

Seminario Teológico Adventista Interamericano
Recinto Universidad de Montemorelos



EL COMPROMISO PERSONAL Y LA IDENTIDAD SOCIAL
EN LA TAREA ADVENTISTA DEL SEPTIMO DIA EN
CHETUMAL, QUINTANA ROO, MEXICO:
UN ESTUDIO.

Tesis

Presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el grado de
Doctor en Ministerio

por

José Luis Jiménez Náñez

Agosto de 2012

CIB
Ej.1



73746

TD
269.2
J61c
2012
21

UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS
CENTRO DE INFORMACION-BIBLIOTECA

Seminario Teológico Adventista Interamericano

Recinto Universidad de Montemorelos



EL COMPROMISO PERSONAL Y LA IDENTIDAD SOCIAL
EN LA TAREA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN
CHETUMAL, QUINTANA ROO, MÉXICO:
UN ESTUDIO.

Tesis
Presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el grado de
Doctor en Ministerio

Por

José Luis Jiménez Náñez

Agosto de 2012

73746

SÍNTESIS

EL COMPROMISO PERSONAL Y LA IDENTIDAD SOCIAL
EN LA TAREA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN
CHETUMAL, QUINTANA ROO, MÉXICO:
UN ESTUDIO

por

José Luis Jiménez Náñez

Asesor: Moisés Espinoza Almazán

SÍNTESIS DE TESIS DOCTORAL

Disertación

Seminario Teológico Adventista Interamericano

Recinto Universidad de Montemorelos

Título: EL COMPROMISO PERSONAL Y LA IDENTIDAD SOCIAL EN LA TAREA
ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN CHETUMAL, QUINTANA ROO,
MÉXICO: UN ESTUDIO

Investigador: José Luis Jiménez Náñez

Asesor: Moisés Espinoza Almazán, doctor en Ministerio

Fecha de terminación: Agosto 2012

Problema

La iglesia tiene una misión que explica su existencia: Hacer discípulos y proclamar la salvación en Cristo. No es una opción, es una indicación. Así lo entiende, cree y vive la iglesia; por ello, todo su potencial e infraestructura se ha predispuesto para enfrentar esa tarea. Sin embargo, diferentes obstáculos hacen ver que la iglesia parece cansarse, disminuyendo su paso. Buena parte de la feligresía parece desanimada ante la tarea propuesta, considerables índices de deserción obstaculizan el crecimiento, bajos índices de involucramiento de la feligresía en la actividad misionera parecen estancarla. La antigua visión de una iglesia celosamente predicando la venida de Jesucristo parece nublarse.

Por otro lado, investigaciones recientes sobre productividad y éxito empresarial proclaman la importancia de la gestión del compromiso e identidad para catapultar la producción. Investigadores serios lo han documentado y lo presentan como el medio ideal para el éxito de una empresa. ¿En qué medida el nivel de compromiso personal y la identidad adventista explican la participación misionera de los miembros de la iglesia? En esta investigación, realizada en la iglesia adventista de Chetumal, Quintana Roo en el 2012, se trabajó con el objetivo de conocer los generadores y detractores del crecimiento de la iglesia.

Método

Para ello, a través de una investigación de campo de tipo cuantitativa, con un diseño explicativo y transversal, a través de una encuesta aplicada de manera aleatoria por conveniencia, se creó una base de datos para el análisis de las variables compromiso e identidad, en su relación con la participación misionera.

Resultados

Los resultados han determinado que las variables compromiso e identidad adventista son predictoras de la variable participación misionera, y en el caso de la iglesia de Chetumal, Quintana Roo del año 2012, la explican en un 25 por ciento. Además, los resultados exhiben áreas fuertes y débiles en la gestión del compromiso y la identidad en la feligresía adventista.

Conclusiones

En resumen, el compromiso personal y la identidad adventista son predictoras de la participación misionera de la feligresía adventista de Chetumal Quintana Roo, y por ello son áreas que deben tomarse en cuenta en el trabajo pastoral porque, a mayor compromiso e identidad, mayor será la participación misionera.

ABSTRACT

PERSONAL COMMITMENT AND SOCIAL IDENTITY
IN THE SEVENTH DAY ADVENTIST TASK IN
CHETUMAL, QUINTANA ROO, MÉXICO.
A STUDY

by

José Luis Jiménez Nájiz

Adviser: Moisés Espinoza Almazán

ABSTRACT OF GRADUATE STUDENT RESEARCH

Dissertation

Inter-American Adventist Theological Seminary

Montemorelos Extension

Title: PERSONAL COMMITMENT AND SOCIAL IDENTITY IN THE SEVENTH DAY ADVENTIST TASK IN CHETUMAL, QUINTANA ROO, MÉXICO. A STUDY.

Researcher: José Luis Jiménez Nájuez

Adviser: Moisés Espinoza Almazán, D. Min.

Date completed: August 2012

The problem

The church has a mission that explains its existence on Earth: To make disciples and to proclaim salvation in Christ. It is not an option; it is an indication. This is the way that it is understood, believed and lived by the church. Therefore, all of its potential and infrastructure have been predisposed to accomplish the task. However, various obstacles show us that the church tends to get tired, reducing its vigorous walking. Most of the parishioners seem discouraged at the task at hand, significant rates of christian dropout hinder growth, low levels of involvement of the parishioners in missionary activity seem to stagnate it. The old view of a zealous church preaching the coming of Jesus Christ appears cloudy.

Furthermore, recent researches on business productivity and success proclaim the importance of management commitment and identity to catapult production. Serious researchers have documented it and presented it as the ideal route for business success. To what extent the level of personal commitment and adventist identity explain the missionary participation of the church members? This research, conducted in the church of Chetumal, Quintana Roo in 2012, worked with the aim of knowing the generators and opponents of church growth.

Method

To do that, through a quantitative field research, with an explanatory cross-sectional design, through an applied survey of randomly for convenience, a database was created for the analysis of the variables commitment and identity in relation to missionary involvement.

Results

The results have determined that the variables commitment and adventist identity are predictors of the variable missionary participation, and in the case of the church of Chetumal, Quintana Roo 2012, it is explained with 25 per cent. Moreover, the results exhibit strengths and weaknesses in the management of commitment and identity in the adventist church.

Conclusions

In short, personal commitment and adventist identity are predictive of the missionary participation of the adventist parishioners in Chetumal Quintana Roo, and therefore, these are areas that should be considered in pastoral work because, more are commitment and identity, the greater will be the missionary involvement.

Seminario Teológico Adventista Interamericano

Recinto Universidad de Montemorelos

EL COMPROMISO PERSONAL Y LA IDENTIDAD SOCIAL
EN LA TAREA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN
CHETUMAL, QUINTANA ROO, MÉXICO:
UN ESTUDIO.

Tesis
Presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el grado de
Doctor en Ministerio

Por

José Luis Jimenez Náñez

Agosto de 2012



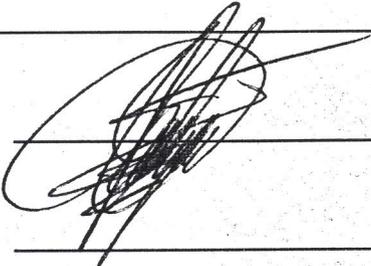
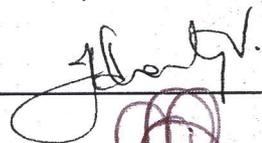
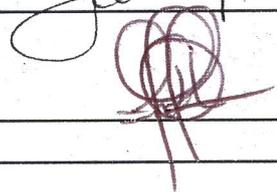
SEMINARIO TEOLÓGICO ADVENTISTA INTERAMERICANO

Recinto: Universidad de Montemorelos

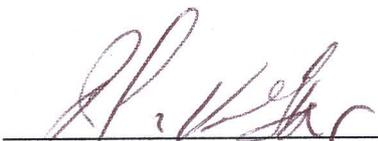
ACTA DE DEFENSA DE TESIS DOCTORAL

En la ciudad de Montemorelos, Nuevo León, México, siendo las 07:19 horas del día 13 de Julio de 2012 se reunieron en la Capilla de Teología los miembros del Comité Examinador de la recepción de grado de Doctorado en Ministerio del alumno José Luis Jiménez

Dicho **Comité Examinador** estuvo integrado por las siguientes personas:

Presidente del SETAI	<u>Dr. Jaime Castrejón</u>	Firma	
Asesor Presidente	<u>Dr. Moisés Espinoza</u>	Firma	
Miembro Asesor	<u>Dr. Félix H. Cortez</u>	Firma	
Examinador Externo	<u>Dr. Juan José Andrade</u>	Firma	

Con mi firma y sello al calce yo, Dr. José Omar Velázquez C. Coordinador del SETAI, Recinto Universidad de Montemorelos, certifico que las firmas fueron hechas en mi presencia, son auténticas y corresponden a las personas cuyos nombres figuran en el recuadro.


Firma: Dr. J. Omar Velázquez C.


Sello: Seminario Teológico Adventista Interamericano

A mi esposa Martha Elena
y a nuestros hijos Martha Isabel, José Luis y Ana Jazzel:
con entrañable amor, admiración y
ferviente esperanza eterna

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
Capítulo	
I. INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	1
Declaración del problema	2
Definición del problema	2
Hipótesis	2
Objetivos	2
Objetivo primario	2
Objetivos secundarios	3
Justificación	3
Importancia	4
Limitaciones	4
Delimitaciones	5
Trasfondo filosófico	6
Definición de términos	6
Esbozo de la tesis	7
II. MARCO TEÓRICO	9
Sobre la iglesia	9
Sobre la misión	10
Haced discípulos	12
¿Quién es un discípulo?	13
Sobre el impacto recíproco	14
Sobre el crecimiento integral	16
Crecimiento cualitativo	16
Crecimiento cuantitativo	17
Sobre el plantar iglesias	17
La plantación debe ser planeada	18
Sobre la planeación del crecimiento	18
Según la misiología moderna	18
Según Elena G. de White	19
Su necesidad de aplicación	20
Sobre el compromiso	20
Dos tipos de compromiso	21
Ventajas del compromiso	22

Elementos del compromiso	23
La gestión del compromiso	24
Generadores del compromiso	24
Sobre la identidad	26
Identidad social	27
Obreros con identidad	28
Generadores de la identidad obrero-empresa	29
Detractores de la identidad	30
Su relación con el compromiso	30
Sobre la participación misionera	31
III. MARCO METODOLÓGICO	34
Tipo de investigación	34
Población y muestra	34
Las variables	35
Definiciones conceptuales	35
Compromiso personal	35
Identidad	35
Participación misionera	36
Definición instrumental	36
Definición operacional	36
El instrumento	37
Validez	38
Confiabilidad	38
Hipótesis nula	39
Definición operacional	39
Recolección de datos	40
Análisis de datos	40
IV. RESULTADOS	42
Resultados de encuestas	42
Datos demográficos	42
Edad	43
Género	43
Tiempo de bautizado	44
Grado de estudios	44
Comportamiento de las variables	45
El compromiso	45
La identidad	57
La participación misionera	67
Tabla de ítems extremos	76
Resumen del movimiento de las variables	77
Confiabilidad y validez de las variables	77
Prueba de la hipótesis nula	78

V. RESUMEN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
Resumen	82
Marco teórico	82
Metodología	83
Resultados más relevantes	83
Áreas fuertes	84
Áreas débiles	86
Conclusiones	87
Recomendaciones	88
Apéndices	
A. LA ENCUESTA	92
B. TABLAS Y FIGURAS	95
C. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	121
D. DESARROLLO HISTÓRICO DE LA IGLESIA DE CHETUMAL.....	125
LISTA DE REFERENCIAS	132
CURRICULUM VITAE	137

LISTA DE TABLAS

1. Operacionalización de la hipótesis nula	39
2. Edad de los participantes	42
3. Género de los participantes	42
4. Años de bautizado de los participantes	43
5. Nivel de estudios de los participantes	43
6. Tabla de ítems extremos	75
7. Alfa de Cronbach de las variables	77
8. Análisis ANOVA	79
9. Resumen del modelo	79

LISTA DE FIGURAS

1. Conocimiento claro de los objetivos	45
2. Capacitación para la tarea	46
3. Disposición personal al compromiso	47
4. Liderazgo de apoyo	48
5. Líder que muestra aprecio personal	49
6. Disposición a escuchar y apreciar opiniones	50
7. Motivación espiritual para el servicio	51
8. Buenas relaciones interpersonales	52
9. Participación en la planeación	53
10. Promoviendo socialización positiva	54
11. Autopercepción de desarrollo	55
12. Satisfacción en el lugar de servicio	57
13. Identificación con la misión adventista	58
14. Identificado con la iglesia y su misión	59
15. Identificación con éxitos y fracasos	60
17. Identidad para la permanencia	61
18. Identidad con la unicidad	62
19. Identificado con las doctrinas	63
20. Identificado con la iglesia y su misión	64

21. Confianza en los dirigentes	65
22. Disposición a la testificación	67
23. Intensidad en la obra misionera (1)	68
24. Intensidad en la obra misionera (2)	69
25. Intensidad en la obra misionera (3)	70
26. Participando en el discipulado cristiano	71
27. Disposición para el servicio eclesiástico	71
28. Obra misionera con y por la esperanza	72
29. Disposición a servir como misionero	73
30. Disposición a colaborar en y con la misión	74

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El crecimiento de la Iglesia Adventista del Séptimo Día (IASD) en el sureste de México enfrenta dos grandes desafíos: La deserción y el bajo índice de participación misionera. Como resultado, la distancia numérica entre la población adventista y la no adventista sigue creciendo, el crecimiento de las ciudades rebasa al crecimiento de la iglesia y una parte importante de la feligresía pareciera dispuesta solamente a la autoalimentación espiritual.

Esta percepción se ve reforzada por la realidad: El porcentaje anual de crecimiento por bautismos (8-10 por ciento)¹ no se ve reflejado en el crecimiento real (en diez años debiera duplicarse la feligresía, y no sucede); la iglesia muestra poco interés en extenderse y el trabajo se ha cargado solo en unos cuantos (15-25 por ciento de la población adventista);² la mayor parte de la congregación pareciera ir conformándose, cada vez más, a una vida institucional dentro del templo aunque ello implique desatender la conocida orden de Jesús: “Id y predicad el evangelio”.

La iglesia tiende a diluirse en su interacción con la vida cotidiana.

¹Anualmente, en ocasión de la Reunión Anual de Planeación, a cada pastor de la Misión Quintana Roo, se le desafía a una proyección bautismal entre el 8 y el 10 por ciento de su feligresía actual. Si tiene 400 feligreses en su distrito, su proyección bautismal es entre 32 y 40 nuevos bautizados, en promedio.

²En entrevista personal con los pastores vecinos de Chetumal y Cancún, se calcula que solo entre 15-25 miembros de cada 100 trabajan en algún aspecto de la obra misionera.

Declaración del problema

Una población creciente necesita el verdadero mensaje de Cristo, pero la iglesia comisionada para entregarlo aparenta cansancio, distracción y desinterés.

¿En qué medida el nivel de compromiso personal y la identidad adventista explican la participación misionera de los miembros de la iglesia de Chetumal, Quintana Roo, en el período 2010-2012?

Definición del problema

Los problemas que enfrenta la expansión de la iglesia, tales como el crecimiento irregular, la apatía misionera de la feligresía, la apostasía, etcétera, pueden ser entendidos, evaluados y eventualmente atendidos, a la luz de la determinación del grado de compromiso e identidad eclesiástica que existe en el feligrés para con la iglesia y su misión.

Hipótesis

El nivel de compromiso que puede alcanzar un feligrés, además del nivel de identidad adventista al que puede llegar, determina la intensidad de su participación en las actividades misioneras. Se sugiere que existe una relación directamente proporcional de las variables independientes compromiso e identidad con la variable dependiente participación misionera.

Objetivos

Objetivo primario

Determinar, de una manera clara y estadística, la relación que existe entre el nivel de compromiso personal de la feligresía, su nivel de identidad adventista y su grado de participación misionera en la iglesia. Los resultados pueden dar importantes pautas a seguir.

Objetivos secundarios

1. Proponer, en base a los resultados, la eventual creación de un programa que atienda positivamente los obstáculos del crecimiento de la iglesia.
2. Difundir los resultados del estudio en procuración del crecimiento cualitativo de la feligresía.
3. Promover y practicar, a partir de los resultados, un método práctico de trabajo pastoral que esté íntima y permanentemente relacionado con los resultados de esta investigación.

Justificación

En este trabajo se propone que, al determinar qué influye en los niveles de participación misionera de la feligresía, es posible elaborar un programa que supla lo que se descubra que hace falta. Y así, será posible potencializar la capacidad misionera de la iglesia, robustecerla espiritualmente para la obra necesaria, hacer planes de atender las zonas olvidadas y procurar crecer conforme a la población. El crecimiento resultaría ser cuantitativo, por la expansión de la presencia adventista; y cualitativo, por fortalecimiento previo de la feligresía en las áreas que afectan su participación. No hacerlo, o dar por innecesario el conocimiento de las causas que influyen negativamente en el cumplimiento de la misión, impedirá atenderlo de manera apropiada.

El estudio es un trabajo de campo, práctico, no teórico. El sur de Quintana Roo es representativo por tener una población mixta formada por personas provenientes de todo el sur y sureste de México que presentan características semejantes a otros campos, y sobre todo, hay una feligresía fiel.

Importancia

Dentro de la gran empresa que la IASD tiene por delante y que puede resumirse en frases como “hacer discípulos” y “alumbrar al mundo” con el evangelio, existen múltiples y variados obstáculos que dificultan u obstaculizan alcanzar los objetivos. Es necesario definirlos porque perjudican el éxito de la empresa y especialmente para conocerlos, reconocerlos, estudiarlos y superarlos. Por ello dedicar un razonable tiempo para investigarlos y determinarlos, representa una positiva inversión de buenos resultados para el crecimiento espiritual de la feligresía y para el avance de la obra. Por el contrario, ignorarlos o menospreciarlos, significará continuar en el actual y lento avance de la misión de Cristo: Hacer discípulos.

Limitaciones

Este estudio, como la mayoría de su tipo, tiene sus limitaciones. Se consideran así las siguientes:

1. Por enmarcarse dentro de un ministerio realizado en el sureste de México, las investigaciones, análisis y prácticas se hacen en iglesias en un entorno de ciudades medianas y grandes de esa zona geográfica. No hay megaciudades.

2. Siendo que el sureste mexicano es de habla hispana, una parte de la bibliografía consultada y del material para el estudio es en idioma español. La mayor parte usada está publicada en idioma inglés y ha sido traducida personalmente.

3. Aunque es muy probable que este proyecto resulte útil y de uso general en otras partes del mundo, por razones de tiempo, finanzas y espacio, el estudio fue realizado en el territorio del sureste mexicano. Y, por supuesto, el campo de estudio se concentra allí mismo.

4. Por razones de tiempo, una parte de las encuestas fueron realizadas a través de feligreses.

5. Por la poca información sobre el tema de la similitud de las relaciones obrero-patronales con las del feligrés-clero, en este estudio se ha trabajado con la premisa de su semejanza en el área de las relaciones personales. Como base, se cita a Argandoña, que dice:

Es un reto apasionante trabajar con un pie en las ciencias de la empresa y con otro en la antropología cristiana y en la teología; se debe ser coherente con la doctrina cristiana sobre el hombre y al mismo tiempo con las ciencias humanas que tratan del hombre, de su acción y sus organizaciones y, en particular, con las ciencias que tratan de la actividad económica y de la empresa.¹

Delimitaciones

Dentro de las delimitaciones propias de este trabajo, pueden considerarse las siguientes:

1. Aunque el tema del crecimiento de la IASD es vasto y de variados resultados, en este estudio se procura determinar la influencia de solo dos elementos: El compromiso y la identidad. Puede haber otros elementos importantes en el mismo tema, pero no son el objetivo de este estudio.

2. La feligresía de Chetumal entre los años 2010 y 2012 está inmersa en una ciudad de crecimiento continuo. Por ello se analiza su participación misionera enmarcada en un crecimiento poblacional que rebasa al de la iglesia.

3. Reconociendo que el crecimiento es producto de una conjugación de muchos factores, este estudio se concentra solamente en la relación entre el compromiso e identidad

¹Antonio Argandoña, "La identidad cristiana del directivo de empresas"; accesada el 16 de julio de 2012, disponible en <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-07.pdf>

con la participación misionera. Otros posibles factores, aunque también importantes, no son parte de este estudio.

4. Aunque la bibliografía consultada es la más actual disponible, no se deja de consultar bibliografía anterior. Los conceptos de misión, crecimiento, discipulado cristiano etc., se tratan dentro del marco de ambos tipos de bibliografía.

Trasfondo filosófico

El presente proyecto se realiza y se encara con el siguiente trasfondo:

1. Se acepta la Santa Biblia creyendo que es inspirada por Dios y que sus 66 libros revelan su voluntad para el hombre. También se cree en la inspiración de los escritos de Elena G. de White.

2. Creyendo firmemente en la misión y en la urgencia de ella, este trabajo se basa en la práctica continua de la búsqueda de medios para lograrla.

3. La feligresía es también la misión. Capacitar a la feligresía adventista es parte de la tarea y un medio para alcanzarla. Discípulos producen discípulos.

4. No se está familiarizado con el crecimiento de la iglesia en las megaciudades, por lo tanto, el énfasis evidente es en ciudades medianas y grandes (población menor a 500,000 habitantes).

Definición de términos

Dentro del marco de esta investigación se dará el uso de ciertos términos que pueden entenderse mejor de la siguiente manera:

La misión, misión de la iglesia, la tarea. Se da a entender por misión a la tarea de la iglesia de dar a conocer a todo el mundo la salvación en Cristo Jesús. Se puede resumir como la tarea de conducir personas a la imitación de Jesucristo.

Crecimiento cualitativo y cuantitativo (CCC). Se entiende por CCC el crecimiento que se refiere no solo al incremento en número de personas, sino también al crecimiento en cualidades personales. Es decir, se considera tan importante la cantidad como la calidad del incremento.

Ciudades medianas y grandes. Aquí se refiere a ciudades con una población entre 100,000 y 500,000 habitantes. Ciudades con población mayor, para este estudio, se las considera megaciudades.

Casa-iglesias. Término que alude a la conformación de un grupo relativamente pequeño que se reúne en una casa. Puede estar formado por dos o tres familias que viven cercanas entre sí. Se reúnen como iglesia en horarios y días similares a los templos establecidos.

Discipular. Es el proceso de edificar la fe del creyente hasta hacerla depender totalmente de Cristo. Discipular significa transformar a una persona de creyente a discípulo o imitador del Maestro Jesús.

Esbozo de la tesis

La tesis consta de seis capítulos, incluyendo esta introducción. En el capítulo II se da un breve repaso por la literatura relacionada con el compromiso y la identidad social, tratando de definir cada uno de estos conceptos en relación con la iglesia y su misión. Previamente, se consultan opiniones autorizadas relacionadas con el tema de la expansión de la iglesia, en

torno a lo que es su misión, cómo y cuándo se cumple. También el breve análisis del compromiso e identidad en el cumplimiento de la tarea, su uso o desuso y el entendimiento sobre ellos de algunos autores calificados.

En el capítulo III se presenta el marco metodológico de este estudio: Su tipo, clasificación, método e instrumento de medición.

En el capítulo IV se presentan los resultados de la encuesta a través de datos y figuras.

En el capítulo V es presentado un breve resumen, los resultados más relevantes del estudio con sus conclusiones, y al final, algunas recomendaciones.

Los apéndices contienen: Una copia del instrumento aplicado (apéndice A), las tablas y figuras donde se resumen los resultados (apéndice B), la operacionalización de las variables (apéndice C) y el relato del desarrollo histórico de la iglesia adventista en Chetumal, Quintana Roo, sede de este estudio (apéndice D).

Al final, la lista de referencias de donde se ha documentado la presente tesis.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Este capítulo presenta el sustento teórico de la investigación. Aquí se presenta las diversas opiniones y declaraciones sobre los conceptos relacionados con la iglesia, su crecimiento y sus desafíos. Además, se hace un repaso sobre lo que significa el compromiso, la identidad social y la participación misionera, presentando sus generadores y sus detractores.

Sobre la iglesia

Según la Biblia,¹ la iglesia es el “cuerpo de Cristo”² y el pueblo escogido mediante el cual habrá de anunciarse la salvación provista por Dios a toda la humanidad.³ Como tal, tiene una solemne y grave responsabilidad para con el mundo, pues ello la convierte en un verdadero agente de Dios. Un párrafo misiológico que describe la función de la iglesia dice:

La iglesia de Cristo es el agente elegido por Dios para la salvación de los hombres. Su misión es extender el Evangelio por todo el mundo. Y la obligación recae sobre todos los cristianos. Cada uno de nosotros, hasta donde lo permitan sus talentos y oportunidades, tiene que cumplir con la comisión del Salvador. El amor de Cristo que nos ha sido revelado nos hace deudores a cuantos no lo conocen. Dios nos dio luz no solo para nosotros sino para que la derramemos sobre ellos.⁴

¹Toda cita bíblica corresponde a la Santa Biblia versión Reina-Valera 1960.

²Romanos 12:5, Efesios 3:6; 4:12. Colosenses 1:24, todos hablan de la iglesia con la misma figura. Representativamente, 1^o Corintios 12:27 dice: “Vosotros, pues, sois el cuerpo de Cristo, y miembros cada uno en particular”.

³1 Pedro 2:9: “Mas vosotros sois linaje escogido, real sacerdocio, nación santa, pueblo adquirido por Dios, para que anunciéis las virtudes de aquel que os llamó de las tinieblas a su luz admirable”.

⁴Elena G. de White, *El camino a Cristo* (Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas, 1979), 81.

La iglesia, entonces, existe por razones misioneras pues “por medio de ella Dios obra para evangelizar al mundo”.¹ No debe fallar, pues es la iglesia del Dios vivo, columna y baluarte de la verdad (1Tim. 3:15). Por ello toda su estructura e infraestructura, su potencial y capacidad física y espiritual, debe estar diseñada para cumplir la tarea para la que fue elegida. Nada debe distraerla, ni desviarla. En la medida del cumplimiento de su tarea alcanza su éxito. La Asociación Ministerial de los Adventistas del Séptimo Día declara:

La iglesia es la comunidad de creyentes que confiesan que Jesucristo es Señor y Salvador. Como continuadores del pueblo de Dios del Antiguo Testamento, se nos invita a salir del mundo; y nos reunimos para adorar, para estar en comunión unos con otros, para recibir instrucción en la Palabra, para la celebración de la Cena del Señor, para servir a toda la humanidad y para proclamar el evangelio en todo el mundo...²

Sobre la misión

La gran comisión³ dada por Jesucristo a sus seguidores es aceptada por el mundo cristiano. Se extrae de un párrafo de la enseñanza bíblica:

... Toda potestad me es dada en el cielo y en la tierra. Por tanto, id, y haced discípulos en todas las naciones, bautizándolos en el nombre del Padre, del Hijo, y del Espíritu santo; enseñándoles que guarden todas las cosas que os he mandado, y he aquí yo estoy con vosotros todos los días hasta el fin del mundo. Amén (Mateo 28:18-20).

