritas en el Occidente Antioqueño (1914-1925)". *Evangelization and Catechesis Strategies of the Laurita Missionaries in Western Antioquia (1914-1925)*., núm. 51 (enero de 2015): 118–31. <https://doi.org/10.7440/res51.2015.09>.
- Vyhmeister, Nancy Jean. *BTV # 12: Manual de Investigación Teológica*. Vida, 2013.
- White, Elena. *El Evangelismo*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- . *El Ministerio de la Bondad*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- . *La Oración*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- . *Mensajes para Los Jóvenes*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- . *Palabras de Vida Del Gran Maestro*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- White, Elena de. *La Temperancia*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.
- White, Elena G. *Joyas de los Testimonios / Testimonies*. Createspace Independent Pub, 2014.
- White, Elena G. de. *Conducción del niño*. Asociación Casa Editora Sudamericana, 1964.

- . *El ministerio de Curación*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.
- . *En los lugares celestiales*. Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas: Pacific Press Publishing Association, 1968.
- . *Servicio Cristiano*. Sudamerica. Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014.
- White, Elena G. De. *Testimonios Para La Iglesia*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.
- White, Ellen Gould Harmon. *Hijas de Dios: mensajes especiales para la mujer*. Asociación Publicadora Interamericana, 2008.
- . *Notas biográficas de Elena G. de White: narración autobiográfica hasta 1881 y resumen de su vida posterior basado en fuentes originales*. Asociación Publicadora Interamericana, 1994.
- . *Obreros evangélicos: instrucciones para todos los que son “colaboradores de Dios”*. Publicaciones Interamericanas, Pacific Press, 1974.