La iglesia no desconoce ni elude la misión de ser “la luz del mundo” (Mateo 5:14), reconoce que la primacía de la misión está escrita a través de toda la Biblia.⁴ Sabe que es su

¹Francis D. Nichol, ed., *Comentario bíblico adventista*, 7 vols. (Boise, ID: Publicaciones Interamericanas, 1978-1990), 4:727.

²Asociación Ministerial de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. *Creencias de los adventistas del séptimo día* (USA: Publicaciones Interamericanas, 2006), 161.

³La expresión Gran Comisión es un término teológico usado para referirse a la tarea que Jesucristo encomendó a sus discípulos un poco antes de su ascensión.

⁴George W. Peters, *A Biblical theology of missions* (Chicago: Moody Press, 1972), 350.

deber en respuesta al mandato.¹ En el año 2007 la Sociedad Asiática de Misiología (ASM por sus siglas en inglés) proclamó, como primera de diez, la siguiente declaración:

Afirmamos que nuestra misión como el Pueblo de Dios es la proclamación de las Buenas Nuevas de reconciliación a través de la muerte expiatoria y resurrección de nuestro Señor Jesucristo, el Príncipe de Paz.²

Y en la sexta declaración de la ASM, conforme al boletín emitido en ocasión de la reunión de noviembre de 2007, se lee:

Afirmamos que aquellos que siguen a Jesús deberían formar comunidades locales de fe y práctica cuya función de SAL y LUZ, al mismo tiempo que influye en sus propios contextos, también sirve atravesando las barreras étnicas y lingüísticas.³ (*Las mayúsculas aparecen en el original*).

Mannoia, estratega en crecimiento de iglesias, escribió: “Es mi firme convicción que la iglesia tiene una clara misión de Dios: Darle a conocer”.⁴ Por su parte Hirsch, líder eclesiástico y también estratega misional, expresó lo siguiente: “Para los seguidores de Jesús, el discipulado no es el primer paso hacia una carrera promisorio. El discipulado es, en sí mismo, el cumplimiento de su destino”.⁵ Misión y destino confirman la idea de la iglesia como un agente de Dios con una misión especial. Ya en el entorno cercano de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, Canale escribió con precisión y claridad que “la Iglesia Adventista existe

¹John R. W. Stott, *La evangelización y la Biblia* (Barcelona: Ediciones Evangélicas Europeas, 1969), 9.

²Asian Society of Missiology, “Bangkok 2007 declaration”, *International Bulletin of Missionary Research*, Vol. 32, no. 1 (2007), 26.

³Esta es la sexta de diez declaraciones hechas en la reunión y publicadas en el boletín antes citado (sólo se están citando las que tienen relación con esta revisión). Para mayor información acerca de estas declaraciones, o de esta reunión, se puede consultar el sitio de International Bulletin of Missionary Research. Disponible en <http://www.thefreelibrary.com/Asian+Society+of+Missiology%3A+Bangkok+2007+declaration.-a0173923100>

⁴Kevin W. Mannoia, *Church planting* (Indianapolis: Light and Life Press, 1994), 15.

⁵Alan Hirsch, *The forgotten ways: Reactivating the missional church* (s.l.: Brazo Press, 2006), 103.

por razones teológico/misioneras”,¹ y White expresa que “la iglesia fue escogida como medio por el cual ha de brillar la divina luz en medio de las tinieblas morales de este mundo, y para que los rayos del Sol de Justicia iluminen los corazones de los hombres”.² El pensamiento de Peters, teólogo del crecimiento de iglesias, es consecuente cuando dice que la expansión es parte de la naturaleza esencial del evangelio y del cristianismo.³ Y en su declaración de misión, la Iglesia Adventista del Séptimo Día define:

La misión de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, es comunicar a todas las personas el Evangelio eterno del amor de Dios en el contexto de los mensajes angélicos de Apocalipsis 14:6-12, según revelados en la vida, muerte, resurrección y ministerio sacerdotal de Jesucristo, invitándolos a aceptar a Jesús como su Salvador personal y a unirse a Su Iglesia, y asistiéndolos y edificándolos espiritualmente en preparación para Su pronto regreso.⁴

Haced discípulos

Analizada y entendida, la mencionada gran comisión registrada en Mateo 28:18-20 resume una sola y gran tarea: Hacer discípulos de Jesucristo.⁵ La orden de discipular, entonces, sería equivalente a la reconocida misión de predicar el evangelio de Jesús y algo más. Ese “algo” añade la enseñanza de las cosas que Cristo mandó y culmina con la decisión de vivir una vida consecuente con la de él.⁶

¹Fernando Canale, “Completando la teología adventista: El proyecto teológico adventista y su impacto en la iglesia-parte II”, *DavarLogos* 6.2 (2007), 127-141.

²White, *Recibiréis poder* (Florida, USA: APIA, 1995), 155.

³Peters, *A theology of church growth* (Grand Rapids, MI: Zondervan Publishing House, 1981), 196.

⁴Iglesia Adventista del Séptimo Día; Unión Ecuatoriana, “Declaración”; accesado el 15 de Julio de 2012, disponible en <http://adventistas.ec/iglesia/nombre.html>

⁵Fernando Arias Galicia, “El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: Algunos factores para su incremento”. *Contaduría y administración*, no. 200 (enero-marzo 2001), 5-12.

⁶Tbíd.

Es importante clarificar: La orden es hacer discípulos y no solo enseñar y bautizar.

Padilla escribió que “en un momento de su historia en que la iglesia se ocupa principalmente de llenar los templos y contar los números de convertidos, es imprescindible llamarla a la tarea de hacer discípulos de Cristo, fieles y obedientes en los pequeños detalles de la ética cristiana”.¹ Thompson, por su parte, comenta que “somos buenos para enseñar y también somos buenos para bautizar. Pero por algún motivo hemos perdido nuestro tema central. No somos muy buenos para hacer discípulos”.² Padilla demandó:

Los que sirven en la obra misionera deberían tener en claro que su tarea principal es hacer discípulos, no solo fundar más congregaciones de su denominación ni informar de grandes números de convertidos. Para eso la evangelización tiene que estar unida a la enseñanza de fidelidad a una ética cristiana aplicable a la sociedad moderna: enseñanza que lleva a la obediencia de todas las instrucciones que Jesús dio a sus primeros seguidores, incluyendo el mandato de hacer nuevos discípulos.³

¿Quién es un discípulo?

Entre las innumerables opiniones que definen este concepto, Wooldridge dice que “un discípulo de Jesús es alguien que sigue, aprende y es leal a Jesús sin importar el costo”.⁴

Thompson añade que:

1. Un discípulo es aquel que tiene una relación personal con su maestro.
2. Un discípulo es aquel que está bajo la total autoridad del maestro.
3. Un discípulo es aquel que posee y demuestra el carácter del maestro.
4. Un discípulo es aquel que debe estar preparado para sufrir por su maestro.⁵

¹René Padilla, *Bases bíblicas de la misión. Perspectivas latinoamericanas* (Buenos Aires: Fundación Kairós, 1988), 197.

²W. Oscar Thompson, *Círculos concéntricos* (México: Mundo Hispano, 2003), 135.

³Padilla, 197.

⁴Keen Wooldridge Ministries International, “Cómo ser un discípulo de Jesucristo”; accesada el 28 de mayo de 2012, disponible en <http://www.kenwooldridge.org/becomedisciple.html>

⁵Thompson, 146.

La misión no es fácil, pero se corre el riesgo de querer hacerla fácil. La iglesia falla en cumplir la misión cuando solo bautiza, o solo enseña, o solo planta nuevas congregaciones, pero no se proyecta la tarea de procurar que cada creyente llegue a ser semejante al Maestro.

Hemphill se pregunta:

Pero, ¿es el crecimiento numérico la medida completa del crecimiento de la iglesia? ¿Qué de los aspectos tales como el desarrollo espiritual hacia la madurez de los cristianos, la profundización de la vida espiritual, las relaciones interpersonales y la tarea de la transformación de la cultura? Seguramente hay que considerar estos elementos también.¹

La misión inicia, entonces, desde hacer creyentes en Cristo. Y una vez creyentes, trabajar con y en ellos para que se identifiquen cada vez más con Jesucristo.

Sobre el impacto recíproco

La misión tiene también un impacto recíproco, es decir, beneficia al que la recibe y al que la comparte. La Biblia dice que “el que riega será él mismo regado” (Prov. 11:25). Esto enseña que aquel que procura el bienestar de otros se beneficia asimismo.

Sobre el tema, misionólogos como Rowan y Morisy también consideran que aunque la misión es una lucha propia del discipulado, impacta en el propio beneficio espiritual. Uno de ellos declara:

La sola noción de discipulado implica lucha; la noción de que el mundo está en peregrinaje mientras llega el cumplimiento de lo que Dios ha prometido también implica lucha. Eludir la lucha tiene profundas repercusiones para nuestra espiritualidad.²

¹Kenneth S. Hemphill, *El modelo de Antioquía. Ocho características de una iglesia efectiva* (El Paso, TX: Mundo Hispano, 2003), 17.

²Ann Morisy, *Journeying out* (London/New York: Continuum, 2004), 17

En forma graciosa pero certera, Brocks, otro misiólogo, escribe que si al nuevo cristiano le es provisto alimento pero no ejercicio, crecerá gordo y flojo.¹ Es decir, positiva o negativamente hay impacto. Se obre o no se obre, afecta. Positivamente, mientras más se esté dispuesto y cumpliendo la misión, mayor y mejor es el crecimiento espiritual del que obra.

White escribió:

Las personas que se ocupan más activamente, en hacer con interés y fidelidad la obra que les corresponde en la tarea de ganar almas para Cristo, son las que más se desarrollan en espiritualidad y devoción. Su trabajo muy activo ha constituido el instrumento de su espiritualidad.²

Padilla Chávez cree que “cuando los creyentes responden al llamado de Dios a ser (y hacer) discípulos, su caminar personal con Dios se profundiza y fortalece... cuando estas actividades se realizan con amor genuino a Dios y a los perdidos, traen bendiciones a quienes participan”.³

Peters también declara que “la misión implica una identificación espiritual de los discípulos con su Señor, en una obra que es delegada a Él por su Padre”,⁴ y aludiendo a la compañía prometida⁵ enfatiza que la misión no es solo de Cristo y para Cristo, sino también con Cristo.⁶

¹Charles Brocks. *Indigenous church planting* (Nashville, Tennessee: Broadman Press, 1981), 20.

²White, *El evangelismo* (Bogotá, Colombia: APIA, 1994), 261.

³Alfredo Padilla Chávez, “Liberar para el ministerio”. Accesado el 04 de Junio de 2012, disponible en <http://www.escuelasabatnica.cl/2012/tri2/lecc9/2012-02-09ResumenAPC.pdf>

⁴Peters, 193.

⁵El párrafo llamado LA GRAN COMISIÓN termina diciendo: “Y he aquí, yo estoy con vosotros todos los días, hasta el fin del mundo” (Mateo 28:20 ú.p.).

⁶Peters, 193.

Sí, la participación activa en el discipulado encomendado por Jesucristo repercute para bien en la salud espiritual del participante.

Sobre el crecimiento integral

Costas definió el crecimiento integral como “un proceso de expansión integral y normal que se puede y debe esperar de la iglesia como comunidad del Espíritu, cuerpo de Cristo y pueblo de Dios”.¹ Es normal, dice, porque la iglesia está capacitada para crecer consistentemente; y es integral porque debe manifestarse en todos los niveles y en todas las dimensiones.² Según él, el crecimiento integral debe apuntar en cuatro direcciones: Numérica, orgánica, conceptual y diaconal. Como numérico se refiere a la incorporación de nuevos miembros; como orgánico se refiere al sistema de relaciones entre los miembros; por conceptual habla de la expansión en la inteligencia de la fe; y como diaconal se refiere a la expansión de la capacidad de servicio.³ En la iglesia adventista se le resume en crecimiento cuantitativo y crecimiento cualitativo y, se explica de la manera expresada enseguida.

Crecimiento cualitativo

Se refiere al desarrollo espiritual de la iglesia. Se da cuando se muestra un creciente interés por las actividades espirituales. Es notable cuando los miembros de la iglesia aceptan gozosamente actividades que promueven la relación con Cristo. Es constatable cuando hay disposición al servicio a los demás y buenas relaciones fraternales entre sus miembros y hacia la comunidad circundante.

¹Orlando Costas, “Dimensiones del crecimiento integral de la iglesia”, *Revista Iglesia y Misión*, no. 02 (1982), nota 1.

²Ibíd.

³Ibíd.

Crecimiento cuantitativo

Se refiere al desarrollo o avance que tiene la iglesia en la expansión del mensaje que predica y a la incorporación de nuevos creyentes. Esto se refleja claramente en el nacimiento de nuevas comunidades de fe.

Sobre el plantar iglesias

Plantar iglesias en territorios nuevos es una idea bíblica.¹ Fue practicada extensamente en la iglesia primitiva y actualmente se la distingue y reconoce como característica de una iglesia saludable. Hoy existe mucho material escrito sobre el tema y se usa cuando se enseña sobre el crecimiento de iglesias; casi cada especialista lo presenta como una herramienta indispensable y como un eficiente método de óptimos resultados.² Wagner, en forma concluyente, dijo que “sin excepción, las denominaciones crecientes son las que enfatizan la plantación de nuevas iglesias”.³ Wagner también declaró que “la más efectiva metodología evangelística bajo el cielo es plantar nuevas iglesias”.⁴ Shenk y Stutzman opinan que “una efectiva forma de evangelizar a los grupos de personas es plantando iglesias en las ciudades”.⁵ Y White escribió: “Hay que llevar a cabo esfuerzos en los caminos y en los vallados. No

¹C. Peter Wagner, *Church planting for a greater harvest* (Ventura, California: Regal Books, 1990), 21-22.

²Ibid.

³Ibid., 12.

⁴Ibid., 11.

⁵David W. Shenk y Kevin R. Stutzman, *Creating communities of the kingdom* (Pennsylvania: Herald Press, 1988), 140.

estamos desarrollando la obra de acuerdo con los mejores planes. Debemos planear dividir y subdividir nuestras fuerzas de trabajo a fin de trabajar en nuevos campos”.¹

La plantación debe ser planeada

La estrategia de plantación de nuevas congregaciones debe ser planificada. Aún más, debe ser diseñado. El cómo y el dónde son tan importantes como el qué, porqué y cuándo. Costas piensa que “la iglesia responsable sembrará con inteligencia, no al azar. El problema con muchas iglesias es que tienden a ser como el sembrador que tiene tapaojos y deja caer la semilla donde sea, sin preocuparse de si cae en terreno pedregoso, junto al sendero, o entre las espinas”.² McNamara escribió que las iglesias debieran ser plantadas, obviamente, donde la gente vive.³ Por ello, este imperativo bíblico de plantar iglesias debiera ser un programa permanente, organizado y diseñado para alcanzar el mejor éxito. Shenk y Stutzman opinan: “Creemos que cada comunidad, cada cuadra, cada lenguaje, cada pueblo y villa sobre la Tierra merece tener en su medio la luz del Reino de Dios que está presente donde están dos o tres reunidos en el nombre de Jesús”.⁴

Sobre la planeación del crecimiento

Según la misiología moderna

El cumplimiento de la tarea implica organización. El éxito en cualquier empresa es más factible en la medida de su planeación y organización. Peters declara:

¹White, *El evangelismo*, 390.

²Costas, *Compromiso y misión* (Costa Rica: Editorial Caribe, 1979), 81

³Roger N. McNamara, *A practical guide to church planting* (Cleveland, Ohio: Baptist Mid-mission, 1985), 6.

⁴Shenk y Stutzman, 217.

La metáfora de la iglesia como una saludable planta que crece hasta ser grande implica una energía interna que impele al crecimiento. Pero la figura de la iglesia como un edificio de Dios que está siendo construido sugiere progresión, planeación, operaciones externas.¹

Otros expertos como Peters y Schwarz han escrito que el crecimiento de la iglesia es altamente funcional cuando resulta de la planeación y diseño. Peters señaló:

El orden es encontrado no solo en la creación, es también evidente en la vida del pueblo de Dios del Antiguo Testamento. El Señor ordenó la vida y trabajo de los humanos cuando Él dio seis días para sus negocios y uno para descansar. Él organizó la vida religiosa de Israel alrededor del Tabernáculo, los días de fiesta, y los sacrificios...²

Tales opiniones enfatizan la necesidad de orden y organización. La misión de Dios es una obra señalada para el éxito; planearla antes de esparcirla coadyuva a tal éxito.

Según Elena G. de White

La organización y diseño es un desafío para el pueblo actual de Dios. Implica firmeza, seguridad, orden y organización.³ Conjugar la misión y el diseño de ella parece ser muy favorable. White escribió: "Cada tarea debería ser dirigida de la manera más cabal y sistemática, tanto como la mucha experiencia y la sabiduría puede permitirnos planear y ejecutar".⁴ Aquí notamos que ingredientes como la cabalidad, experiencia y sabiduría deben actuar sinérgicamente en la obra señalada por Dios para su iglesia en la Tierra. La planeación y diseño del crecimiento están implícitas en el trabajo de la iglesia.

¹Peters, 163.

²Ibid., 165.

³Ibid., 59.

⁴White, *Consejos para los maestros, padres y alumnos sobre la educación cristiana* (Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas, 1979), 299.

Su necesidad de aplicación

Líneas arriba se mencionó lo que White dijo acerca de la seriedad con la que se ha de enfrentar la tarea. Es posible concluir entonces que es necesario que la tarea de la iglesia deba ser dirigida cabal y sistemáticamente, y así planeada y ejecutada.

En adición, si “la figura de la iglesia como un edificio de Dios que está siendo construido sugiere progresión, planeación y ejecución externas”,¹ entonces el lugar y la programación del nacimiento de nuevas congregaciones adventistas del séptimo día sería acorde con el propósito de Dios para el cumplimiento de la misión.

Pero, sobre todo, si la planeación de las nacientes congregaciones adventistas resulta en beneficio para la población, si más personas van a tener cerca la oportunidad de recibir el evangelio de Jesucristo, si la verdad alcanzará a más personas y más de cerca, entonces el surgimiento planeado o programado de nuevas congregaciones IASD no solo es una oportunidad, ni una necesidad, es también un deber.

Sobre el compromiso

El compromiso es un tema que ha interesado desde hace más de tres décadas a los directivos y a los estudiosos del comportamiento humano en las organizaciones. Meyer y Allen lo definen como una actitud que se expresa en un “vínculo psicológico del empleado hacia la organización”.² Arias Galicia dice que “se trata de un deber moral o psicológico adquirido hacia una persona, una situación o una institución”.³ Steers lo definió como “la

¹Peters, 163.

²Arias Galicia, 5-12

³Ibíd.

fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización”. Y en el ámbito empresarial se le entiende como el “vínculo de lealtad por el cual el trabajador desea permanecer en la organización, debido a su motivación implícita”.¹

El compromiso es, entonces, un vínculo psicológico que une a una persona o grupo de personas con otras personas o empresa; es la diferencia entre “tener que hacer lo que se debe hacer y querer hacer lo que se debe hacer”²

Dos tipos de compromiso

Empresarialmente, ha sido importante conocer no solo el grado sino también el tipo de compromiso de sus miembros.³ En un trabajo previo, Arias Galicia definió que existe una distinción entre el contrato de trabajo legal y el psicológico. Asegura que mientras una persona puede estar obligada formalmente a desempeñar una labor dentro de una organización, no necesariamente se liga afectivamente a la misma. Puede trabajar con disgusto y sentir desprecio hacia la organización, esperándose un rendimiento menor así como otras posibles consecuencias como estrés, conflictos obrero-patronales, ausentismo, abandono de la organización, etcétera. En este caso los costos de producción en esa empresa se verán incrementados.⁴ Puede entenderse que sucede lo contrario cuando el vínculo entre el empleado y la organización supera lo legal y se torna afectivo. Tal es el compromiso al que alude Kinsey cuando dice que tiene un papel muy importante para conseguir un alto nivel de rendimiento en

¹Thinking people: Consultores en recursos humanos, *Compromiso del empleado*; accesada el 07 de junio de 2012, disponible en <http://www.thinkingpeoplerecursoshumanos.es/desarrollo-de-rr-hh/compromiso-del-empleado/>

²Ibíd.

³Ibíd.

⁴Ibíd.

cualquier desempeño.¹ Dicho de otra manera, una persona positivamente comprometida es aquella que se vincula psicológicamente, por encima de lo legal, con su organización de tal manera que se siente impelida a un alto nivel de rendimiento, cualquiera sea su actividad específica. Una persona negativamente comprometida es aquella cuyo único vínculo que la une con su empresa es lo legal.

Ventajas del compromiso

Las ventajas de trabajar con personas de alto nivel de compromiso son muchas. Grajales cita a Porter diciendo que el nivel de compromiso se ve reflejado en la calidad, rendimiento, asistencia y permanencia del empleado. Es decir, los empleados comprometidos se preocupan por la calidad de los bienes y servicios ofrecidos por la institución. Los empleados comprometidos aportan ideas creativas para mejorar productos, sistemas, servicios. Los empleados comprometidos se preocupan por los objetivos y metas institucionales y hacen esfuerzos adicionales, si es necesario, para aumentar el rendimiento. Los empleados comprometidos tendrán un alto porcentaje de asistencia, las ausencias laborales son muy pocas, e incluso en presencia de otras oportunidades más lucrativas de trabajo, las desechan y permanecen en la institución.²

Por el contrario, cuando el compromiso es bajo, Saunders escribe que disminuye la moral, los empleados están desmotivados e incluso demuestran desinterés por ir a trabajar, se les hace una carga, aumentan las enfermedades relacionadas con las tensiones y también los

¹Carol Kinsey Goman, *Cómo dirigir para lograr el compromiso y promover la lealtad dentro de las organizaciones* (México; Grupo Editorial Iberoamérica, 1992), 9.

²Tevni Grajales, *Escala del grado de compromiso de los empleados universitarios ASD*; accesada el 24 de febrero de 2012, disponible en <http://tgrajales.net/compinstit.pdf>

desaliento, la desesperanza y la falta de fe. Sólo que ante estas circunstancias donde muchos simplemente se evaden y pierden, la gente comprometida a pesar de todo, continúa.¹

La cultura del compromiso es, hoy, un valor crucial en la vida de las empresas. Su éxito, o falta de éxito, depende en buena medida del nivel de compromiso al que el obrero ha llegado o puede llegar.

La gestión del compromiso

Un segmento especial merece la gestión del compromiso. Ya se ha dicho que el nivel de compromiso personal de un obrero hacia su empresa repercute considerablemente en el éxito o fracaso de la productividad. También se ha considerado al compromiso como uno de los mejores predictores del desempeño y de la contribución del capital humano en la empresa.² Pero, ¿qué es la gestión del compromiso? Es definida como la búsqueda de una “fórmula mediante la cual el personal pueda llegar a comprometerse con los objetivos de la organización e integrarse a la empresa.”³

Generadores del compromiso

La pregunta importante ahora es: ¿Cómo se genera el compromiso? Saber cómo, o dónde, se promueve el compromiso es clave cuando se busca el éxito de una empresa. Steers plantea tres fuentes del compromiso:

¹Héctor Leonardo Mora Santiago, *El valor del compromiso*; accesada el 15 de mayo de 2012, disponible en <http://hectormora.lacoctelera.net/post/2009/06/03/el-valor-del-compromiso>

²Universidad Pontificia de Madrid, *Scribd*; accesada el 04 de mayo de 2012; disponible en <http://es.scribd.com/mjosegarfer/d/24758905-Trabajo-sobre-la-gestion-del-Compromiso>

³Thinking people, *Compromiso del empleado*, 1.

1. Las características personales (necesidad de logro, edad, escolaridad, intereses centrales en la vida, etc.).

2. Las características del trabajo (sentir el trabajo como un reto, identidad con la tarea, interacción con otros, retroinformación, etc.).

3. Las experiencias en el trabajo (actitudes del grupo, percepción de la propia importancia en la organización, expectativas de recompensa, confianza en la organización, capacitación, etc.).¹

Dicho de otra manera, la persona adecuada colocada en el trabajo adecuado y con un ambiente laboral adecuado llegará a ser un empleado comprometido.

Por su parte, Kinsey Goman escribió que el compromiso nace en un ambiente donde el obrero satisface sus necesidades, mejora cuando al obrero se le reconocen sus contribuciones, puede mejorar al conocer la misión de la organización, crece con la buena comunicación y se fortalece cuando al obrero se le permite participar en la planeación.²

Saunders declaró: "Cuando a la gente se le da la oportunidad de ejercer alguna influencia sobre lo que se haga, se desarrolla un espíritu de compromiso con los fines de la organización".³ Y un poco más adelante dijo: "La organización que esté dispuesta a crear una cultura del compromiso tiene que tender a un estilo participativo que enfatice el compromiso del personal".⁴

Kinsey Goman enumeró seis pasos para lograr la lealtad-compromiso de los obreros:

¹Ibíd.

²Kinsey Goman, 9.

³Saunders, 20.

⁴Ibíd., 23

1. Tenga buena comunicación con sus obreros.
2. Dele autoridad.
3. Procure el desarrollo de sus obreros.
4. Demuestre su aprecio personal.
5. Dirija ética e imparcialmente.
6. Promueva el bienestar en el lugar de trabajo.¹

La compañía internacional Gallup dice que los empleados comprometidos generan productividad; los no comprometidos la erosionan.² Y en su panfleto promocional informa que, según sus estudios a nivel internacional, la erosión de la productividad provocada por la falta de compromiso costó más de \$300 mil millones en pérdida dentro de la fuerza laboral de EE.UU. solamente. Ellos enseñan que, a medida que las organizaciones se mueven hacia este punto de referencia (alto nivel de compromiso de sus empleados), se tiende en gran medida a reducir el impacto negativo de los empleados problemáticos no comprometidos y se libera el potencial de la empresa para su crecimiento.³

Sobre la identidad

Del latín *identitas*, la identidad es definida como el “conjunto de rasgos propios de un individuo o una comunidad” y que caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los

¹Kinsey Goman, 65.

²Gallup Inc., *Employee Engagement, What's your engagement ratio?*; accesada el 25 de febrero de 2012, disponible en <http://www.gallup.com/consulting/52/Employee-Engagement.aspx>

³Ibíd.

demás.¹ Para Castells es la “fuente de significado y experiencia para las personas”,² y para Jenkins es “la capacidad humana de saber quién es quién y qué es qué”.³ Lisbona, Morales y Palací citan a Taifel definiéndola como el resultado de la “percepción de pertenencia a una categorización grupal”.⁴

Identidad social

Sin embargo, al hablar sobre la identidad social mostrada en lo laboral, Ruiz y Marín la definen como “una relación voluntaria, activa y selectiva, mantenida por el empleado en relación a la empresa con el objetivo de satisfacer una o más de sus necesidades de definición personal”.⁵ Por su parte, Topa y Morales la definieron como un “sentido de unidad y pertenencia de las personas a sus organizaciones”.⁶ “Se da cuando el empleado internaliza los atributos de la organización en conjunto con las metas y logros propios”.⁷

Puede, entonces, concebirse a la identidad como un vínculo psicológico que liga a una persona con algo o alguien provocando un sentido de pertenencia, unidad y entrega.

¹Definición.de, *Identidad*; accesada el día 02 de junio de 2012; disponible en <http://definicion.de/identidad/>

²Manuel Castells, *The power of identity* (Massachusetts: Blackwell Publishers, 1997), 6.

³Richard Jenkins, *Social identity* (Nueva York: Taylor & Francis Group, 2008), 5.

⁴Ana Lisbona Bañuelos, Francisco Morales Domínguez y Francisco Palací. “Identidad y compromiso en equipos de intervención en emergencias”, *Psicothema* 2006, Vol. 18, no. 3, 407-412.

⁵Salvador Ruiz de Maya y Longinos Marín Rives, “La identificación del consumidor con la empresa: una nueva fuente de ventaja competitiva”, *Colección Mediterráneo Económico: Nuevos enfoques del marketing y la creación de valor*, no. 11. Disponible en <http://fundacioncajamar.es/revista/me1114.pdf>

⁶Gabriela Topa Cantisano y Francisco Morales Domínguez, “Identificación organizacional y ruptura de contrato psicológico: sus influencias sobre la satisfacción de los empleados”, *International journal of psychology and psychological therapy*, 2007, 7, 3, 365-379.

⁷Lisbona, Morales y Palací, 408.

Jenkins añade que se trata de un proceso, no de un evento.¹ Y Altonivel dice que se trata de que los trabajadores sientan que forman parte de un “nosotros”. Es decir, conseguir que se sientan involucrados en todo lo que concierne a su trabajo y no sentirse como un factor separado de su compañía.² Ruiz y Marín comentan que la identidad social tiene que ver con la satisfacción de la necesidad de definición personal, seguridad y autoestima.³

Obreros con identidad

La identidad distingue a grupos y personas. Ruiz y Marín afirman que el trabajador identificado con su empresa tendrá menos probabilidad de irse a otra, estará más comprometido con la misma y se esforzará a diario en beneficiarla. Un comportamiento opuesto lo tendrán los trabajadores desidentificados con la empresa.⁴ Por su parte, Topa y Morales descubrieron que una empresa que dispone de empleados altamente identificados disfruta de mayor compromiso y lealtad de parte de ellos, además que sus obreros están más satisfechos, menos estresados y mostrarán mayor rendimiento.⁵ Un poco más adelante añaden que los obreros identificados con su empresa denotan un considerable incremento de su autoestima y ven reducida “su incertidumbre”.⁶ En otras palabras, la vida de la empresa depende en gran medida de obreros identificados con ella.

A manera de resumen, Topa y Morales agregan:

¹Jenkins, 5.

²Altonivel, *Consultoría*. “La importancia de crear identidad”; accesada el 8 de junio de 2012; disponible en <http://www.altonivel.com.mx/4689-la-importancia-de-crear-identidad.html>

³Ruiz y Marín, 6.

⁴Ibíd.

⁵Topa y Morales, 365.

⁶Ibíd., 366.

Los estudios han demostrado que la identificación es un predictor de un amplio abanico de resultados tales como la satisfacción laboral, la implicación en el trabajo, la motivación, el rendimiento y las conductas de ciudadanía.¹

Generadores de la identidad obrero-empresa

La gestión de la identidad es importante para la competitividad y éxito de las empresas, pues fomenta la lealtad y empatía de clientes y empleados.² Moriano, Topa, Valero y Lévy escriben que hay cuatro factores estables de la organización que promueven la identificación. Estos factores son los siguientes:

1. Apoyo de la empresa. La dirección que promueve la identificación es aquella que facilita los medios y recursos necesarios para desarrollar ideas innovadoras, es decir, acepta y facilita la participación de sus empleados.

2. Libertad en el trabajo. Incluye dar autonomía y control sobre las decisiones que van a tomar los trabajadores, delegar autoridad y responsabilidad, y tolerar los fallos.

3. Recompensas basadas en el rendimiento. Refuerzan los logros significativos e incentivan el enfrentarse a nuevos retos.

4. Tiempo disponible. Para crear nuevas ideas y/o productos y para modificar, si es necesario, los procedimientos.³

Complementando, se asegura que “crear una visión y una misión que se pueda proyectar por mucho tiempo es fundamental si se busca el éxito”.¹ Y en un listado resumido que da ideas para crear identidad, se señala como importante:

¹Ibid., 367.

²Altonivel.

³Juan Antonio Moriano et al., “Identificación organizacional y conducta intraemprendedora”, *Revista Anales de Psicología*, 2009, vol 25, no. 2 (diciembre), 277-287. Disponible en http://www.um.es/analesps/v25/v25_2/10-25_2.pdf

1. Transmitir distinción.
2. Entregar objetivos claros.
3. Ser auténtico en la visión y misión.
4. Considerar el futuro de la compañía.
5. Enviar un mensaje diferenciador.
6. Destacar los atributos corporativos.²

Detractores de la identidad

También existen elementos contrarios a los generadores. Investigando sobre el porqué de la ruptura del vínculo obrero-empresarial, Topa y Morales descubrieron los siguientes detractores de la identidad: Frecuencia de fusiones y adquisiciones, reestructuración de plantillas, aumento de la contratación.³ Además, se añade que las actitudes contrarias a las generadoras de identidad afectarán negativamente: Falta de visión y misión, falta de objetivos claros, falta de estímulos o incentivos,⁴ y se menciona a la incertidumbre o falta de claridad en las tareas.⁵

Su relación con el Compromiso

Haslam, Ryan, Postmes, Spears, Jetten y Webley estudiaron y concluyeron que el grado en que los miembros del grupo se definen en términos de una identidad social

¹Altonivel.

²Ibíd.

³Topa y Morales, 366.

⁴Altonivel.

⁵Moriano, 280.

compartida es un factor determinante del compromiso a los proyectos de grupo (aun en proyectos no exitosos). Así pues, concluyen, la identificación social inducida lleva a un compromiso sostenido con el proyecto. Estos resultados contribuyen a la comprensión de la importancia del papel desempeñado por la identidad social en el despliegue de los patrones de compromiso con la organización y el equipo.¹ Las investigaciones sugieren que la identidad social de una persona puede influir en la elección de sus amigos, sus aspiraciones educacionales, sus actividades políticas y su compromiso con diversas instituciones sociales. Por ello, se entiende que el compromiso se fundamenta en un sentido de identidad social compartida,² pues esta aumenta el compromiso de los individuos hacia los objetivos del equipo.³ En otras palabras, la identidad genera, mejora o es la base del compromiso.

Sobre la participación misionera

Wikipedia define a un misionero como “un cristiano que desea salir de su lugar de residencia con el fin de ayudar al prójimo y evangelizar a la gente de otros sitios”,⁴ y Hernández P. dice que es quien responde a la orden: “Id al mundo entero y predicad la buena nueva”.⁵ S. Canales, por su parte, define al misionero como “el enviado que cruza culturas o

¹S. Alexander Haslam et al, “Cumplir con nuestras armas: la identidad social como una base para el mantenimiento del compromiso en los proyectos de la organización”, *Journal Of Organizational Behavior*, 27, (2006). 607-628.

²Ibid.

³L. M. Gómez Ruiz, D. Naranjo Gil, y C. Alvarez Dardet, *La identidad social, los sistemas de control de gestión y el proceso social en los equipos*, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España, disponible en http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/194d.pdf

⁴Wikipedia, “Misionero”; accesada el 15 de junio de 2012, disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Misionero>

⁵Javier Hernández Pastor, *Orden de agustinos recoletos*; accesada el 15 de Junio de 2012, disponible en http://www.oarecoletos.org/frontend/oarecoletos/noticia.php?id_noticia=299&id_seccion=42

fronteras para cumplir la misión”,¹ y Ritchey le suma que un misionero es un representante de Jesucristo.² Aunque desde enfoques diferentes, las definiciones anteriores nos hablan de que un misionero es un creyente dispuesto a ser representante de Jesucristo y a predicar de él donde vive y aun allende fronteras.

Entonces, y de una manera general, la obra misionera es definida como “enseñar el mensaje de Jesucristo a personas de culturas diferentes a la del misionero”.³ Puede ser en lugares donde no han escuchado el evangelio o donde este ha sido muy débil, incluso donde se tiene un evangelio distorsionado.⁴ Russell piensa que “Dios ha dejado con nosotros la responsabilidad de alcanzar al mundo con las buenas nuevas de la salvación”.⁵ Por su parte, la Iglesia Adventista enseña que:

Dios concede a todos los miembros de su iglesia en todas las edades, dones espirituales, los cuales cada miembro debe usar en el ministerio de amor para el bien común de la iglesia y la humanidad. Dados por la agencia del Espíritu Santo, el cual reparte a cada miembro según su voluntad, los dones proveen todas las capacidades y ministerios que necesita la iglesia para cumplir sus funciones divinamente ordenadas.⁶

Se entiende, entonces, por obra misionera a todo esfuerzo del feligrés por alcanzar con el evangelio de Jesucristo a la gente que le rodea en su barrio, ciudad, país, y aun allende

¹Soraya Canales, *Obrero fiel*; accesada el 15 de junio de 2012, disponible en <http://obrero fiel.s3.amazonaws.com/misiones%20mundiales/pdf/Quien%20es%20un%20misionero.pdf>

²William F. Ritchey. *AMM*; accesada el 15 de junio de 2012, disponible en <http://www.worldmissionsacademy.com/recursos/Quien%20es%20un%20misionero.pdf>

³Temo, *AngelFire*; accesada el 15 de junio de 2012, disponible en <http://www.angelfire.com/co/temascristianos/Misionero.html>

⁴Ibíd.

⁵George Russell, *Literatura Bautista*; “La obra misionera en la iglesia local”, accesada el 15 de junio de 2012, disponible en <http://www.literaturabautista.com/la-obra-misionera-en-la-iglesia-local>

⁶Asociación Ministerial de la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día, “Creencia No. 16”, *Creencias de los adventistas del séptimo día*. (USA: Publicaciones Interamericanas, 2006).

fronteras. Puede ser financiero, físico, intelectual, moral, etc., pero el objetivo de tal esfuerzo es cumplir la misión dejada por Cristo a la iglesia: Discipular a todas las gentes.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se describe la metodología seguida en esta investigación. Por ello se detallan los elementos como: El tipo de investigación, la población y la muestra, las variables en sus tres diferentes definiciones y el instrumento usado para medir las variables. Cada elemento forma parte importante de una ruta que fue seguida para alcanzar el objetivo trazado desde el inicio: Determinar la relación entre el compromiso, la identidad social y la participación misionera.

Tipo de investigación

La investigación está ubicada dentro de la metodología de investigación de campo, debido a que se realizó en el lugar donde se presenta el tema de estudio, estableciendo una interacción entre sus objetivos y la realidad. Además, tomando en cuenta las tres variables analizadas se ubica como multivariada; y por su nivel de medición de variables es una investigación cuantitativa. Por su diseño es explicativa. Por su nivel de manipulación de variables se ubica como *ex post facto* y por su cantidad de observaciones, transversal.

Población y muestra

La población asociada a las variables compromiso, identidad y participación misionera a la que se generalizan los resultados de esta investigación consta de 1,275 personas de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Chetumal (promedio anual en el período 2008-2012),

inmersas en alrededor de 150,000 habitantes de la mencionada ciudad (más datos sobre la ciudad en el apéndice D).

Debido al tamaño de la población asociada, se realizó un muestreo del tipo aleatorio por conveniencia, alcanzándose un total de 126 encuestados.

En su totalidad, los encuestados son miembros adventistas regulares de entre 16 y 75 años de edad y de diferente cantidad de experiencia dentro de la iglesia. No se hizo selección por sexo.

Las variables

Las variables consideradas en este estudio son: Compromiso, identidad y participación misionera; todas en el ámbito de la relación feligrés-iglesia IASD.

Definiciones conceptuales

Compromiso personal

Es un contrato psicológico que une al feligrés con su iglesia y que le impele a tomar con atención especial las tareas y desafíos propios de ella. El compromiso puede tener un nivel alto, mediano o bajo, y en cualquier circunstancia se reflejará en la intensidad y disposición con las que se emprende la tarea con la que se está comprometido.

Identidad

Es un sentido de pertenencia e internalización hacia un grupo, un sistema, una organización o una tarea. Se percibe como un vínculo psicológico y, al igual que el compromiso, puede ser baja, mediana o alta, reflejándose en la lealtad y sinceridad con la que se relaciona con el grupo o tarea.

Participación misionera

Es una serie de actividades eclesiásticas encaminadas a la expansión y prosperidad de la iglesia y a la predicación del evangelio a más personas. Abarca desde una promoción o plática simple acerca de la fe hasta una serie de reuniones públicas multitudinarias, pasando por reuniones de grupos pequeños o medianos e incluyendo el apoyo moral y financiero de las mismas.

Definición instrumental

Las variables se determinaron por la respuesta obtenida bajo cada declaración. Para cada una de las declaraciones correspondientes a las variables se presentaron las siguientes opciones: En desacuerdo, casi en desacuerdo, en duda, casi de acuerdo, de acuerdo.

Definición operacional

Las variables se categorizaron del 1 al 5 y de la siguiente forma: (1) en desacuerdo, (2) casi en desacuerdo, (3) en duda, (4) casi de acuerdo y (5) de acuerdo. El encuestado lee la declaración, la analiza, y la califica conforme a su evaluación.

En la siguiente tabla se da un ejemplo de la variable compromiso en sus tres definiciones. Pueden notarse la presencia de los elementos antes descritos. En el apéndice C está el concentrado de todas las variables.

Variable	Definición conceptual	Definición instrumental	Definición operacional
Compromiso	Es un contrato psicológico que une al feligrés con su iglesia y que le impele a tomar con atención especial las tareas y desafíos propios de ella.	La variable se determinó por la respuesta obtenida bajo cada ítem: <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Casi en desacuerdo <input type="checkbox"/> En duda <input type="checkbox"/> Casi de acuerdo <input type="checkbox"/> De acuerdo	La variable se categorizó de la siguiente forma: 1. En desacuerdo 2. Casi en desacuerdo 3. En duda 4. Casi de acuerdo 5. De acuerdo La escala de medición es métrica

El instrumento

En función del logro de los objetivos de este estudio, se emplearon instrumentos y técnicas orientadas a obtener información o datos a través de encuestas y revisión documental. Se aplicó una encuesta a cada una de las muestras objeto de estudio, con el propósito de obtener sus opiniones acerca de la temática planteada. El instrumento empleado está orientado con declaraciones positivas y negativas, y por calificar en una escala tipo Likert.

El instrumento de medición para los fines de esta investigación fue conformado a partir de septiembre de 2011. Para elaborarlo se hizo una revisión de la literatura relacionada con los constructos en análisis. En el transcurso de la revisión, se encontró que la compañía consultora Gallup promueve los resultados de un estudio mundial al que llama "Q12" y que mide el nivel de compromiso de los empleados hacia su empresa y la capacidad de esta en gestionarlo. Un

estudio de alta confiabilidad y utilidad en el éxito empresarial.¹ Se consultó con los asesores y se procedió a su modificación adaptando los ítems al ámbito de la relación feligrés-iglesia. El instrumento así creado resultó con 30 ítems. Finalmente, aprobado el instrumento, fue autorizada su aplicación en mayo de 2012.

El instrumento usado consta de una sección para recabar datos demográficos de los participantes y tres secciones más para un total de 34 ítems. La sección para datos demográficos contiene 4 ítems. En adelante, la primera sección contiene 11 ítems que tratan el constructo del compromiso. La segunda sección consta de 10 ítems que atienden el constructo de la identidad. La tercera sección consta de 9 ítems tratando con la variable de la participación misionera. El mencionado instrumento se puede ver en el apéndice A.

Validez

Confiabilidad

El instrumento final quedó formado por 34 ítems agrupados en cuatro secciones: (a) datos demográficos (4 ítems), (b) variable compromiso (11 ítems), (c) variable identidad (10 ítems) y (d) variable participación misionera (9 ítems). Entonces se realizaron los análisis para determinar la validez y fiabilidad del instrumento.

En el análisis, la variable compromiso alcanzó un alfa de Cronbach de .842 para la totalidad del instrumento. La variable identidad adventista tuvo un alfa de Cronbach de .430 para la totalidad del instrumento. La variable participación misionera alcanzó un alfa de Cronbach de .831 para la totalidad del instrumento. Debe destacarse que, al analizar el

¹Gallup, Inc. "Employee Engagement, What's your engagement ratio?", disponible en <http://www.gallup.com/consulting/52/Employee-Engagement.aspx>

instrumento en general, los 30 ítems de las tres variables alcanzaron un alfa de Cronbach de .869. Estos valores fueron considerados como correspondientes a medidas de confiabilidad aceptables para cada una de las variables y en conjunto. (Apéndice C).

Hipótesis nula

Las hipótesis nulas son proposiciones acerca de la relación entre variables que sirven para negar lo que afirma la hipótesis de investigación. En esta investigación se formuló una sola hipótesis general nula, y dice: El nivel de compromiso que puede alcanzar un feligrés, además de su nivel de identidad adventista a la que puede llegar, no determina la intensidad de su decisión de participar en las actividades misioneras.

Definición operacional

En la siguiente tabla se presenta gráficamente la operacionalización de la hipótesis nula.

Tabla 1

Operacionalización de la hipótesis nula

Hipótesis	Variables	Nivel de medición	Prueba estadística
El nivel de compromiso que puede alcanzar un feligrés, además de su nivel de identidad adventista a la que puede llegar, no determina la intensidad de su decisión de participar en las actividades misioneras	Independientes: A. Compromiso B. Identidad Dependiente: C. Participación misionera	Métrica	Se utilizó la técnica de análisis de regresión lineal múltiple El criterio de rechazo de la hipótesis nula fue para los valores de significación $p \leq .05$

Recolección de datos

La recolección de los datos fue práctica, pero extensa. Con el instrumento impreso y listo para su aplicación, se pidió a la administración de la Misión Quintana Roo la autorización de tiempo y espacio para la ejecución. Se obtuvo el visto bueno y la oportunidad necesaria.

Se hizo contacto con los tres pastores vecinos de la ciudad de Chetumal, con la intención de asistir a reuniones programadas y presentar la encuesta. Se seleccionó el tipo de reunión procurando la presencia de feligresía representativa, dispuesta y capaz de colaborar con las respuestas. Posteriormente se asistió a cada una de las reuniones, en algunos casos personalmente, para recolectar los datos; solamente se establecieron los límites de edad (16-72 años) y de feligresía regular (miembro bautizado de la iglesia).

En algunos casos, la recolección de datos fue hecha por un miembro respetable y ampliamente reconocido por la comunidad adventista de la ciudad. Con la debida explicación del porqué y para qué de la respuesta sincera y veraz, se recolectaron los datos que después fueron concentrados para su análisis. Esta concentración de datos fue hecha en el programa Excel de Microsoft Office y acorde a las necesidades del futuro análisis.

Análisis de datos

La base de datos para el análisis se formó en el paquete informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) para Windows, en la versión 15.0 Este es un programa estadístico informático, muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado, muy útil debido a su capacidad de trabajar con bases de datos de gran tamaño; además de permitir la recodificación de las variables y registros según las necesidades del usuario.

En el proceso de aplicación del SPSS se utilizaron principalmente:

1. El análisis estadístico descriptivo (medidas de tendencia central, variabilidad, normalidad y detección de datos atípicos y ausentes) para limpiar la base de datos y poder obtener la información demográfica, así como para evaluar el comportamiento de las variables principales.
2. El análisis de fiabilidad que permite conocer el coeficiente alfa de Cronbach de las variables.
3. El análisis factorial de la reducción de datos.
4. La regresión lineal múltiple para conocer la relación existente entre las variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Después de conocer el objetivo de esta investigación, el marco teórico sobre el tema y la metodología seguida para alcanzar el objetivo, se presentan los resultados alcanzados hasta este punto del proceso de investigación. En este capítulo se presenta el detalle de los datos recabados y analizados, presentados con la ayuda de tablas y figuras que ayudan a visualizarlos mejor.

Resultados de encuestas

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio, se vació la información obtenida mediante las encuestas en el programa SPSS 15.0, para su análisis e interpretación. De allí se extrajeron gráficas para una mejor comprensión de los resultados. En el proceso de análisis de los datos se encontró que de las 136 encuestas, nueve tenían muchos borrones y una tenía datos de un menor de 16 años, por lo que después de su eliminación se capturaron 126 encuestas en la base de datos. Los resultados que se presentan a continuación siguen el mismo orden establecido en el instrumento: (a) descripción demográfica del participante, (b) su compromiso, (c) su identidad y (d) su participación misionera.

Datos demográficos

Los datos demográficos contenidos en esta sección son cuatro: Edad, género, tiempo de bautizado y grado de estudios. A continuación se realiza el análisis de cada uno de ellos.

Edad

En la búsqueda de confiabilidad del estudio se estableció un rango entre 16 y 75 años de edad para los encuestados. Al momento de las encuestas, participaron 18 jóvenes entre 16 y 24 años de edad; 46 adultos jóvenes entre 25 y 39 años de edad; 52 adultos entre 40 y 64 años; y 7 adultos mayores entre 65 y 75 años de edad. Un total de 123 encuestados. La media por edad resultó de 40.11 años. La siguiente tabla ilustra la participación por edades.

Tabla 2

Edad de los participantes

Rango de edad	Frecuencia	% por grupo	% acumulado
16-24 años	18	14.6	14.6
25-39 años	46	37.4	52
40-64 años	52	42.3	94.3
65-75 años	7	5.7	100
TOTAL	123	100%	100%

Género

Respecto al género de los participantes, 56.9 por ciento fueron mujeres (setenta personas) y 43.1 por ciento hombres (cincuenta y tres personas). En la tabla se ve así:

Tabla 3

Género de los participantes

Género	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Femenino	70	56.9	56.9
Masculino	53	43.1	100
TOTAL	123	100%	100%

Tiempo de bautizado

Del total de encuestados, 52 personas estaban en sus primeros diez años de bautizados, lo que equivale al 41.2 por ciento; 33 personas estaban entre 11 y 20 años de bautizados, equivalente al 26.1 por ciento; 25 encuestados estaban entre 21 y 51 años de bautizados, es decir, un 20.1 por ciento. 16 encuestados no pusieron ese dato (12.6 por ciento). La siguiente tabla nos ilustra aún más:

Tabla 4

Años de bautizado de los participantes

Años de bautizado	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
0-10	52	41.2	41.2
11-20	33	26.1	67.3
21-51	25	20.1	87.4
Sin dato	16	12.6	100
TOTAL	126	100%	100%

Grado de estudios

Al momento de la encuesta, el 24.4 por ciento de los participantes había estudiado la primaria (30 personas); el 33.3 por ciento había estudiado la secundaria (41 participantes); otro 24.4 por ciento había estudiado el nivel de bachillerato (30 personas); y 17.9 por ciento tenía estudios de licenciatura (22 participantes). Tres participantes no proporcionaron ese dato. La tabla siguiente nos da los pormenores:

Tabla 5

Nivel de estudios de los participantes

Grado de estudios	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Primaria	30	24.4	24.4
Secundaria	41	33.3	57.7
Bachillerato	30	24.4	82.1
Licenciatura	22	17.9	100
TOTAL	123	100%	100%

Comportamiento de las variables

Para efectos de expresar la opinión del encuestado, la calificación asignable a cada declaración osciló entre 1 y 5, y de la siguiente manera: 1) En desacuerdo, 2) casi en desacuerdo, 3) en duda, 4) casi de acuerdo y 5) de acuerdo. En las declaraciones positivas, el nivel de conformidad con la declaración estuvo en relación con puntajes cercanos al 5; y en las pocas declaraciones negativas el puntaje de conformidad se acercó al 1. El comportamiento de las variables fue de la manera siguiente.

El compromiso

Conceptualmente, se definió anteriormente al compromiso como un contrato psicológico que une al feligrés con su iglesia y que le impele a tomar con atención especial las tareas y desafíos propios de ella (cap. III; p. 35); además, se dijo que el nivel de compromiso se reflejará en la intensidad y disposición con las que emprende la tarea con las que se está comprometido. En este estudio, esta variable se midió con 11 ítems relacionados con el conocimiento de la misión de la iglesia, la capacitación recibida, las relaciones interpersonales y la participación en la planeación. Veamos las calificaciones por ítem:

Ítem 1: Conozco claramente la misión, el porqué y el para qué de la iglesia ASD

Líneas antes se dijo que el entendimiento claro de la misión y visión de la empresa genera compromiso. Además, el hecho de tener claramente definido lo que es la tarea personal promueve la productividad. En este primer ítem se procuró evaluar el conocimiento claro, en la feligresía, de la misión y visión de la iglesia ASD, el porqué y el para qué de su surgimiento. Los resultados fueron reveladores: El 78.5 por ciento de los encuestados (95 personas) estuvo de acuerdo y el 12.4 por ciento (15 personas) se manifestó en casi de acuerdo, para un total de 90.9 por ciento. Los porcentajes de en duda hasta en desacuerdo no llegaron al 10 por ciento (véase Tabla 1-A en el apéndice B). Tuvo una media de 4.65, es decir, 0.35 faltante para el conocimiento claro de la misión de la iglesia. La gráfica ilustra así:

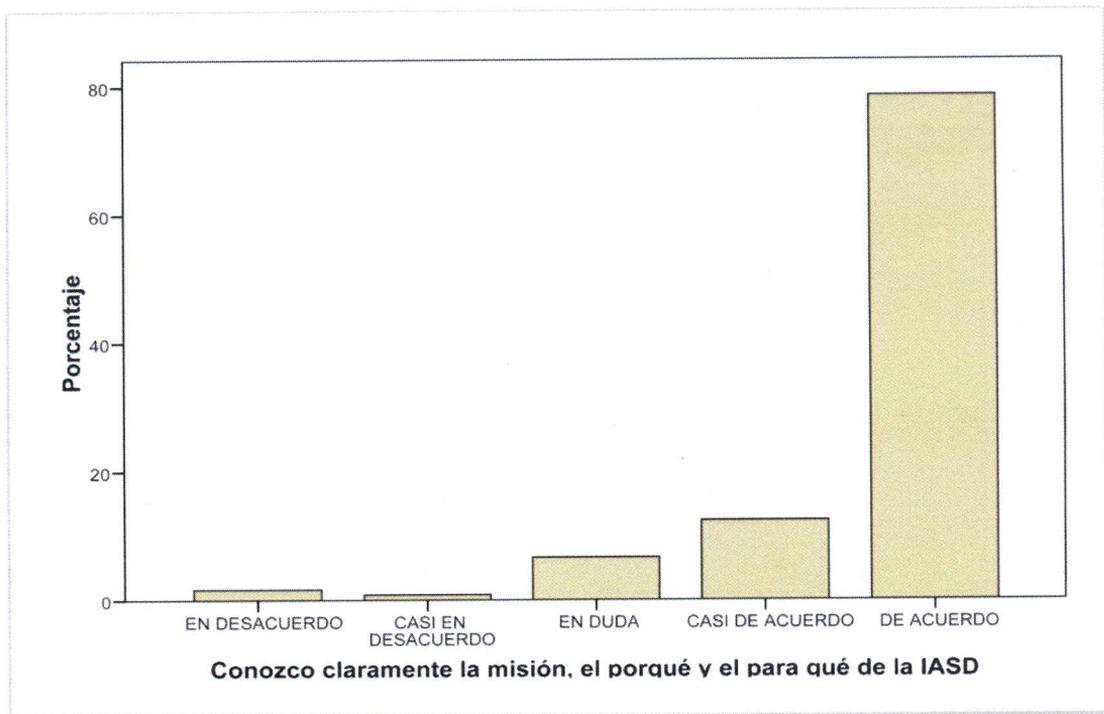


Figura 1. Conocimiento claro de los objetivos

Ítem 2: Considero haber recibido la capacitación para cumplir la tarea de discipular

Anteriormente se citó que Gallup Inc. documentó que la capacitación es parte fundamental de la producción y el rendimiento positivo pues proporciona seguridad en la tarea y genera compromiso. Al evaluar si la feligresía recibe o no capacitación para cumplir la misión de discipular, el ítem 2 tuvo un porcentaje de acuerdo de solo 54.1 por ciento (66 personas), y de casi de acuerdo de 30.3 por ciento (37 personas). Los que consideraron estar en duda fueron un 7.4 por ciento (9 personas). El porcentaje de casi en desacuerdo y en desacuerdo fueron un 7.4 por ciento (9 personas). El porcentaje de casi en desacuerdo y en desacuerdo fue un total de 8.2 por ciento (véase Tabla 1-B en el apéndice B). Tuvo una media de 4.25 con distancia al óptimo de de 0.75. Por la importancia de la capacitación para el buen rendimiento, el resultado no es de lo mejor. En la gráfica siguiente se nota más claro:

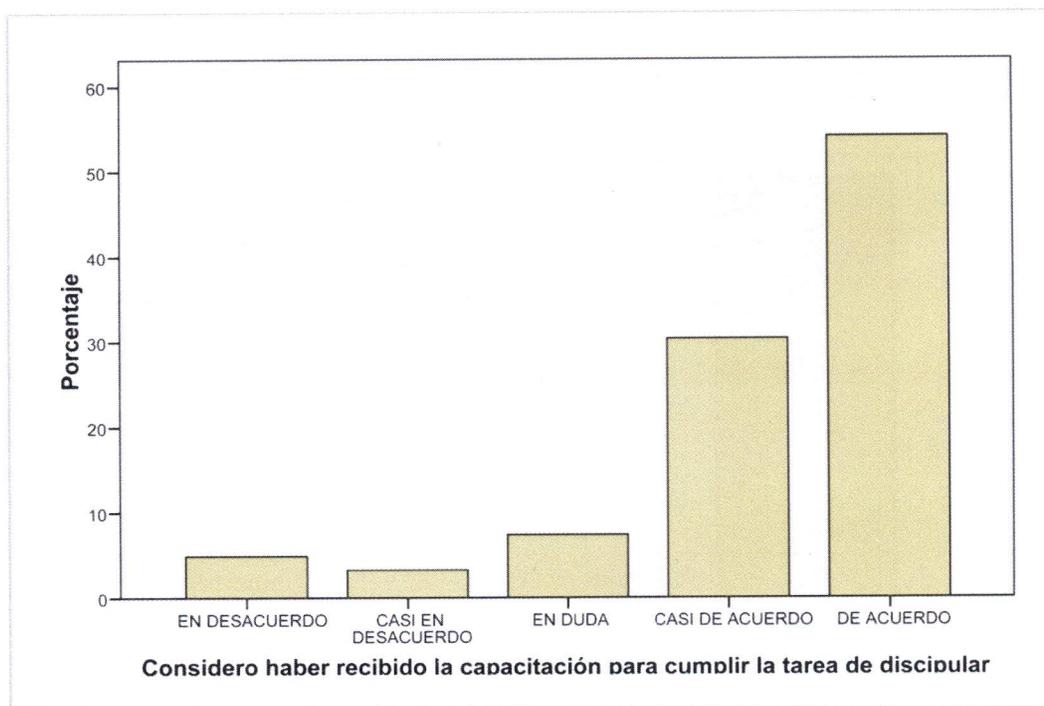


Figura 2. Capacitación para la tarea

Ítem 3: Cada día, y durante el día, me propongo hacer lo mejor para Jesús doquiera me encuentre

Según Thinking People las características personales (necesidad de logros, intereses centrales en la vida, etc.) juegan un papel muy importante en la generación del compromiso. En este ítem se evaluó la disposición personal al compromiso de los encuestados. La declaración resultó con un dato interesante: 0 por ciento de los encuestados estuvo en desacuerdo y casi en desacuerdo. Es decir, la gran mayoría aprobó la declaración evidenciando una fuerte disposición al servicio y compromiso: El 83.1 por ciento de los encuestados estuvo de acuerdo (103 personas) y 14.5 por ciento casi de acuerdo (18 personas). Solo 2.4 por ciento (3 personas) estuvo en duda. Tuvo una media de 4.81, cercana al óptimo por 0.19 (véase Tabla 1-C en el apéndice B). Un resultado positivo que se ilustra así:

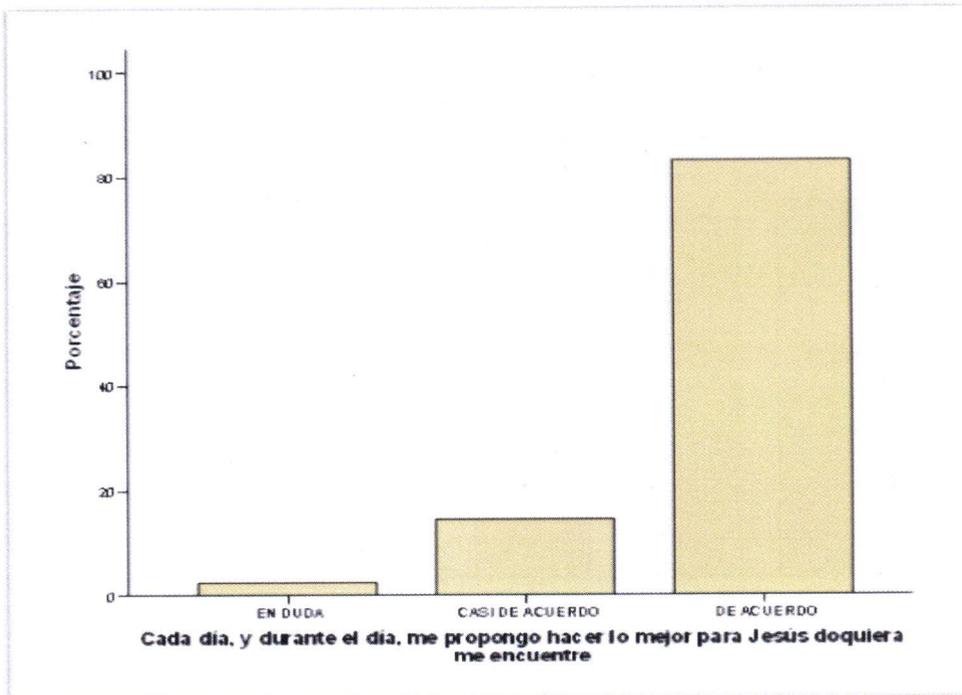


Figura 3. Disposición personal al compromiso

Ítem 4: Mi(s) líder(es) me apoyan y reconocen constantemente mi esfuerzo evangelístico

Kinsey Goman descubrió que el compromiso nace en un ambiente donde al obrero se le reconocen sus contribuciones, y crece con la colaboración del reconocimiento sistemático. Al evaluar la intensidad del reconocimiento al esfuerzo de los misioneros de parte del liderazgo (intención motivacional) en este ítem, los que declararon estar de acuerdo fueron solo el 36.2 por ciento (solo 42 personas de 116), y los casi de acuerdo fueron el 34.5 por ciento (40 personas); los que se manifestaron en duda fueron un 12.9 por ciento (15 personas), casi en desacuerdo 5.2% (6), y en desacuerdo 11.2 por ciento (13 de 116 encuestados). Tuvo una media de 3.79, es decir, quedó a 1.21 del óptimo de 5 (véase Tabla 1-D en el apéndice B). Este puede ser considerado un resultado crítico en un área considerada importante, pues refleja falta de comunicación y buenas relaciones entre el líder y liderados. En la gráfica siguiente, puede notarse lo resaltante de los ítems negativos (cuatro barras de la izquierda):

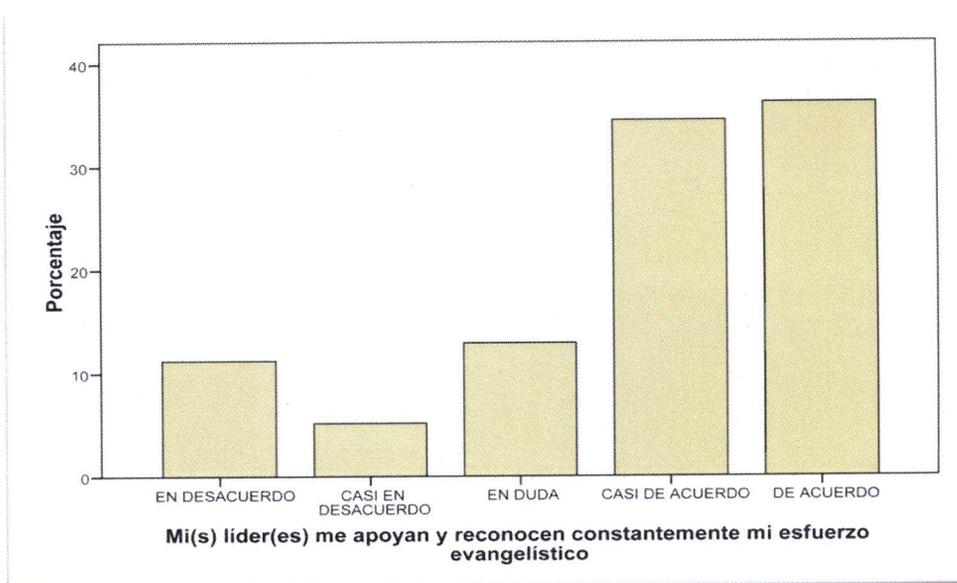


Figura 4. Liderazgo de apoyo

Ítem 5: Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo

Kinsey escribió que cuando el líder demuestra aprecio personal por sus liderados se genera compromiso en el personal. En este ítem se evaluó la calidad de las relaciones interpersonales líder-misionero. Los resultados muestran necesidad de mejora, y fueron: El porcentaje de acuerdo fue de solo 41 por ciento (50 personas), el de casi de acuerdo fue de 27 por ciento (33 personas), un total de 32 por ciento se manifestó en duda, casi en desacuerdo, y en desacuerdo (véase Tabla 1-E en el apéndice B). Tuvo una media de 3.73, alejado del óptimo por 1.27. Es interesante la similitud de resultados entre este ítem y el anterior, porque señala distancia entre el liderazgo y los misioneros. En la gráfica, las barras de la izquierda tienen un mayor acercamiento con la de la derecha indicando resultados no positivos:

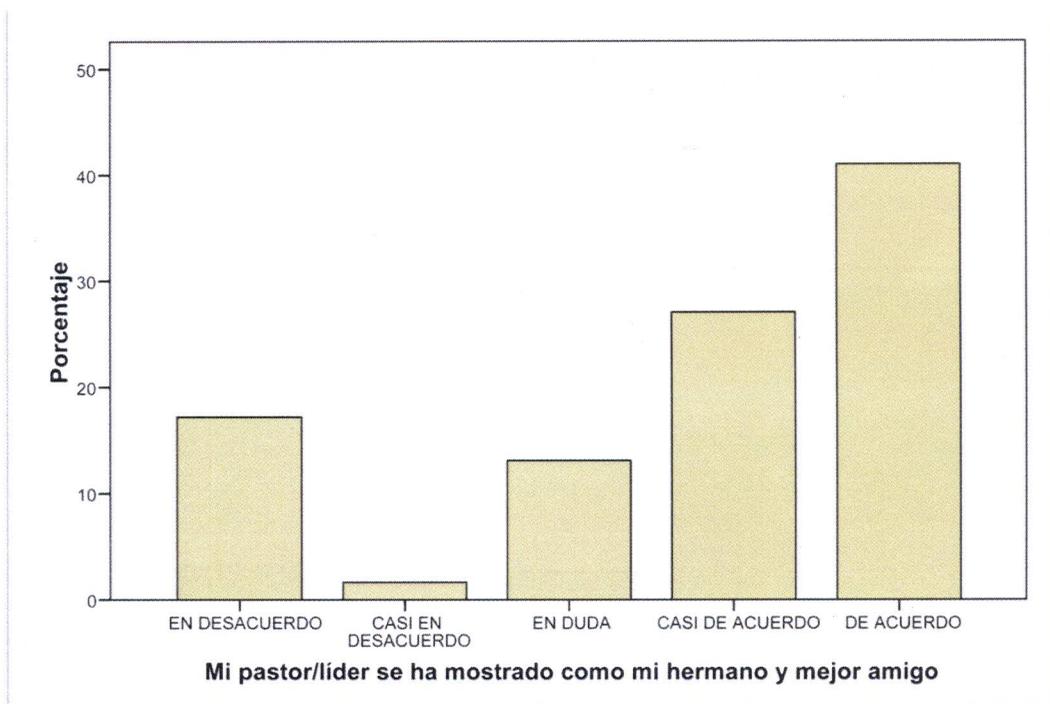


Figura 5. Líder que muestra aprecio personal

Ítem 6: Al organizarnos para cumplir la tarea de disciplinar, me han escuchado y agradecido mis opiniones

Saunders descubrió que cuando a la gente se le da la oportunidad de ejercer alguna influencia sobre lo que se haga, se desarrolla un espíritu de compromiso con los fines de la organización, y declaró que la organización que esté dispuesta a crear una cultura del compromiso tiene que tender a un estilo participativo. La participación en la planeación es clave para el compromiso.

En este ítem se evaluó la capacidad del líder en permitir el involucramiento del misionero en la planeación. 117 personas evaluaron esta declaración, de las cuales solo 58 (49.6 por ciento) estuvieron de acuerdo, 33 (28.2 por ciento) estuvieron casi de acuerdo, 10 se calificaron en duda (8.5 por ciento), y 16 (13.7 por ciento) casi en desacuerdo o en desacuerdo. Tuvo una media de 4.04, casi un punto abajo del óptimo (ver Tabla 1-F en el apéndice B). Un resultado no muy favorable si se quiere generar compromiso en los misioneros. En la gráfica siguiente se nota la relevancia de las columnas de la izquierda.

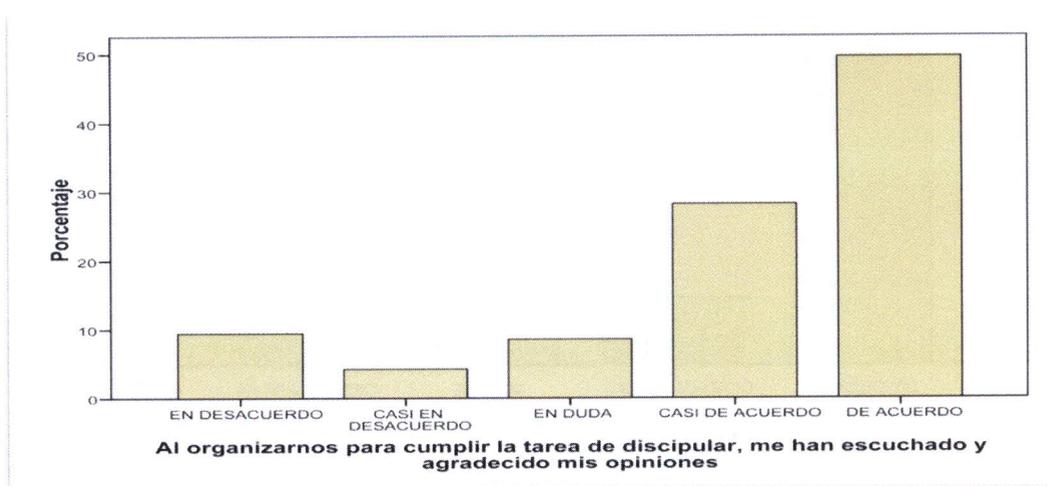


Figura 6. Disposición a escuchar y apreciar opiniones

Ítem 7: Me han enseñado que, aunque humilde, mi aportación tiene resultados eternos para gloria de Dios

La motivación es importante para generar productividad, pues satisface al obrero. En este ítem se evaluó la presencia y calidad de la motivación espiritual, y los resultados muestran un buen nivel de motivación: El 90.9 por ciento dijo estar de acuerdo o casi de acuerdo (111 de 126 encuestados), y 9.1 por ciento (11 personas) se manifestó en duda o en desacuerdo (Tabla 1-G, apéndice B). Tuvo una media de 4.59 y una distancia al óptimo de 0.41. No muy bajo, pero posible de mejorar. La gráfica siguiente es elocuente:

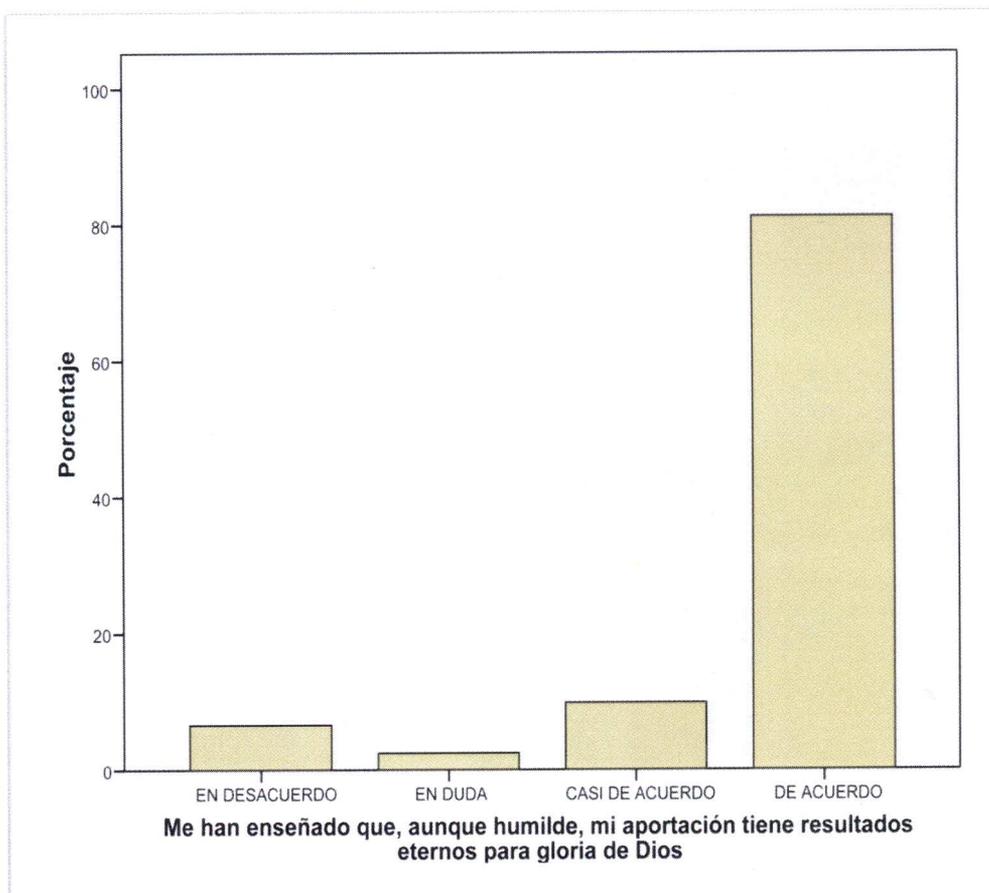


Figura 7. Motivación espiritual para el servicio

Ítem 8: He encontrado mis mejores y verdaderos amigos en esta iglesia

Gallup Inc. descubrió y enseña que si el obrero encuentra sus mejores amistades en el lugar de trabajo, se genera compromiso. Es decir, es importante la satisfacción personal y social del obrero. Al analizar esta área, los resultados son bajos: Solo el 68.5 por ciento de los encuestados (85 de 124 personas) dijo estar de acuerdo con esta declaración; el 19.4 por ciento (24 personas) dijo estar casi de acuerdo; y el 12.1 por ciento (15 personas) se mostró en duda, casi en desacuerdo o en desacuerdo (Tabla 1-H, apéndice B). Tuvo una media de 4.46. No es un resultado fatal, pero sí es digno de mejorarse. Veamos la gráfica siguiente:

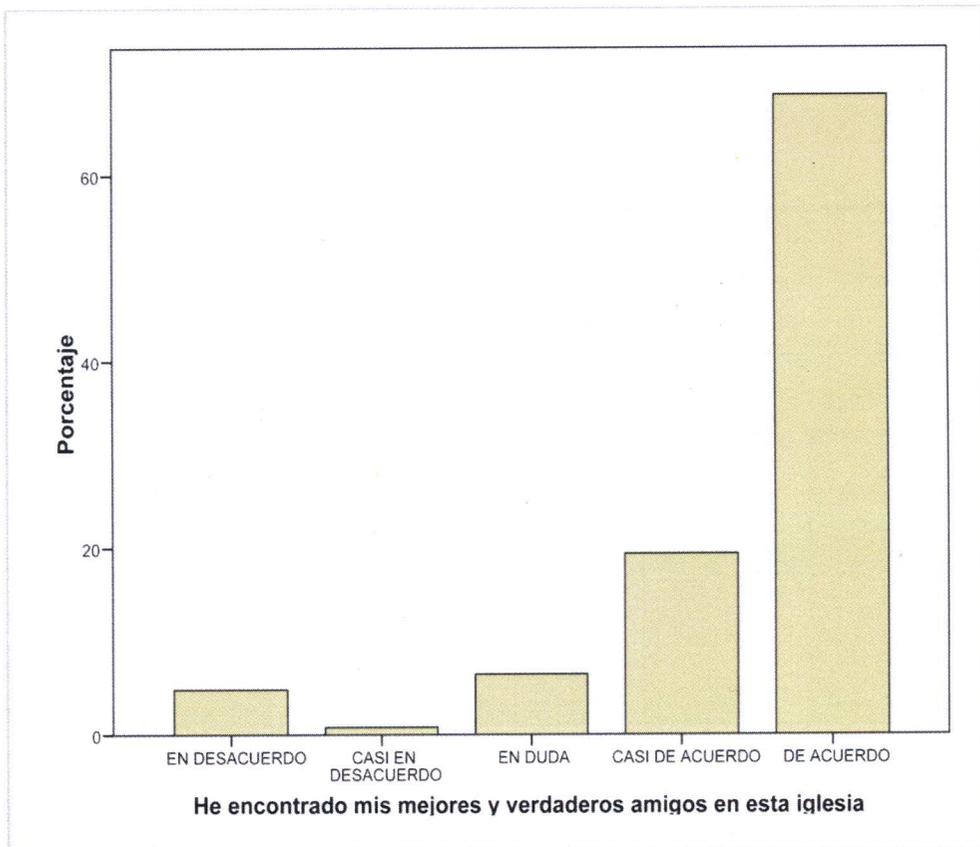


Figura 8. Buenas relaciones interpersonales

Ítem 9: Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar

Si al obrero se le permite participar en la planeación crece el compromiso, escribió Kinsey Goman. El obrero se siente parte de la misión por haber participado. Al evaluar la realidad de la participación del obrero adventista en la planeación del avance misionero, solo 27 personas de 113 (23.8 por ciento) calificaron la declaración como de acuerdo; 43 dijeron estar casi de acuerdo (38.1 por ciento); y otros 43 (38.1 por ciento) estuvieron en duda, casi en desacuerdo y en desacuerdo (véase Tabla 1-I en el apéndice B), reflejando un vacío en la participación conjunta. Tuvo una media de 3.35, alejado del óptimo por 1.65. Este es el resultado más negativo de todos. Muestra una gran necesidad de mejora pues es un área importante. La gráfica siguiente lo ilustra así:

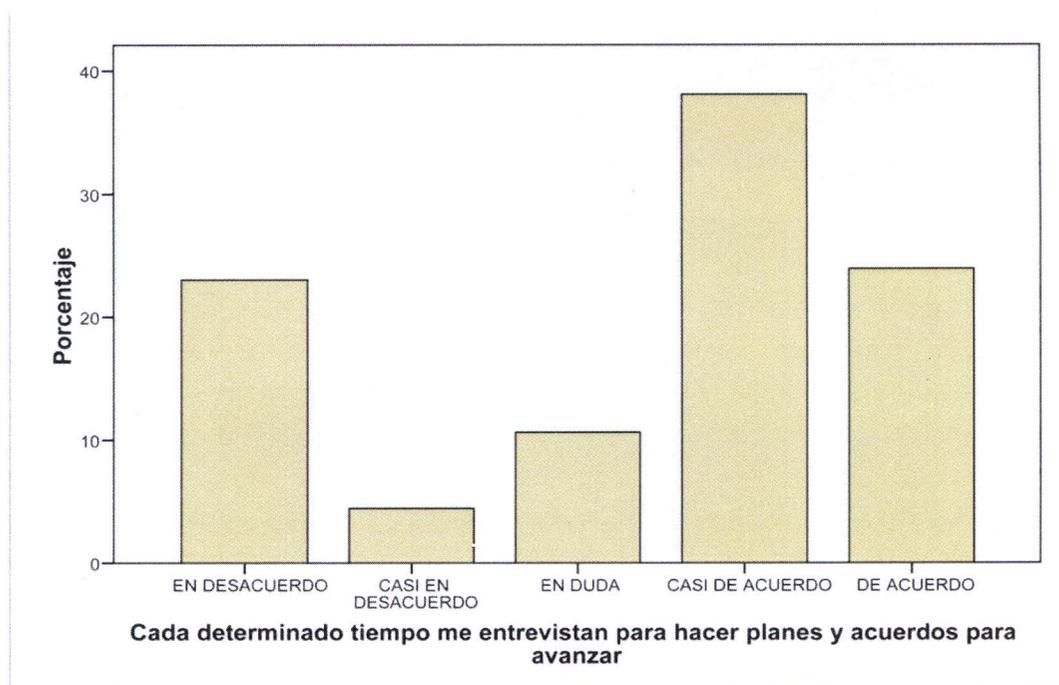


Figura 9. Participación en la planeación

Ítem 10: Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder

Ya se ha dicho que el área de la satisfacción de las necesidades de socialización del obrero se relaciona con el compromiso. Al evaluar esta importante área, en esta declaración solo el 40.9 por ciento de los encuestados (47 de 115) se pronunció de acuerdo, 27.8 por ciento (32) dijo estar casi de acuerdo, y el 31 por ciento (36) se mostró en duda, casi en desacuerdo o en desacuerdo (Tabla 1-J, apéndice B). Tuvo una media de 3.76, es decir, un faltante de 1.24 para el óptimo. El aspecto de la fraternidad y socialización, según los resultados, parece estar gravemente desatendido. Veamos la gráfica:

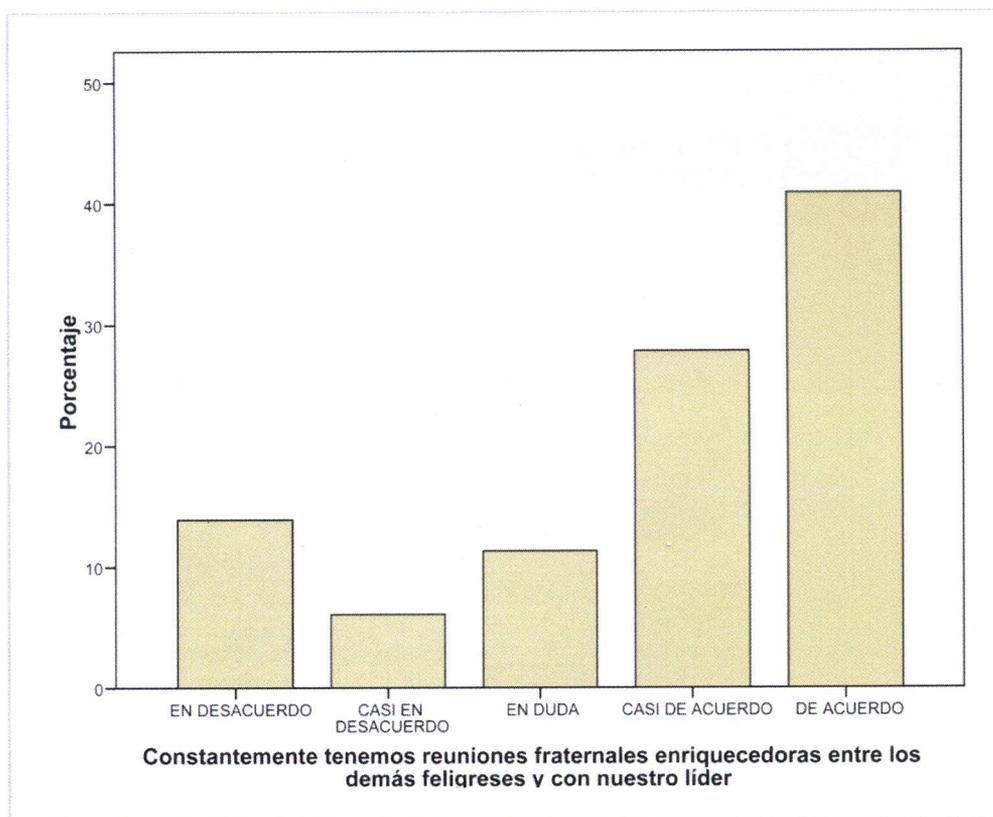


Figura 10. Promoviendo socialización positiva

Ítem 11: Percibo mi desarrollo espiritual personal al realizar la obra de evangelización

Kinsey Goman dice que cuando el obrero percibe su desarrollo, responde con un mayor compromiso. De allí que resulta clave que el líder procure el desarrollo de sus liderados. Al analizar la autopercepción del desarrollo espiritual del misionero, 78.5 por ciento de los encuestados (95 de 121) dijo estar de acuerdo con la declaración, 14 por ciento (17 personas) se mostró casi de acuerdo. Un 7.5 por ciento dijo estar en duda, casi en desacuerdo o en desacuerdo con la declaración (véase Tabla 1-K en el apéndice B). Tuvo una media de 4.65, faltando 0.35 para el óptimo. Es un área que debe atenderse. Veamos la gráfica:

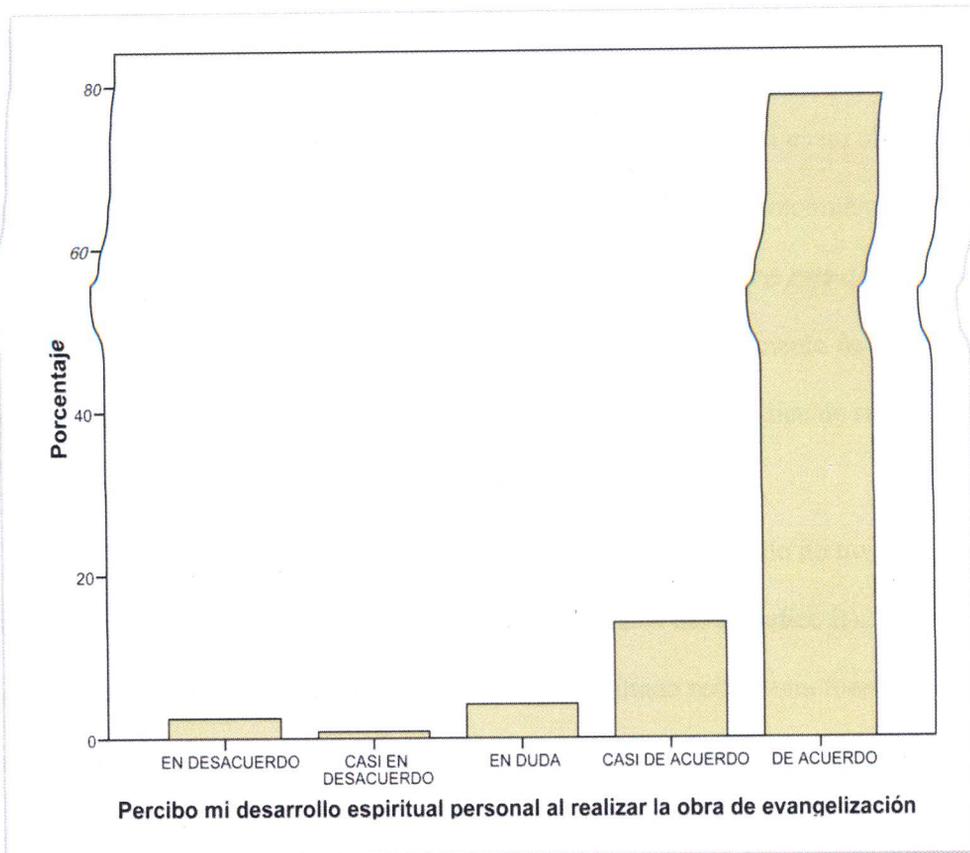


Figura 11. Autopercepción de desarrollo

La identidad

Conceptualmente, se ha definido ya a la identidad como un sentido de pertenencia e internalización hacia un grupo, un sistema, una organización o una tarea (cap. III; p. 35). Se la percibe como un vínculo psicológico que se refleja en la lealtad y sinceridad con la que se relaciona con el grupo o tarea. En el presente estudio, esta variable se midió con 10 ítems relacionados con la intención de dar lo mejor de sí a favor de la iglesia, con la asistencia a cultos y reuniones, con el deseo de permanecer como miembro, con la aceptación total de las doctrinas y con la confianza en el liderazgo eclesiástico. El resultado de la frecuencia de las respuestas por ítem fue:

Ítem 12: Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios

Topa y Morales opinan que un obrero satisfecho con su empresa es un obrero identificado con la misma, habla bien de ella y procura su bienestar y crecimiento. Al analizar entre los encuestados la satisfacción de ser adventista, en las respuestas a esta declaración se observa una pronunciada aceptación a la declaración, pues el 98.4 por ciento de los encuestados (124 de 126) la calificó como de acuerdo. Un excelente índice de satisfacción. Solo 1.6 por ciento se consideró en duda o en desacuerdo (2 de 126).

Las opciones intermedias de casi en desacuerdo y casi de acuerdo no tuvieron ninguna mención, lo cual refleja posiciones definidas (véase Tabla 2-A del apéndice B). Tuvo una media de 4.95, faltando solo 0.05 para el óptimo. Este resultado refleja una fuerte identidad feligrés-iglesia. En la siguiente gráfica se ve claramente la relevancia de la barra de la derecha y la opacidad de las dos barras de la izquierda:

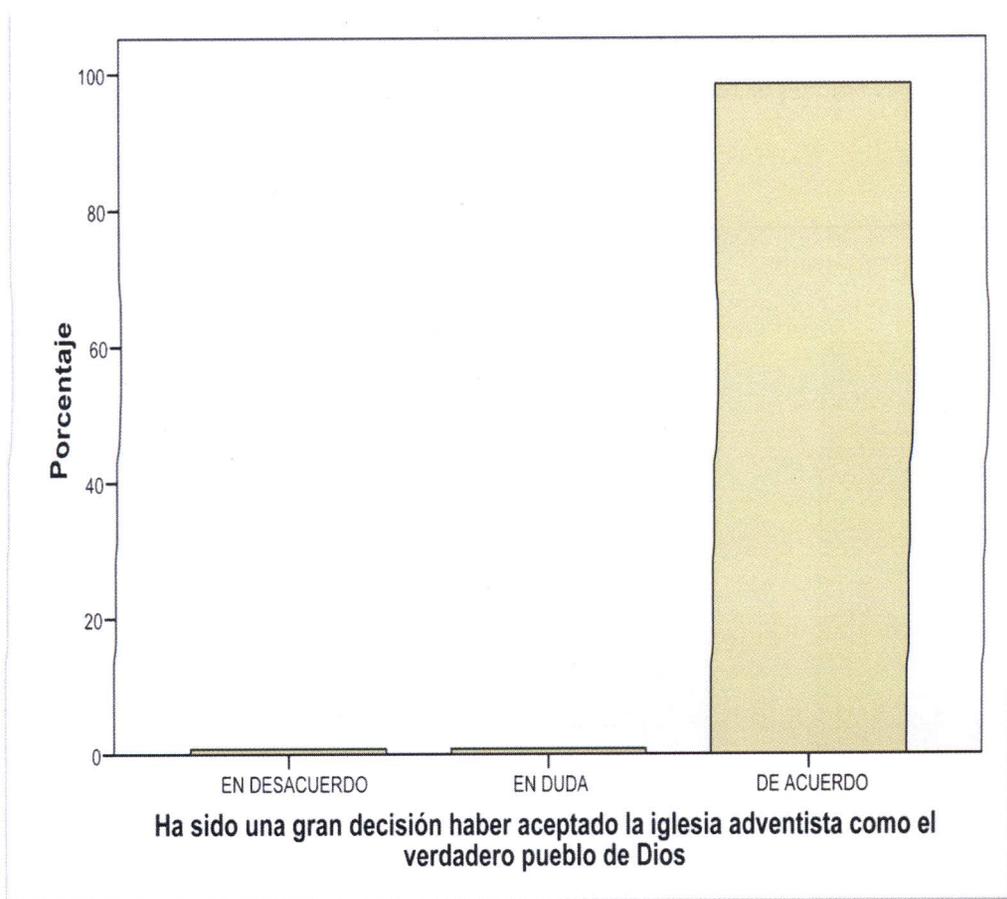


Figura 12. Satisfacción en el lugar de servicio

*Ítem 13: La misión que ahora tengo para mi vida está reflejada en la misión de la iglesia ASD:
Hacer discípulos de Cristo*

Topa y Morales también creen que la identidad se refleja en el involucramiento del obrero en la tarea y productividad de la empresa. En el obrero identificado, los objetivos de la empresa son sus objetivos. El analizar en este ítem el nivel y las áreas de identidad feligrés-iglesia, de un total de 122 participantes, 107 dijeron estar de acuerdo con esta declaración (87.7 por ciento) y 11 dijeron estar casi de acuerdo (8.8 por ciento). Los que manifestaron estar en duda, casi en desacuerdo, o en desacuerdo fueron el 3.3 por ciento (4 personas). Tuvo

una media de 4.82, faltando 0.18 para el óptimo (Tabla 2-B, apéndice B). De nuevo, un buen nivel de identidad, ahora feligrés-misión de la iglesia. Así también se percibe en la gráfica:

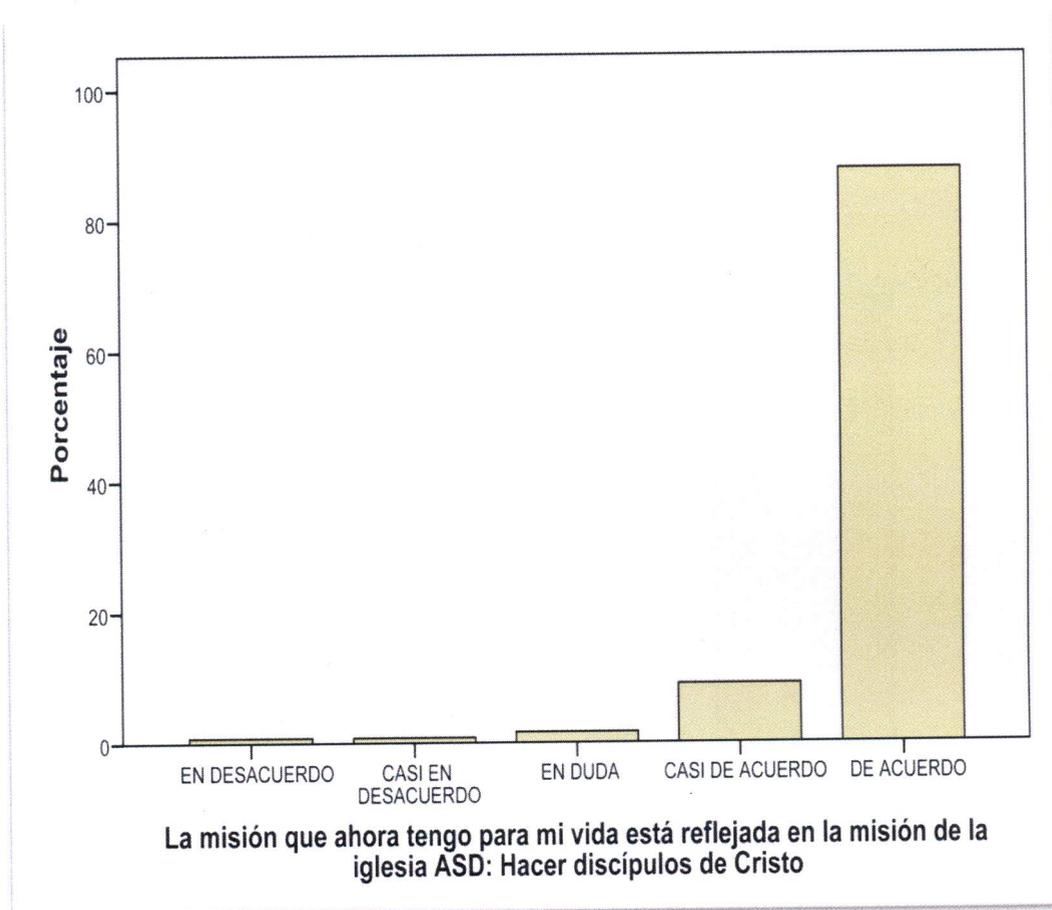


Figura 13. Identificados con la misión ASD

Ítem 14: Deseo dar lo mejor de mí, aun más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular

Ruiz y Marín indican que un obrero identificado procurará a diario beneficiar a su empresa. Confirmando la entrega o internalización de la tarea en el obrero adventista, al calificar esta declaración el 86.2 por ciento dijo estar de acuerdo (106 personas), 15

encuestados dijeron estar casi de acuerdo (12.2 por ciento), y 2 personas se manifestaron casi en desacuerdo (1.6 por ciento). Nadie se manifestó en duda ni en desacuerdo (véase Tabla 2-C del Apéndice B). Tuvo una media de 4.83, solo 0.17 abajo del óptimo. Una vez más, se refleja la identidad feligrés-misión de la iglesia. La gráfica nos ayuda a visualizar el resultado:

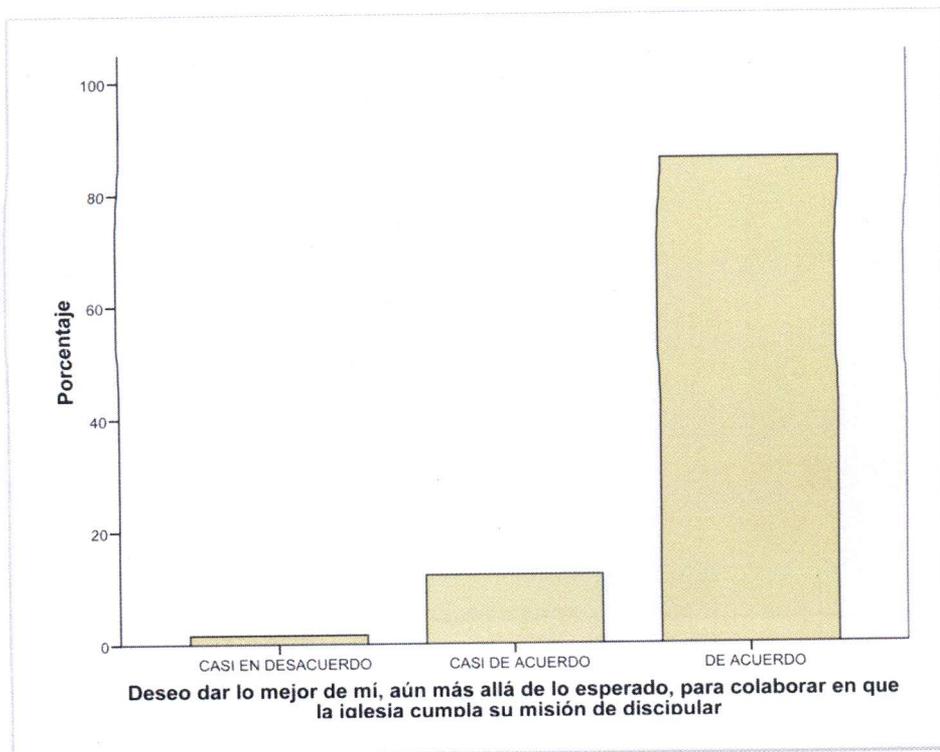


Figura 14. Identificado con la iglesia y su misión

Ítem 15: Con felicidad asisto a una reunión donde se festeje y se informe sobre el avance de la misión

Un obrero identificado habla bien de su empresa, la promueve doquiera vaya. Los éxitos de la empresa son suyos. En este ítem, de 125 encuestados, 88.8 por ciento (111 personas) dijo estar de acuerdo y 7.2 por ciento (9 personas) estuvo casi de acuerdo. Los que

se manifestaron en duda, casi en desacuerdo y en desacuerdo fueron 5 personas (Tabla 2-D del apéndice B). Tuvo una media de 4.82, faltando 0.18 para el óptimo. El resultado refleja fuerte identidad, la gráfica nos ayuda a visualizarlo:

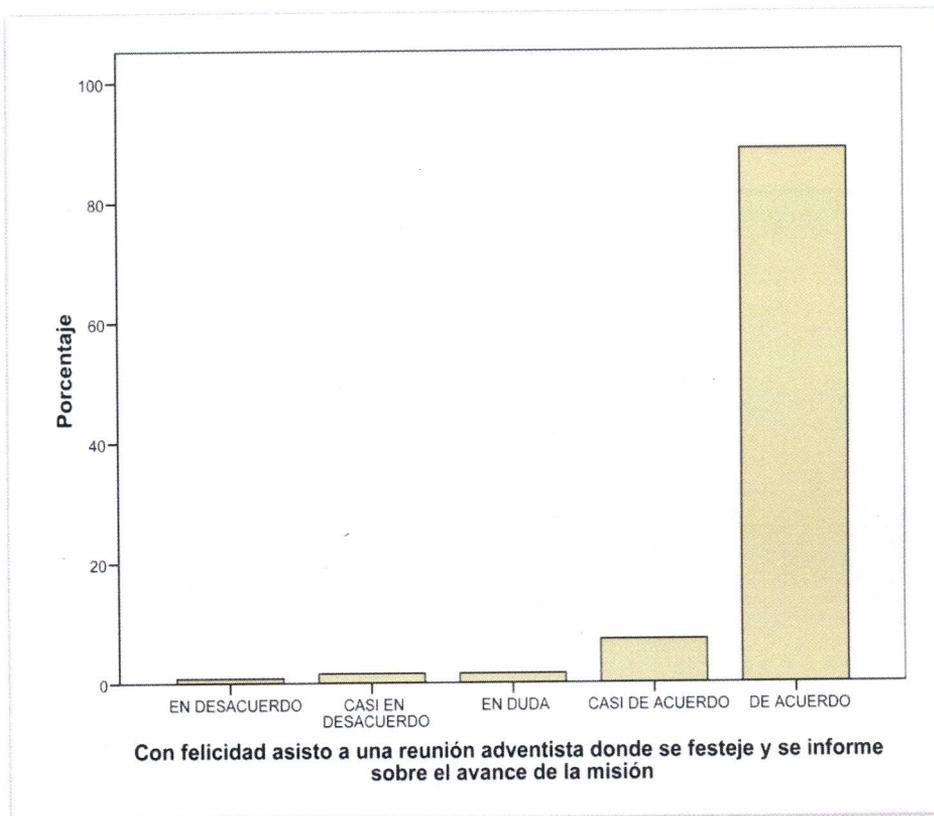


Figura 15. Identificación con éxitos y fracasos

Ítem 16: Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión

Ruiz y Marín también concluyen que un empleado identificado tendrá menos intenciones de irse a otra empresa. Aplicado al ámbito eclesiástico, al evaluar el deseo de permanencia en la iglesia de parte del feligrés, los resultados dicen que el 91.9 por ciento

estuvo en desacuerdo con la declaración de dejar la iglesia (113 de 123 personas), 5.7 por ciento (7 personas) se mostró en duda y 2.4 por ciento (3) en términos medios. Nadie se mostró de acuerdo con la declaración (Tabla 2-E, apéndice B). Siendo una declaración negativa, tuvo una media de 1.15, faltando 0.15 para el óptimo. Con este ítem se refleja claramente una fuerte identidad que genera lealtad. La gráfica es elocuente:

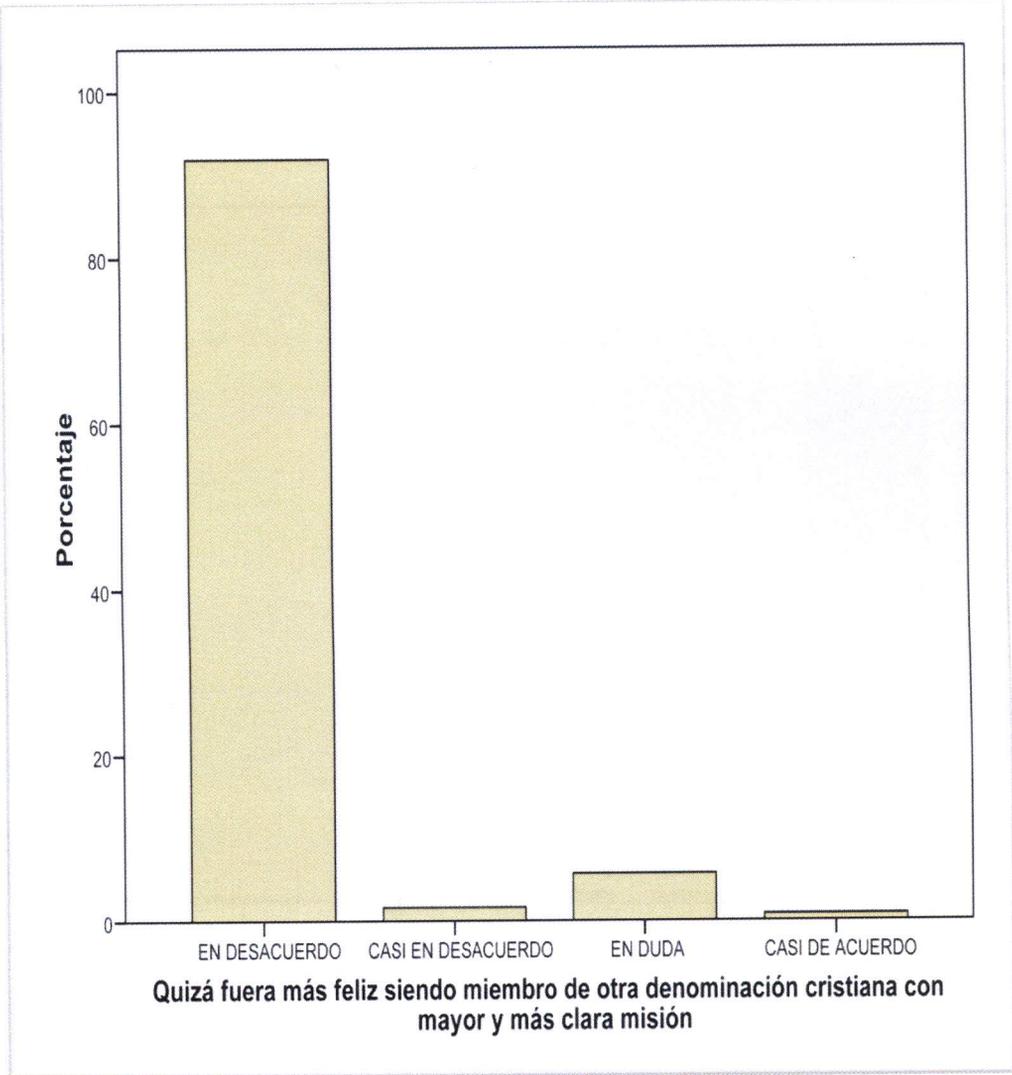


Figura 17. Identidad para la permanencia

Ítem 18: Sé que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo

Trasmitir distinción y enviar un mensaje diferenciador genera identidad. En el ítem 18 se evaluó la aceptación de la unicidad de la iglesia y su misión. El resultado fue altamente positivo porque 120 de 126 personas (95.2 por ciento) se mostraron de acuerdo, cinco (4 por ciento) se mostró en duda y una (0.8 por ciento) en desacuerdo. Tuvo una media de 4.90, faltando 0.10 para el óptimo (vea Tabla 2-G del apéndice B). La gráfica es muy reveladora:

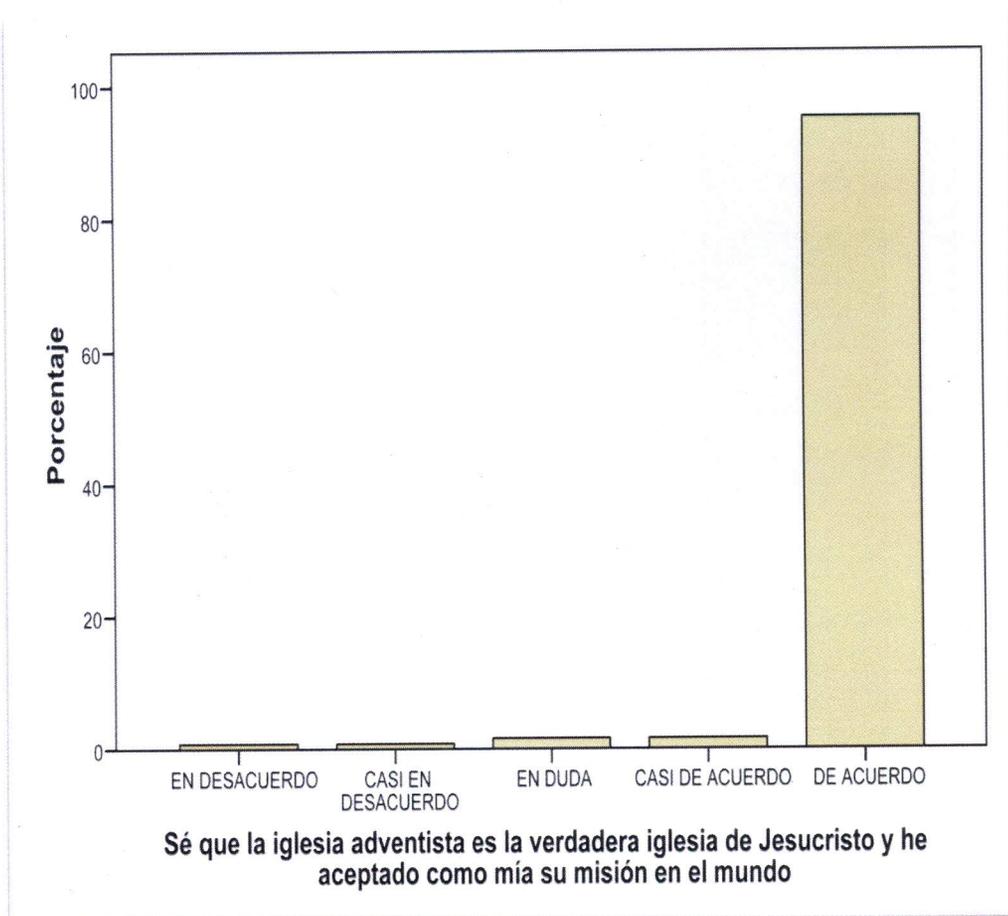


Figura 18. Identidad con la unicidad

Ítem 19: He aceptado como más las doctrinas ASD

En reflejo de una gran identificación y aceptación de las doctrinas ASD, 116 de 120 personas (96.8 por ciento) se mostraron de acuerdo, tres personas (2.4 por ciento) dijeron estar casi de acuerdo y una persona (0.8%) dijo estar en duda (Tabla 2-H, apéndice B). Nadie mostró desacuerdo de ningún nivel. Tuvo una media de 4.96, faltando solo 0.04 para el óptimo. En la gráfica siguiente es muy claro:

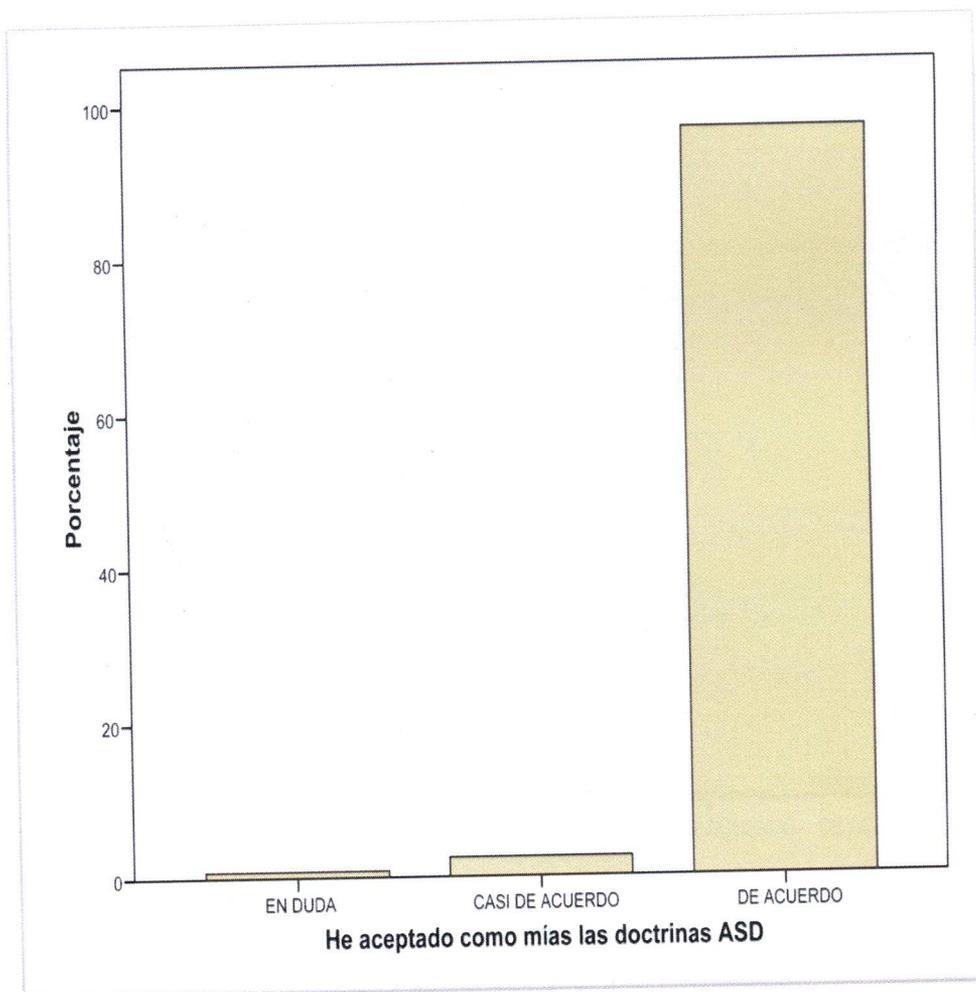


Figura 19. Identificado con las doctrinas

Ítem 20: Anheló encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo

Para confirmar la lealtad y el deseo de permanencia en la iglesia y su misión, en esta declaración, solo tres encuestados estuvieron de acuerdo (2.5 por ciento), uno dijo estar casi de acuerdo, cuatro (3.3 por ciento) dijeron estar en duda, uno casi en desacuerdo, y 113 (92.6 por ciento) estuvo en desacuerdo. Siendo una declaración negativa, tuvo una media de 1.20, faltando 0.20 para el óptimo (véase Tabla 2-I del apéndice B). Gráficamente es así:

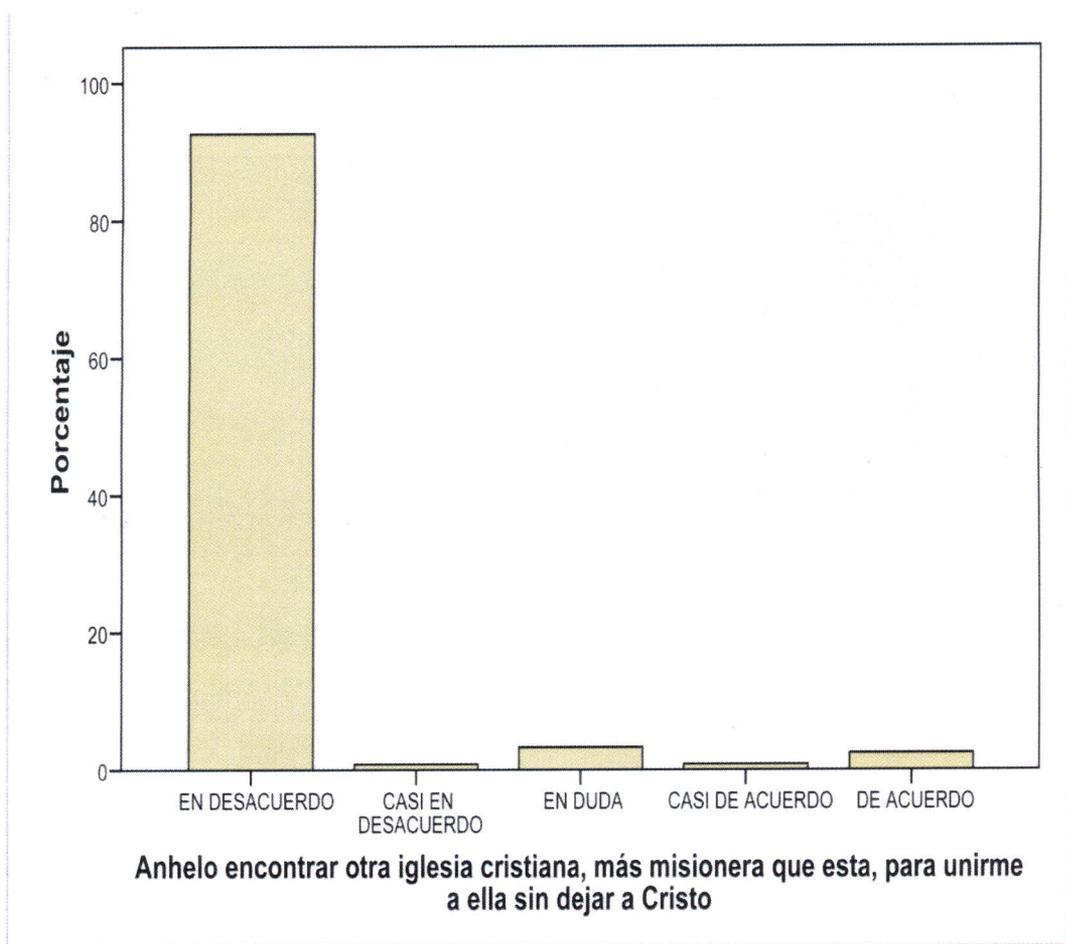


Figura 20. Identificado con la iglesia y su misión

Ítem 21: Aunque noto ciertas deficiencias en el cumplimiento de la misión, yo sigo adelante y confío que nuestros líderes lo resolverán en el momento apropiado

La confianza en el liderazgo es evidencia y resultado de identidad y lealtad. En este ítem el 76.8 por ciento de los encuestados (96 personas) se mostró de acuerdo en confiar en sus líderes, 9.6 por ciento (12 personas) dijo estar casi de acuerdo, 4 por ciento (5 personas) estuvo en duda, y 9.6 por ciento dijo estar en desacuerdo (véase Tabla 2-J del apéndice B). Tuvo una media de 4.45, faltando 0.55 para el óptimo y reflejando necesidad de buenas relaciones. En la gráfica vemos:

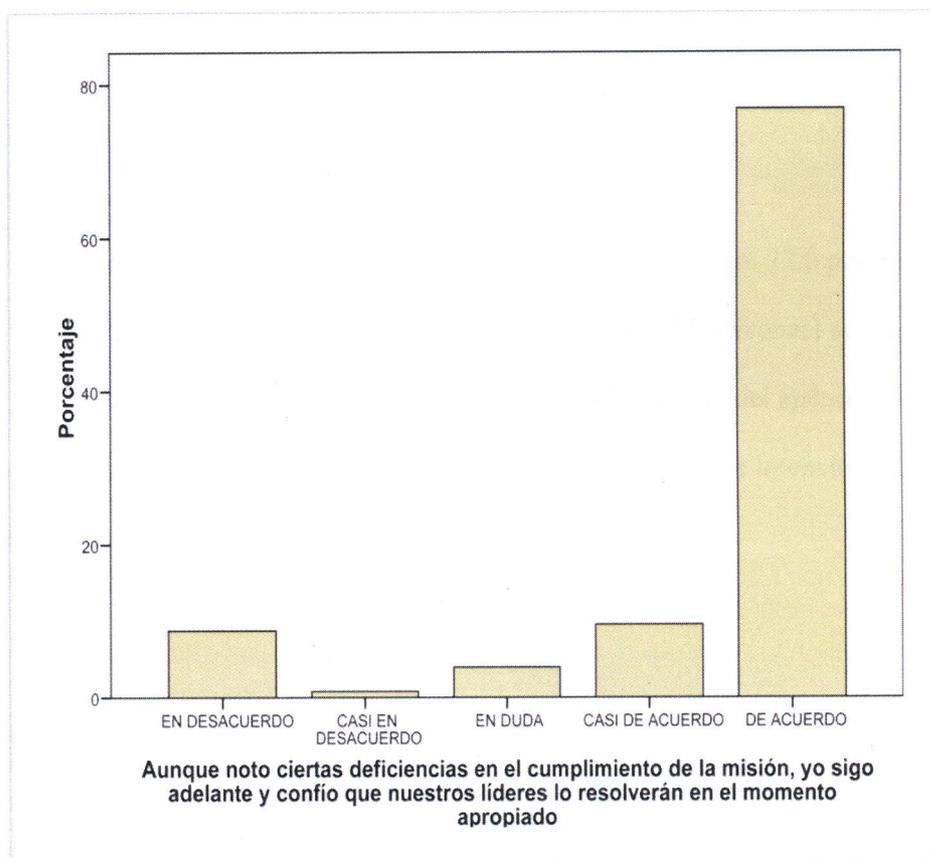


Figura 21. Confianza en los dirigentes

La participación misionera

Conceptualmente, se definió la participación misionera como la serie de actividades eclesíásticas encaminadas a la expansión y prosperidad de la iglesia y a la predicación del evangelio a más personas. Abarca desde una plática simple acerca de la fe hasta una serie de reuniones públicas multitudinarias, pasando por reuniones de grupos pequeños o medianos e incluyendo el apoyo moral y financiero de las mismas (cap. III; p. 35). Para este estudio, esta variable se midió con 9 ítems relacionados con la intención, y/o práctica real, de colaboración en la expansión de la iglesia, su crecimiento numérico, el cumplimiento de su misión a través de contactos misioneros, estudios bíblicos, campañas evangelísticas y servicio a la iglesia. El resultado de la frecuencia de las respuestas por ítem fue así:

*Ítem 22: Cada día, y donde esté, procuro
compartir mi esperanza en Cristo
con la gente que me rodea*

Reflejando la testificación personal del encuestado, en este ítem 77.6 por ciento de los encuestados (97 de 125) dijo estar de acuerdo, el 20 por ciento (25 personas) se mostró casi de acuerdo, y en duda o casi en desacuerdo el 2.4 por ciento (Tabla 3-A del apéndice B). La media fue de 4.74, faltando 0.26 para el óptimo. Un nivel aceptable de intención testificadora que gráficamente se ve así en la Figura 22.

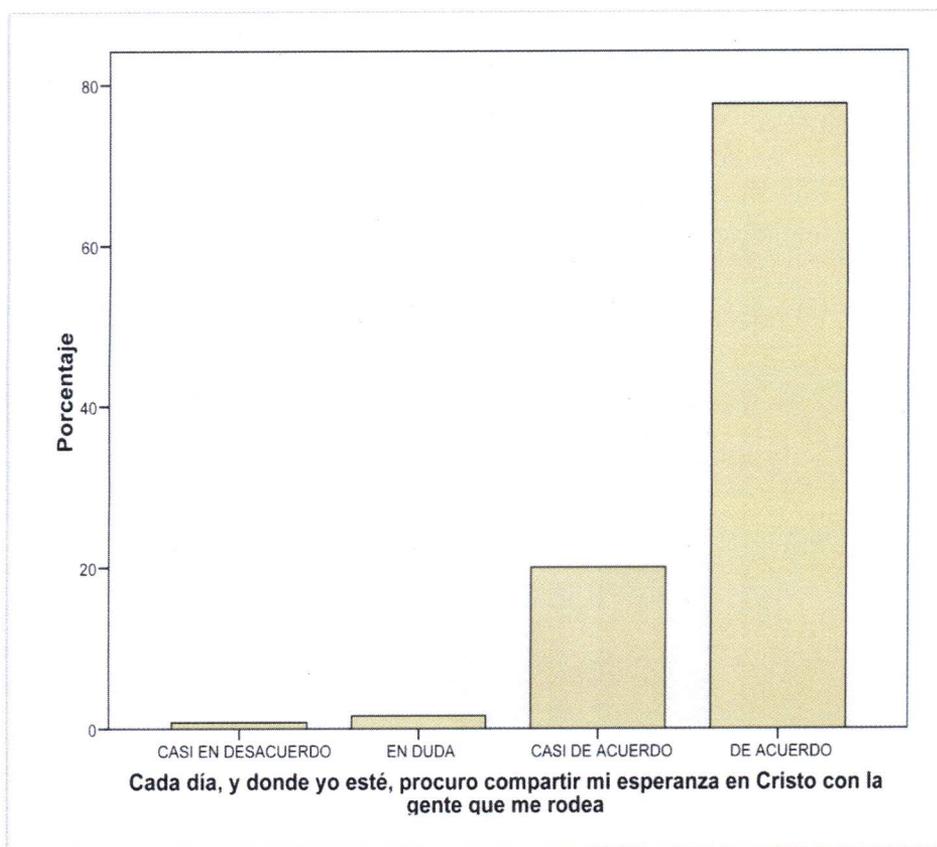


Figura 22. Disposición a la testificación

Ítem 23: Cada semana procuro alcanzar, por lo menos, TRES contactos misioneros, o TRES estudios bíblicos

Calificando la intensidad de la testificación activa o del trabajo misionero, este ítem se respondió con 43.3 por ciento (52 de 120 personas) de acuerdo, y con 33.3 por ciento (40 personas) casi de acuerdo; el porcentaje en duda fue de 14.2 por ciento (17 personas), y el de casi en desacuerdo y en desacuerdo fue de 9.2 por ciento (11 personas). La media fue de 4.07, faltando 0.93 para el óptimo (Tabla 3-B del apéndice B). En la medida del aumento de la intensidad se redujo la participación. En la Figura 23 se ve muy claramente:

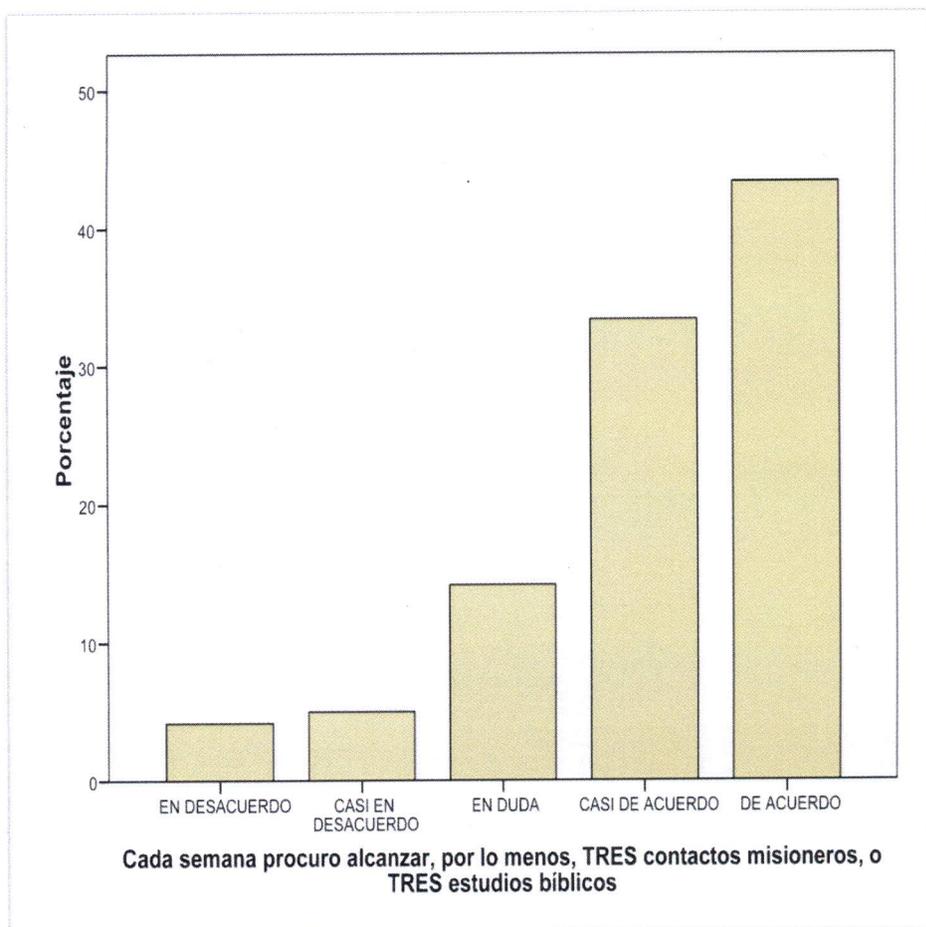


Figura 23. Intensidad en la obra misionera (1)

Ítem 24: Cada trimestre colaboro activamente en, por o menos, UNA campaña de barrio

En este ítem, 62 de 114 encuestados (54 por ciento) dijeron estar de acuerdo, y 28 encuestados (24.6 por ciento) dijeron estar casi de acuerdo. Del resto, 8.8 por ciento (10) se mostró en duda, 2.6 por ciento (3) casi en desacuerdo y 9.6 por ciento (11) calificó como en desacuerdo (Tabla 3-C, apéndice B). La media fue de 4.11 (0.89 menos del óptimo). Resultado muy parecido al anterior, gráficamente en la Figura 24.

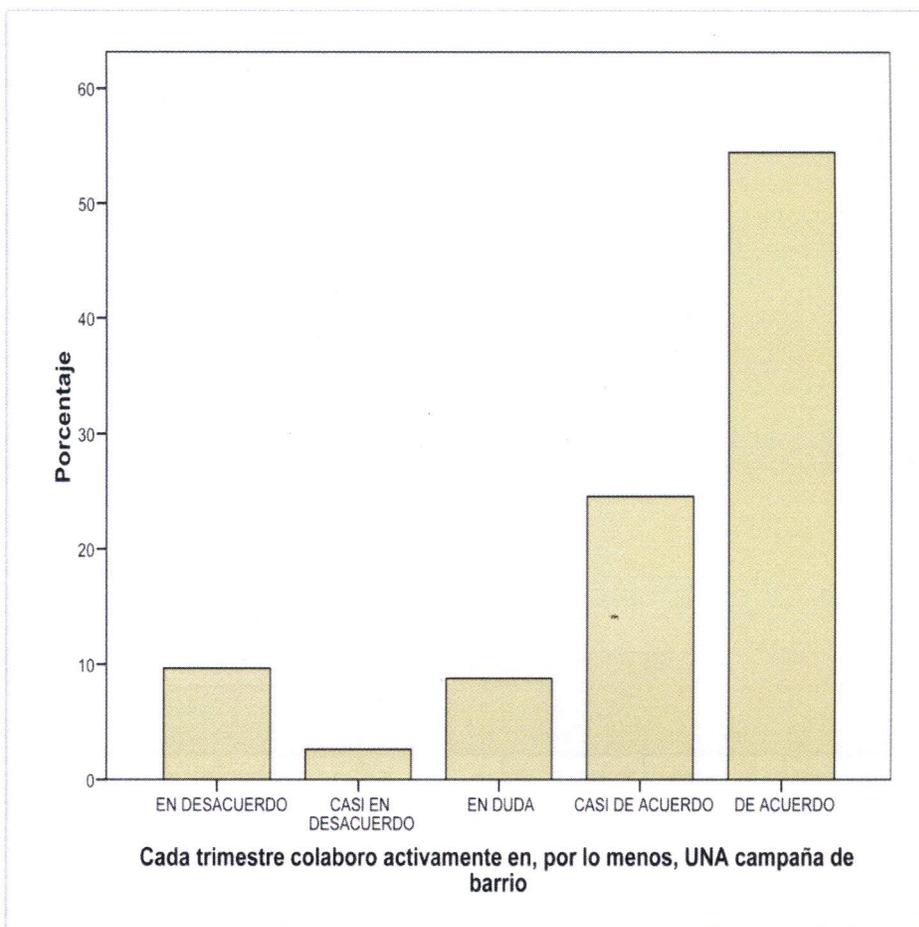


Figura 24. Intensidad en la obra misionera (2)

Ítem 25: En el transcurso del año eclesial, me gozo colaborando activamente en por lo menos DOS campañas evangelísticas en mi congregación, o en la ciudad donde vivo

El resultado en este ítem fue: 69 por ciento (78 de 113) de los encuestados dijo estar de acuerdo, 10.6 por ciento (12 personas) se mostró casi de acuerdo, 11.5 por ciento señaló estar en duda, y 8.9 por ciento (10 personas) dijo estar casi en desacuerdo y en desacuerdo (Tabla 3-D del apéndice B). La media fue de 4.33; 0.67 menos del óptimo, como muestra la Figura 25.

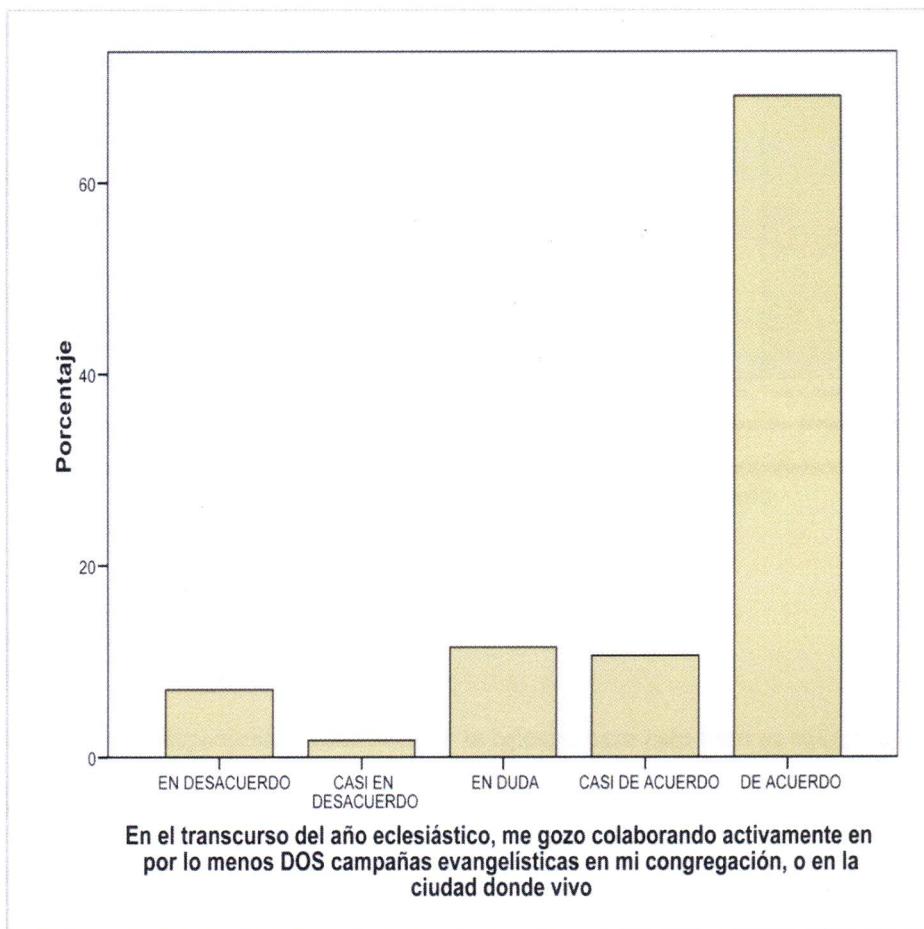


Figura 25. Intensidad en la obra misionera (3)

Ítem 26: En mi iglesia, tomo parte activa en la obra de hacer discípulos de Cristo entre los nuevos feligreses

Los resultados en este ítem fueron: 61 por ciento dijo estar de acuerdo (72 personas), 18.6 por ciento dijo estar casi en desacuerdo (22 personas), 10.2 por ciento dijo estar en duda (12 personas), y otro 10.2 por ciento dijo estar casi en desacuerdo o en desacuerdo. La media en este ítem fue de 4.24, faltándole 0.76 para el óptimo. (Tabla 3-E del apéndice B). Veamos la gráfica de la figura 26.

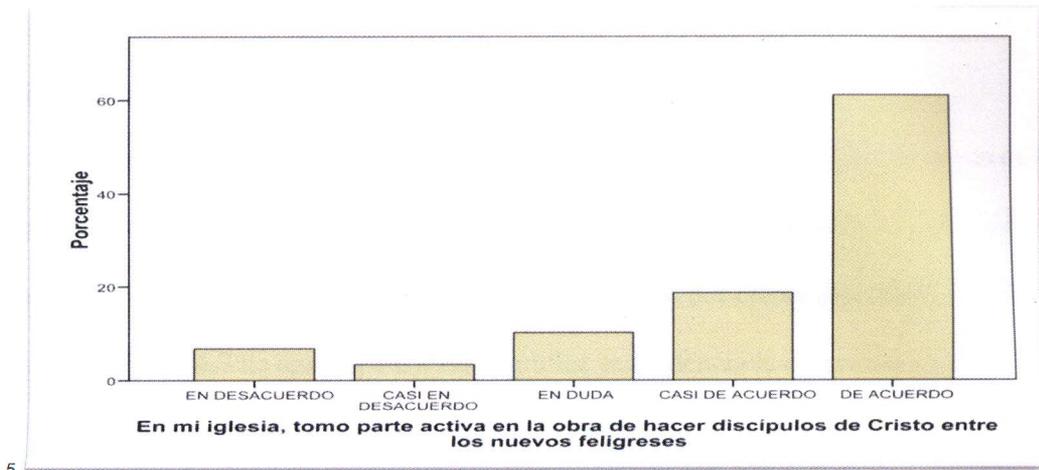


Figura 26. Participando en el discipulado cristiano

Ítem 27: Si me invitan, o me invitaran para un cargo, procuraré servir muy activamente

Evaluando la disposición al servicio en la iglesia, para este ítem se tuvieron los siguientes resultados: 96.8 por ciento estuvo de acuerdo o casi de acuerdo, y 3.2 por ciento estuvo en duda y/o en desacuerdo. La media fue de 4.6 (Tabla 3-F de apéndice B).

Gráficamente es:

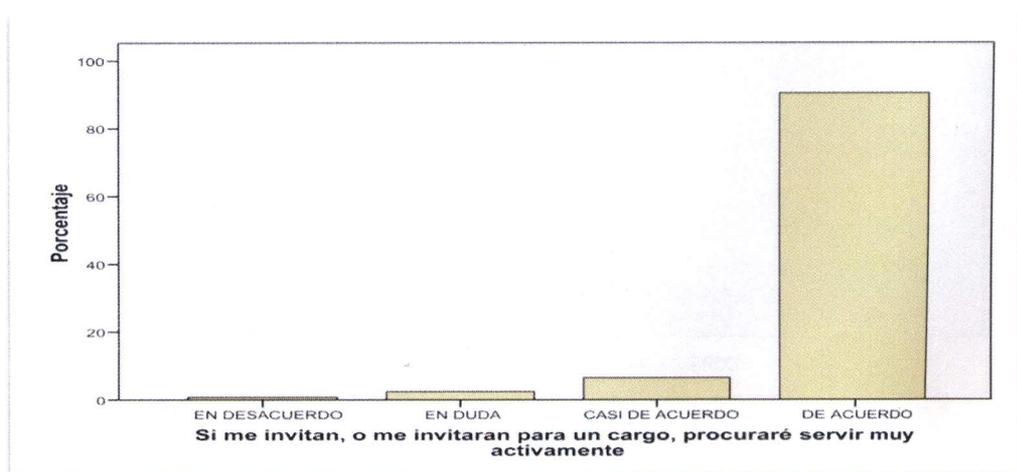


Figura 27. Disposición para el servicio eclesiástico

Ítem 28: Creo firmemente que Cristo viene pronto y por eso me preparo, y procuro preparar a otros

La respuesta a este ítem reflejó la esperanza adventista y el consecuente deseo de la evangelización, los resultados fueron: 92.7 por ciento dijo estar de acuerdo (115 de 124 personas), 5.6 por ciento casi de acuerdo (7 personas) y 1.6 por ciento dijo estar en duda o en desacuerdo (Tabla 4.7 de apéndice B). En la gráfica se evidencia la esperanza motivadora:

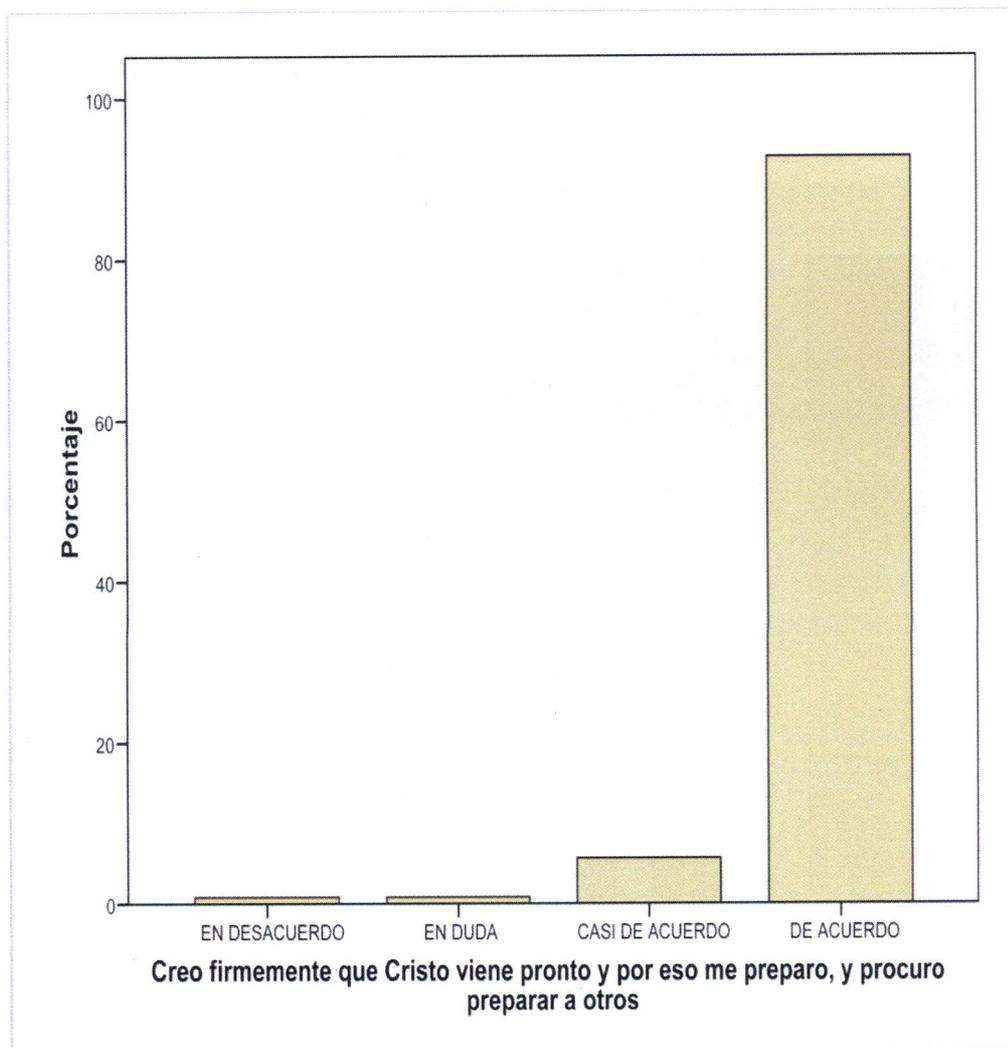


Figura 28. Obra misionera con y por la esperanza

Ítem 29: Anheló formar parte de un grupo misionero comprometido en hacer evangelismo cerca y lejos

Evaluando la disposición a realizar un servicio misionero amplio, este ítem tuvo los siguientes resultados: 75.8 por ciento se calificó como de acuerdo (94 de 124 encuestados), 14.5 por ciento dijo estar casi de acuerdo (18 encuestados), 4 por ciento se mostró en duda (5 personas), 4 por ciento casi en desacuerdo, y 1.6 por ciento dijo estar en desacuerdo (2 personas). La media fue de 4.59. (Tabla 3-H de apéndice B). Un resultado muy positivo de disposición al trabajo misionero. En la gráfica aparece así:

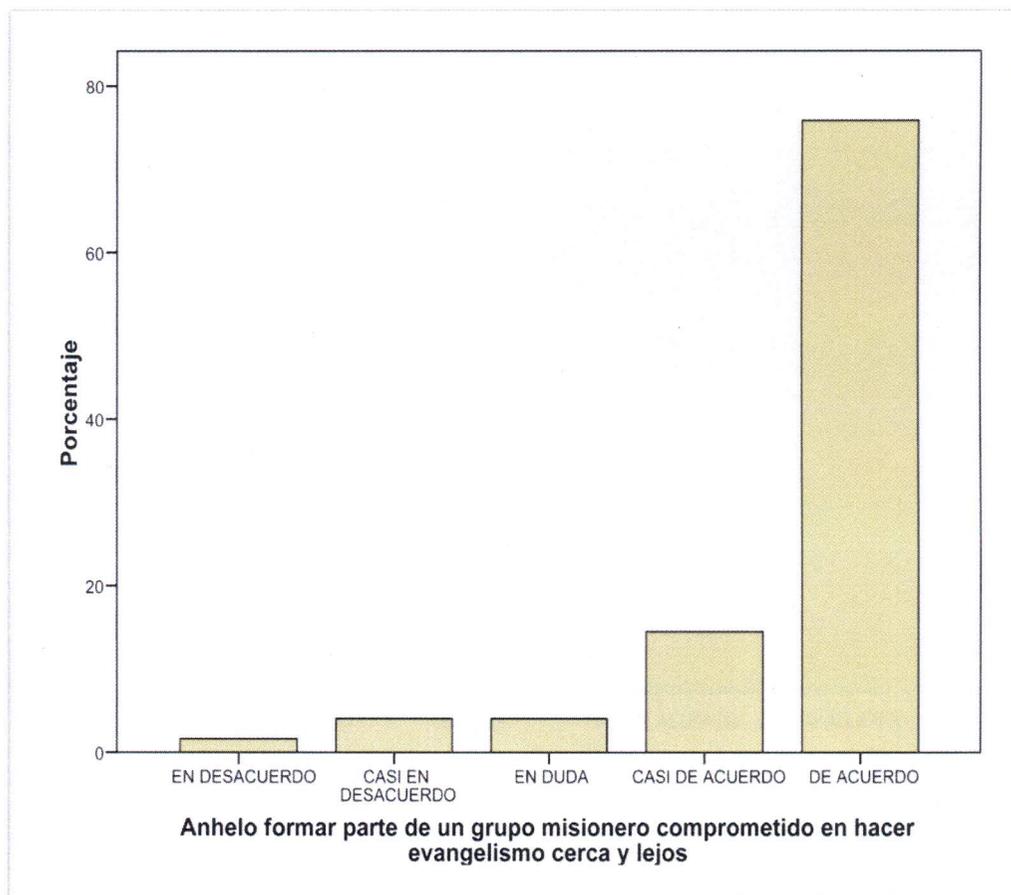


Figura 29. Disposición a servir como misionero

Ítem 30: No me importaría invertir o gastar dinero propio si sé que eso colabora con la misión de Cristo

Al evaluar la disposición a colaborar abnegadamente con la misión de la iglesia, este ítem tuvo los siguientes resultados: 86.5 por ciento dijo estar de acuerdo, 10.3 por ciento dijo estar casi de acuerdo, 3.2 por ciento estuvo en duda y en desacuerdo. La media fue de 4.8 (Tabla 3-I, apéndice B). Veamos la gráfica:

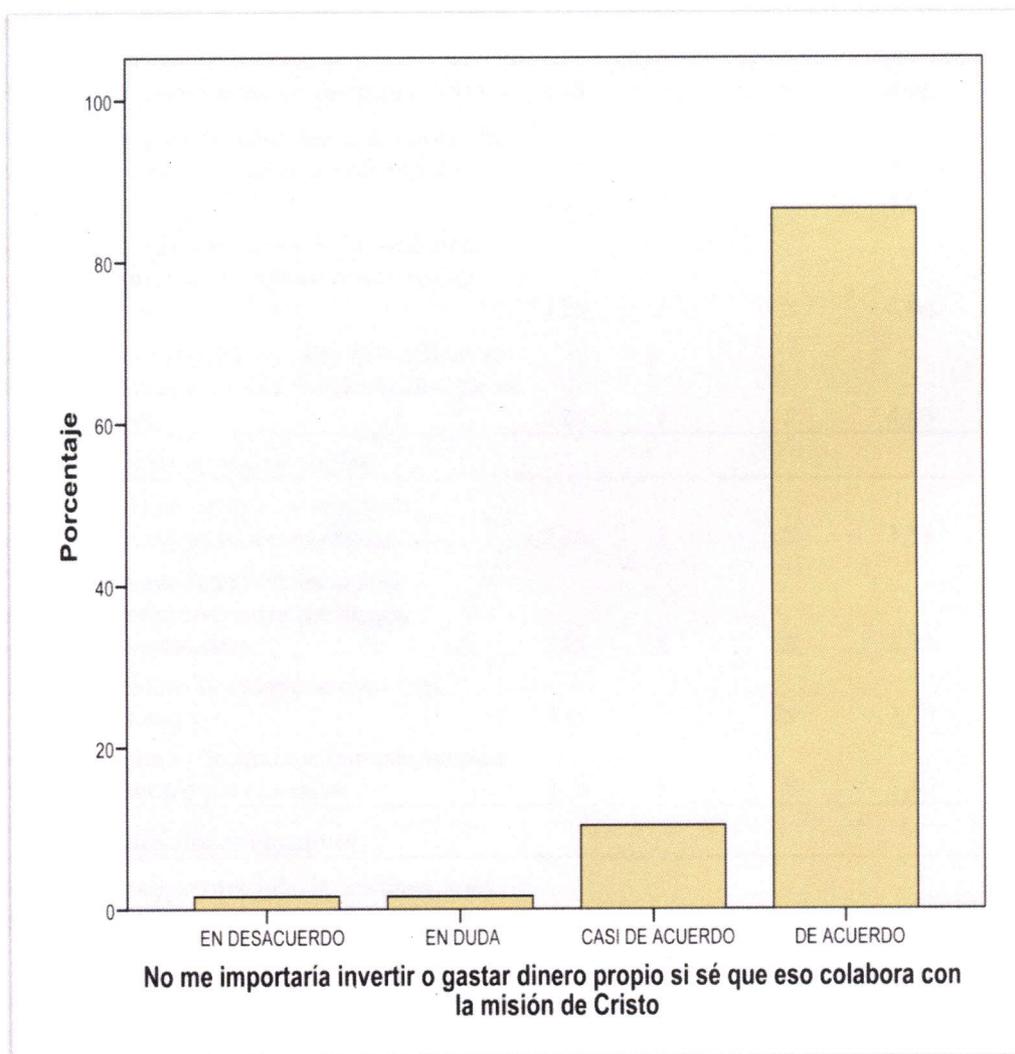


Tabla de ítems extremos

Es interesante ver una tabla de calificaciones extremas, es decir, los ítems que fueron mayor y menor calificados. Tales ítems reflejan necesidades especiales (Tabla 6).

TABLA 6

Tabla de ítems extremos

Ítems:	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Los ítems de mayor media:					
Q19.- He aceptado como mías las doctrinas ASD	120	3	5	4,96	,239
Q12.- Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios	126	1	5	4,95	,397
Q18.- Sé que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo	126	1	5	4,90	,519
Q14.- Deseo dar lo mejor de mí, aún más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular	123	2	5	4,83	,491
Los ítems de menor media:					
Q4.- Mi(s) líder(es) me apoyan y reconocen constantemente mi esfuerzo evangelístico	116	1	5	3,79	1,296
Q10.- Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder	115	1	5	3,76	1,405
Q5.- Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo	122	1	5	3,73	1,449
Q9.- Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar	113	1	5	3,35	1,482
Declaraciones negativas:					
Q20.- Anhele encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo	122	1	5	1,20	,757
Q16.- Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión	123	1	4	1,15	,544

Los ítems de mayor media (Q19, Q12, Q18, y Q14) reflejan fortalezas en la gestión del compromiso e identidad. Son áreas de éxito que es necesario seguir cultivando. Los ítems de menor media (Q9, Q5, Q10 y Q4) evidencian pronunciadas debilidades en el mismo aspecto, reclaman urgentemente su atención. Los ítems Q20 y Q16, en su media casi igual al 1 (en desacuerdo), reflejan una fuerte intención de permanencia y lealtad de la feligresía de Chetumal hacia la iglesia.

Resumen del movimiento de las variables

Como puede observarse, en los resultados de la encuesta se ven altas y bajas, puntos fuertes y débiles, áreas atendidas y áreas con necesidad de atención. Hay aspectos claves con buena atención, y otros con señales de desatención. Siendo que el compromiso y la identidad son resultado de un conjunto de factores actuando en sinergia, se antoja primordial atender las áreas débiles y mantener o robustecer las fuertes. Se generaría el compromiso y la identidad necesarios para la productividad deseada.

Confiabilidad y validez de las variables

El instrumento de medición que se usó para probar las hipótesis contiene dos variables independientes (VI) y una variable dependiente (VD). La VI compromiso se midió a través de 11 ítems; la VI identidad adventista se midió a través de 10 ítems; la VD participación misionera se midió con 9 ítems. El instrumento fue adecuado para esta investigación y está basado en la mundialmente conocida Encuesta Q12 de Gallup Inc., por lo que la pertinencia de su adecuación y claridad de los ítems fue validada por la asesoría de esta investigación y por un metodólogo.

Una vez aplicadas las encuestas, se analizó su coeficiente alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad de la escala, obteniéndose los resultados exhibidos en la Tabla 7 que muestran que, mientras más se acerca el alfa a 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Como puede observarse, solo la variable identidad adventista, cuando se la analizó independientemente, tuvo una medida baja (cuando se le analizó en conjunto con las otras dos, el alfa fue de 0.869). En conclusión, el alfa de Cronbach muestra que los resultados son confiables para probar las hipótesis.

TABLA 7

Alfa de Cronbach de las variables

NO.	VARIABLES	ALFA DE CRONBACH	NO. DE ÍTEMS
1	Compromiso	.842	11
2	Identidad adventista	.430	10
3	Participación misionera	.831	9
	Instrumento total	.869	30

Prueba de la hipótesis nula

En esta sección se presenta la prueba estadística de la hipótesis nula formulada para esta investigación. La hipótesis nula dice: El nivel de compromiso que puede alcanzar un feligrés, además de su nivel de identidad adventista a la que puede llegar, no determina la intensidad de su decisión de participar en las actividades misioneras.

Para probar esta hipótesis se utilizó la técnica estadística Regresión lineal, en este caso múltiple. Este análisis tiene la bondad de explorar o cuantificar la relación entre una VD (también llamada criterio) y una o más VI (también llamadas predictoras), con un doble propósito: (a) averiguar en qué medida la VD puede estar implicada o explicada por la(s) VI, y (b) obtener predicciones en VD a partir de la(s) VI.¹ En la hipótesis de investigación se consideró como variable dependiente a la participación misionera, y las variables independientes fueron: Compromiso e identidad adventista.

En cuanto a la hipótesis nula, los resultados del modelo (Tabla 8, análisis ANOVA) muestran que $[F(2,123)=22.131, p=.000]$ cuando el nivel de significación del modelo de regresión lineal es menor a .05, hay relación;² por lo tanto, siendo que en este caso el resultado es $p=.000$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación: El nivel de compromiso que puede alcanzar un feligrés, además de su nivel de identidad adventista a la que puede llegar, determina la intensidad de su decisión de participar en las actividades misioneras en los miembros de la iglesia de Chetumal del 2012.

¹Análisis de regresión lineal: el procedimiento regresión lineal; accesada el 24 de junio de 2012, disponible en http://www.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiales/analisis_datosyMultivariable/18reglin_SPSS.pdf

²La tabla de resumen ANOVA nos informa sobre si existe o no relación significativa entre las variables. El estadístico F permite contrastar la hipótesis nula de que el valor poblacional de R es cero, lo cual, en el modelo de regresión simple, equivale a contrastar la hipótesis de que la pendiente de la recta de regresión vale cero. El nivel crítico (Sig) indica que si suponemos que el valor poblacional de R es cero, es improbable (probabilidad: 0,000) que R en esta muestra tome el valor de 1,16. Lo cual implica que R es mayor que cero y que, en consecuencia, ambas variables están íntimamente relacionadas.

En este mismo sentido, el resumen del modelo (Tabla 9: Columna R cuadrado corregida) nos muestra que las variables compromiso e identidad adventista explican en un 25.3 por ciento a la variable participación misionera de los adventistas de Chetumal.

TABLA 8

Análisis ANOVA

ANOVA(b)						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	11,630	2	5,815	22,131	,000(a)
	Residual	32,317	123	,263		
	Total	43,947	125			

a Variables predictoras: (Constante), IDENTIDAD, COMPROMISO

b Variable dependiente: PARTICIPACIÓN

TABLA 9

Resumen del modelo

Resumen del modelo			
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida
1	,514(a)	,265	,253

a Variables predictoras: (Constante), IDENTIDAD, COMPROMISO

Por lo tanto, al rechazar la hipótesis nula con los resultados de las pruebas estadísticas, nos quedamos con la hipótesis de investigación que establece que las VI compromiso e identidad adventista pueden explicar a la VD participación misionera. Los resultados nos hablan de un grado de explicación significativo, lo que nos lleva a reafirmar la teoría de que el

nivel de compromiso e identidad al que una persona llega, o es llevado, influye en su nivel de participación misionera.

CAPÍTULO V

RESUMEN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber analizado el compromiso personal y la identidad en su relación con la participación misionera de la feligresía de Chetumal, este capítulo presenta conclusiones organizadas de la siguiente manera: Primero, un resumen del trabajo realizado, enseguida se presentan las conclusiones de la investigación y, finalmente, se exponen recomendaciones prácticas para que la identidad adventista y el nivel de compromiso de la feligresía sean cultivados e impacten positivamente en el evangelismo realizado por la iglesia.

Resumen

Marco teórico

La iglesia tiene una misión que explica su existencia: Hacer discípulos y proclamar el evangelio. No es una opción, sino un mandato. Así lo entiende, cree y vive la iglesia. Por ello, todo su potencial e infraestructura se han predispuesto para enfrentar la tarea.

Sin embargo, diferentes obstáculos y dificultades hacen ver que la iglesia disminuye su paso. El crecimiento deseado no llega, o tarda en llegar. Buena parte de la feligresía parece desanimada ante la tarea propuesta, considerables índices de apostasía obstaculizan el crecimiento y bajos índices de involucramiento de la feligresía en la actividad misionera parecen estancarla. ¿En qué medida el nivel de compromiso personal y la identidad eclesiástica adventista explican la participación misionera de los miembros de la iglesia?

Conocer, fomentar y cultivar el compromiso e identidad en la feligresía puede coadyuvar en el logro de los objetivos.

Este estudio procuró documentar, a través de encuestas de campo y análisis estadísticos, el nivel de compromiso personal e identidad eclesial que presenta la feligresía adventista de Chetumal, Quintana Roo, en el ciclo 2010-2012.

Metodología

Buscando los mejores resultados, se decidió por una investigación de campo que permitiera una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad; del tipo cuantitativa y multivariada, con un diseño explicativo. Por la manipulación de variables se ubica como *ex post facto*; y por su cantidad de observaciones, transversal.

Seleccionando una muestra de forma aleatoria por conveniencia y con un instrumento debidamente validado, se procedió a la recolección de datos. Con ellos en un banco de datos, se hicieron los análisis estadísticos necesarios para su comprensión.

Resultados más relevantes

Investigaciones serias acerca del compromiso y la identidad han descubierto, analizado y documentado la íntima relación que hay entre el compromiso e identidad con la productividad. Múltiples eruditos reconocen que un obrero identificado y comprometido con su empresa es, por mucho, más productivo que los demás y más feliz como persona. Una empresa con tales obreros siempre será exitosa. Las conclusiones de tales estudios llevan a pensar en la importancia de dominar el arte de la gestión del compromiso y la identidad en los obreros, si se desea productividad y crecimiento.

Transportado al ámbito de la iglesia adventista y su misión, no es menos importante conocer y gestionar el compromiso si se quiere crecimiento y productividad en la empresa de predicar el evangelio a todo el mundo. ¿Cuál es el nivel actual de identidad y compromiso en la feligresía adventista? Es la pregunta a responder. ¿Cuáles dimensiones de la identidad y del compromiso deben enfatizarse para alcanzar el objetivo adventista? Con estas interrogantes se hizo el estudio y documentación, se elaboró el instrumento de medición, y se aplicó en una muestra previamente seleccionada. Se obtuvieron los datos y se procedió al análisis.

En el transcurso del análisis de los datos se encontraron áreas fuertes apropiadamente atendidas, y áreas débiles posibles de mejorar. Se mencionan las siguientes:

Áreas fuertes

1. La feligresía muestra un conocimiento claro de la misión de la iglesia y no la rehúye.

Un buen porcentaje de los hermanos encuestados (78.5 por ciento) se mostró de acuerdo cuando se le preguntó si conocía la misión de la iglesia.

2. La feligresía ha recibido capacitación para la tarea. De variadas formas y desde diferentes instructores, ha llegado entrenamiento útil para la ejecución de la tarea. En la encuesta, el 85 por ciento aceptó haber recibido capacitación.

3. La feligresía muestra una fuerte identificación de la iglesia como el verdadero pueblo de Dios. El 98.4 por ciento de los encuestados consideró una gran decisión haber aceptado a la iglesia adventista.

4. Hay una gran intención de colaborar en la expansión de la iglesia. El 96.7 por ciento de los encuestados respondió positivamente cuando se le preguntó si estaba dispuesto a dar lo mejor de sí en el cumplimiento de la misión de la iglesia.

5. Existe un gran sentido de lealtad y permanencia. Al preguntárseles si abandonarían la iglesia adventista por otra denominación cristiana, 94.3 por ciento dijo claramente que no; el 5.7 por ciento mostró dudas. Y al preguntárseles sobre la decisión de lealtad a los dirigentes, 86.4 por ciento dijo estar de acuerdo.

6. Hay una gran aceptación de las doctrinas de la iglesia. No se perciben grandes dudas doctrinales que promuevan la deserción. Por el contrario, el 99.6 por ciento dijo aceptar como suyas las doctrinas ASD.

7. Existe un deseo interno fuerte por participar activamente en la obra misionera. Al preguntárseles su disposición a hablar de Cristo cada día y donde estén, el 94.8 por ciento dijo estar de acuerdo y dispuesto.

8. Las actividades de: Campañas de barrio, campañas públicas y testificación tienen una gran aceptación de parte de la feligresía. Un promedio del 83.5 por ciento de los encuestados dijo participar de las actividades misioneras programadas por la iglesia.

9. La feligresía tiene deseo e intención de servir dentro de la iglesia. Evidencia tener niveles de compromiso e identidad suficientes para desear servir en la iglesia y a la iglesia. De los encuestados, el 93 por ciento dijo estar de acuerdo en servir a la iglesia cuando se le invitara.

10. La fe en, y la esperanza de, la venida de Cristo sigue siendo el motor que impulsa a prepararse y a preparar a otros. Esta área no debe distraerse. Cada líder ha de procurar sembrar, fomentar y cultivar la esperanza en Cristo entre los feligreses, pues esta los impelerá a la proclamación. El 98.3 por ciento de los encuestados dijo estar de acuerdo. Esto refleja una notable y motivadora fe adventista.

Áreas débiles

1. Capacitación para el ministerio personal. A pesar de que la mayor parte de los encuestados (78.5 por ciento) aseguró conocer la misión y visión de la iglesia, 21.5 por ciento dijo necesitar capacitación. El objetivo debe ser claro, y la forma de lograr la tarea debe ser explicada hasta el conocimiento práctico. Hurgando en el porcentaje de disposición al ministerio personal, 16.9 por ciento no estuvo de acuerdo en la testificación personal en el lugar donde se desenvuelven diariamente. La capacitación y motivación puede ser la respuesta.

2. Reconocimiento y motivación de los misioneros. Un alto porcentaje de los encuestados (63.8 por ciento) respondió que no está siendo reconocido ni encomiado por sus esfuerzos evangelísticos, y estos caen en el anonimato. Esta es un área muy importante que satisface la necesidad de reconocimiento propia del ser humano, a la vez que motiva a otros a participar.

3. Las relaciones fraternales líder-obrero, y obrero-obrero. Lamentablemente, solo un 41 por ciento de los encuestados ve a su pastor/líder como un amigo o hermano; y solo un 68.5 por ciento dijo tener su mejor amigo dentro de la iglesia. Este dato denota una falta de fraternidad urgente de atender, pues es básica en la productividad del obrero. Quizá se esté viendo al misionero como un simple instrumento disponible para usarse y no se esté procurando su desarrollo social. Puede estarle viendo solo como un medio y como parte del objetivo.

4. La participación del obrero en la planeación. De los encuestados, el 49.6 por ciento aseguró no ser tomado en cuenta en la planeación del avance de la tarea, sin embargo, la

participación o involucramiento en la planeación es básica en la generación de compromiso. En este aspecto, la iglesia necesita mejorar.

5. El desarrollo personal del obrero. Ya se vio que es básica para el compromiso la satisfacción personal del obrero. Cuando este se siente atendido, tiende al compromiso. Sin embargo, en la encuesta, el 21.5 por ciento de los participantes no autopercibía un desarrollo espiritual. No alcanzaba a ver, o no sabía ver, las ganancias de la participación.

6. La gestión de identidad y lealtad con la iglesia. Al momento de la encuesta, un 23.2 por ciento se calificó como poco menos que de acuerdo para confiar en sus dirigentes. La identidad que tiende hacia la lealtad, según Kinsey Goman, es resultado de la buena comunicación con los obreros, de procurar su desarrollo, de demostrar el aprecio personal, de confiar en ellos para la toma de decisiones, de promover el bienestar en el lugar de trabajo y de dirigir ética e imparcialmente. Así se gestiona la identidad, la lealtad y la confianza del obrero en sus líderes.

Conclusiones

En base a los resultados anteriormente expuestos y tomando en cuenta el objetivo de este estudio, se anotan las siguientes conclusiones:

1. El compromiso y la identidad tienen una estrecha relación con el éxito y productividad de una empresa. A mayores niveles de compromiso-identidad, mayor será la entrega y disposición de parte del obrero.

2. El arte de generar el compromiso y la identidad en el obrero es asequible. Y más que ello, es indispensable si lo que se quiere es el éxito en una empresa cualquiera. Gallup Inc.

dice que la diferencia entre una empresa importante y una empresa de clase mundial descansa en el arte de la gestión del compromiso.

3. En la iglesia adventista, la gestión del compromiso e identidad ha sido espontánea. No existe un método o plan específico, no forma parte básica de un plan de trabajo anual. Se ha dado al azar, como resultado de la acción de Dios.

4. Los niveles actuales de compromiso-identidad en la feligresía adventista indican necesidad de mejora. Diversas áreas claves no han sido atendidas y ello provoca bajos niveles de compromiso y, por lógica, baja productividad en la misión.

5. Variados problemas empresariales como deserción de empleados, baja productividad, ausentismo, bajos niveles de calidad de la producción, etc., han sido atendidos y resueltos a través de la gestión del compromiso-identidad. Esto puede aplicar para la iglesia adventista; la deserción, bajos índices de participación misionera, baja productividad, etc., también pueden ser atendidos y resueltos a través de la gestión del compromiso-identidad.

Recomendaciones

Considerando lo resultados de la investigación y las inquietudes surgidas en el transcurso de la misma, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Que en los niveles administrativos de la iglesia adventista, al momento de la planeación, se incluya un evidente y clarificado plan de gestión del compromiso-identidad del obrero. Obreros comprometidos e identificados con la iglesia y su misión avanzarán decidida y atentamente en busca de conseguir el objetivo: Hacer discípulos en todas las naciones.

2. Que la administración adopte, y adapte en lo necesario, el plan de gestión o robustecimiento del compromiso-identidad que reciba de los niveles superiores, de tal manera

que llegue hasta el pastor distrital para ser parte de su labor ministerial. Un pastor distrital comprometido-identificado, que sigue un plan de crecimiento basado en la gestión de la identidad adventista y el consecuente compromiso con la misión, beneficiará a la iglesia.

3. Que cada campo local (asociación y/o misión), habiendo adoptado y adaptado el plan de gestión del compromiso-identidad, lo incluya en el plan de trabajo anual que se prepara para la iglesia. Que se le dé seguimiento, se evalúe periódicamente como parte de la evaluación integral del ministro adventista. Las iglesias comprometidas e identificadas con la misión serán más fieles, leales, productivas y menos problemáticas.

4. Que cada departamento y responsable local programe sus actividades y eventos en procura no solo del desarrollo espiritual, sino también del robustecimiento de la identidad adventista y el compromiso misionero. Planes espirituales que gestionan identidad y compromiso resultarán en crecimiento integral (en calidad y cantidad) de la iglesia.

5. Que cada pastor distrital, con su plan anual que incluye la gestión del compromiso-identidad, procure influir en el liderazgo local, para que juntos construyan un equipo que fortalezca a la iglesia y la guíe a la consecución de los objetivos. Una iglesia comprometida, identificada con la misión y fe adventista, con líderes que señalan con claridad el camino correcto, será una iglesia de éxito.

6. Considerando la importancia de la misión de la iglesia y reconociendo lo trascendente del compromiso y la identidad en la productividad, se recomienda que en proyectos futuros se hagan tres estudios: (a) el potencial de las doctrinas fundamentales de la iglesia para generar compromiso e identidad, (b) se elabore una serie de estudios bíblico-doctrinales generadores de espiritualidad, identidad adventista y compromiso misionero. Será la aplicación práctica y ejecución de la gestión del compromiso-identidad; y (c) una

investigación que analice cuáles son los elementos predictores del 75 por ciento de compromiso e identidad que este estudio detectó como faltante para un compromiso e identidad total con la iglesia. Será un éxito conocer qué elementos, actuando en sinergia, podrán gestar en la feligresía adventista un compromiso e identidad al 100 por ciento del servicio a Jesucristo.

7. En base a los resultados, se recomiendan tres acciones que darán sentido a los objetivos de este estudio: (a) extender un reconocimiento a la feligresía, de parte de la administración local que fue sede de este estudio, por su decisión expresada en la encuesta de colaborar y/o seguir colaborando en las actividades misioneras que preparan un pueblo para el encuentro con Jesucristo; (b) siendo que el involucramiento de la feligresía en la planeación genera compromiso pero es una de las debilidades detectadas en este estudio, se recomienda que se atienda esta necesidad para beneficio de la iglesia y su misión; y (c) que se atienda el área de las relaciones positivas entre pastores y miembros, la cual fue otra de las necesidades detectadas en este estudio.

APÉNDICE A
LA ENCUESTA

ENCUESTA "PROCREAD"

Apreciado hermano en la fe adventista: Las siguientes preguntas conforman una encuesta que procura documentar el grado de compromiso que pueden alcanzar los feligreses en el cumplimiento de la misión de Cristo. Gracias por responderla lo más sinceramente posible. Desco que su aportación haga crecer la bendita iglesia de Jesús: La nuestra

INSTRUCCIONES: **No** escriba su nombre; solo escriba su EDAD, GÉNERO, GRADO DE ESTUDIOS y tiempo de ser ASD. Enseguida, coloque una señal (✓) en la opción que mejor responda a cada declaración.

EDAD _____ GÉNERO (M/F) _____ TIEMPO DE ASD _____ GRADO DE ESTUDIOS _____

PRIMERA SECCIÓN:

1. Conozco claramente la misión, el porqué, y el para qué de la IASD
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
2. Considero haber recibido la capacitación para cumplir la tarea de discipular
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
3. Cada día, y durante el día, me propongo hacer lo mejor para Jesús doquiera me encuentre
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
4. Mi(s) líder(es) me apoyan y reconocen constantemente en mi esfuerzo evangelístico
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
5. Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
6. Al organizarnos para cumplir la tarea de discipular, me han escuchado y agradecido mis opiniones
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
7. Me han enseñado que, aunque humilde, mi aportación tiene resultados eternos para gloria de Dios
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
8. He encontrado mis mejores y verdaderos amigos en esta iglesia
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
9. Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
10. Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
11. Percibo mi desarrollo espiritual personal al realizar la obra de evangelización
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

SEGUNDA SECCIÓN:

12. Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
13. La misión que ahora tengo para mi vida está reflejada en la misión de la iglesia ASD: Hacer discípulos de Cristo
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()
14. Deseo dar lo mejor de mí, aún más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular
En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

15. Con felicidad asisto a una reunión adventista donde se festeje y se informe sobre el avance de la misión

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

16. Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

17. Me considero un fiel adventista pero me ha sido difícil encontrar tiempo para invertir en la obra misionera

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

18. Sé que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

19. He aceptado como mías las doctrinas ASD

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

20. Anheo encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

21. Aunque noto ciertas deficiencias en el cumplimiento de la misión, yo sigo adelante y confío que nuestros líderes lo resolverán en el momento apropiado

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

TERCERA SECCIÓN:

22. Cada día, y donde yo esté, procuro compartir mi esperanza en Cristo con la gente que me rodea

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

23. Cada semana procuro alcanzar, por lo menos, TRES contactos misioneros, o TRES estudios bíblicos

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

24. Cada trimestre colaboro activamente en, por lo menos, UNA campaña de barrio

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

25. En el transcurso del año eclesiástico, me gozo colaborando activamente en por lo menos DOS campañas evangelísticas en mi congregación, o en la ciudad donde vivo

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

26. En mi iglesia, tomo parte activa en la obra de hacer discípulos de Cristo entre los nuevos feligreses

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

27. Si me invitan, o me invitaran para un cargo, procuraré servir al Señor muy activamente

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

28. Creo firmemente que Cristo viene pronto y por eso me preparo, y procuro preparar a otros

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

29. Anheo formar parte de un grupo misionero comprometido en hacer evangelismo cerca y lejos

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

30. No me importaría invertir o gastar dinero propio si sé que eso colabora con la misión de Cristo

En desacuerdo () Casi en desacuerdo () En duda () Casi de acuerdo () De acuerdo ()

!!!Gracias!!!

Sus respuestas son bienvenidas, apreciadas, y colaboran en un plan de crecimiento de la IASD.
¡Dios le bendiga!

APÉNDICE B

TABLAS Y FIGURAS DE LOS
RESULTADOS

Tabla 1-A

Conozco claramente la misión, el por qué, y el para qué de la IASD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	2	1,6	1,7	1,7
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	2,5
	EN DUDA	8	6,3	6,6	9,1
	CASI DE ACUERDO	15	11,9	12,4	21,5
	DE ACUERDO	95	75,4	78,5	100,0
	Total	121	96,0	100,0	
Perdidos	Sistema	5	4,0		
Total		126	100,0		

Tabla 1-B

Considero haber recibido la capacitación para cumplir la tarea de discipular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	6	4,8	4,9	4,9
	CASI EN DESACUERDO	4	3,2	3,3	8,2
	EN DUDA	9	7,1	7,4	15,6
	CASI DE ACUERDO	37	29,4	30,3	45,9
	DE ACUERDO	66	52,4	54,1	100,0
	Total	122	96,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,2		
Total		126	100,0		

Tabla 1-C

Cada día, y durante el día, me propongo hacer lo mejor para Jesús doquiera me encuentre

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DUDA	3	2,4	2,4	2,4
	CASI DE ACUERDO	18	14,3	14,5	16,9
	DE ACUERDO	103	81,7	83,1	100,0
	Total	124	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,6		
Total		126	100,0		

Tabla 1-D

Mi(s) lider(es) me apoyan y reconocen constantemente en mi esfuerzo evangelístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	13	10,3	11,2	11,2
	CASI EN DESACUERDO	6	4,8	5,2	16,4
	EN DUDA	15	11,9	12,9	29,3
	CASI DE ACUERDO	40	31,7	34,5	63,8
	DE ACUERDO	42	33,3	36,2	100,0
	Total	116	92,1	100,0	
Perdidos	Sistema	10	7,9		
Total		126	100,0		

Tabla 1-E

Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	21	16,7	17,2	17,2
	CASI EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	18,9
	EN DUDA	16	12,7	13,1	32,0
	CASI DE ACUERDO	33	26,2	27,0	59,0
	DE ACUERDO	50	39,7	41,0	100,0
	Total	122	96,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,2		
Total		126	100,0		

Tabla 1-F

Al organizarnos para cumplir la tarea de discipular, me han escuchado y agradecido mis opiniones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	11	8,7	9,4	9,4
	CASI EN DESACUERDO	5	4,0	4,3	13,7
	EN DUDA	10	7,9	8,5	22,2
	CASI DE ACUERDO	33	26,2	28,2	50,4
	DE ACUERDO	58	46,0	49,6	100,0
	Total	117	92,9	100,0	
Perdidos	Sistema	9	7,1		
Total		126	100,0		

Tabla 1-G

Me han enseñado que, aunque humilde, mi aportación tiene resultados eternos para gloria de Dios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	8	6,3	6,6	6,6
	EN DUDA	3	2,4	2,5	9,0
	CASI DE ACUERDO	12	9,5	9,8	18,9
	DE ACUERDO	99	78,6	81,1	100,0
	Total	122	96,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,2		
Total		126	100,0		

Tabla 1-H

He encontrado mis mejores y verdaderos amigos en esta iglesia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	6	4,8	4,8	4,8
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	5,6
	EN DUDA	8	6,3	6,5	12,1
	CASI DE ACUERDO	24	19,0	19,4	31,5
	DE ACUERDO	85	67,5	68,5	100,0
Total		124	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,6		
Total		126	100,0		

Tabla 1-I

Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	26	20,6	23,0	23,0
	CASI EN DESACUERDO	5	4,0	4,4	27,4
	EN DUDA	12	9,5	10,6	38,1
	CASI DE ACUERDO	43	34,1	38,1	76,1
	DE ACUERDO	27	21,4	23,9	100,0
Total		113	89,7	100,0	
Perdidos	Sistema	13	10,3		
Total		126	100,0		

Tabla 1-J

Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	16	12,7	13,9	13,9
	CASI EN DESACUERDO	7	5,6	6,1	20,0
	EN DUDA	13	10,3	11,3	31,3
	CASI DE ACUERDO	32	25,4	27,8	59,1
	DE ACUERDO	47	37,3	40,9	100,0
	Total	115	91,3	100,0	
Perdidos	Sistema	11	8,7		
Total		126	100,0		

Tabla 1-K

Percibo mi desarrollo espiritual personal al realizar la obra de evangelización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	3	2,4	2,5	2,5
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	3,3
	EN DUDA	5	4,0	4,1	7,4
	CASI DE ACUERDO	17	13,5	14,0	21,5
	DE ACUERDO	95	75,4	78,5	100,0
	Total	121	96,0	100,0	
Perdidos	Sistema	5	4,0		
Total		126	100,0		

Tabla 2-A

Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	EN DUDA	1	,8	,8	1,6
	DE ACUERDO	124	98,4	98,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Tabla 2-B

La misión que ahora tengo para mi vida está reflejada en la misión de la Iglesia ASD: Hacer Discípulos de Cristo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	1,6
	EN DUDA	2	1,6	1,6	3,3
	CASI DE ACUERDO	11	8,7	9,0	12,3
	DE ACUERDO	107	84,9	87,7	100,0
	Total	122	96,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,2		
Total		126	100,0		

Tabla 2-C

Deseo dar lo mejor de mí, aún más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	1,6
	CASI DE ACUERDO	15	11,9	12,2	13,8
	DE ACUERDO	106	84,1	86,2	100,0
	Total	123	97,6	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,4		
Total		126	100,0		

Tabla 2-D

Con felicidad asisto a una reunión adventista donde se festeje y se informe sobre el avance de la misión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	CASI EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	2,4
	EN DUDA	2	1,6	1,6	4,0
	CASI DE ACUERDO	9	7,1	7,2	11,2
	DE ACUERDO	111	88,1	88,8	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Tabla 2-E

Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	113	89,7	91,9	91,9
	CASI EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	93,5
	EN DUDA	7	5,6	5,7	99,2
	CASI DE ACUERDO	1	,8	,8	100,0
	Total	123	97,6	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,4		
Total		126	100,0		

Tabla 2-F

Me considero un fiel adventista pero me ha sido difícil encontrar tiempo para invertir en la obra misionera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	43	34,1	37,7	37,7
	CASI EN DESACUERDO	4	3,2	3,5	41,2
	EN DUDA	15	11,9	13,2	54,4
	CASI DE ACUERDO	25	19,8	21,9	76,3
	DE ACUERDO	27	21,4	23,7	100,0
Total		114	90,5	100,0	
Perdidos	Sistema	12	9,5		
Total		126	100,0		

Tabla 2-G

Sé que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	1,6
	EN DUDA	2	1,6	1,6	3,2
	CASI DE ACUERDO	2	1,6	1,6	4,8
	DE ACUERDO	120	95,2	95,2	100,0
Total		126	100,0	100,0	

Tabla 2-H

He aceptado como mías las doctrinas ASD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DUDA	1	,8	,8	,8
	CASI DE ACUERDO	3	2,4	2,5	3,3
	DE ACUERDO	116	92,1	96,7	100,0
	Total	120	95,2	100,0	
Perdidos	Sistema	6	4,8		
Total		126	100,0		

Tabla 2-I

Anhelo encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	113	89,7	92,6	92,6
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	93,4
	EN DUDA	4	3,2	3,3	96,7
	CASI DE ACUERDO	1	,8	,8	97,5
	DE ACUERDO	3	2,4	2,5	100,0
	Total	122	96,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	3,2		
Total		126	100,0		

Tabla 2-J

Aunque noto ciertas deficiencias en el cumplimiento de la misión, yo sigo adelante y confío que nuestros líderes lo resolverán en el momento apropiado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	11	8,7	8,8	8,8
	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	9,6
	EN DUDA	5	4,0	4,0	13,6
	CASI DE ACUERDO	12	9,5	9,6	23,2
	DE ACUERDO	96	76,2	76,8	100,0
Total		125	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Tabla 3-A

Cada día, y donde yo esté, procuro compartir mi esperanza en Cristo con la gente que me rodea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	EN DUDA	2	1,6	1,6	2,4
	CASI DE ACUERDO	25	19,8	20,0	22,4
	DE ACUERDO	97	77,0	77,6	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Tabla 3-B

Cada semana procuro alcanzar, por lo menos, TRES contactos misioneros, o TRES estudios bíblicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	5	4,0	4,2	4,2
	CASI EN DESACUERDO	6	4,8	5,0	9,2
	EN DUDA	17	13,5	14,2	23,3
	CASI DE ACUERDO	40	31,7	33,3	56,7
	DE ACUERDO	52	41,3	43,3	100,0
	Total	120	95,2	100,0	
Perdidos	Sistema	6	4,8		
Total		126	100,0		

Tabla 3-C

Cada trimestre colaboro activamente en, por lo menos, UNA campaña de barrio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	11	8,7	9,6	9,6
	CASI EN DESACUERDO	3	2,4	2,6	12,3
	EN DUDA	10	7,9	8,8	21,1
	CASI DE ACUERDO	28	22,2	24,6	45,6
	DE ACUERDO	62	49,2	54,4	100,0
	Total	114	90,5	100,0	
Perdidos	Sistema	12	9,5		
Total		126	100,0		

Tabla 3-D

En el transcurso del año eclesiástico, me gozo colaborando activamente en por lo menos DOS campañas evangelísticas en mi congregación, o en la ciudad donde vivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	8	6,3	7,1	7,1
	CASI EN DESACUERDO	2	1,6	1,8	8,8
	EN DUDA	13	10,3	11,5	20,4
	CASI DE ACUERDO	12	9,5	10,6	31,0
	DE ACUERDO	78	61,9	69,0	100,0
	Total	113	89,7	100,0	
Perdidos	Sistema	13	10,3		
Total		126	100,0		

Tabla 3-E

En mi iglesia, tomo parte activa en la obra de hacer discípulos de Cristo entre los nuevos feligreses

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	8	6,3	6,8	6,8
	CASI EN DESACUERDO	4	3,2	3,4	10,2
	EN DUDA	12	9,5	10,2	20,3
	CASI DE ACUERDO	22	17,5	18,6	39,0
	DE ACUERDO	72	57,1	61,0	100,0
	Total	118	93,7	100,0	
Perdidos	Sistema	8	6,3		
Total		126	100,0		

Tabla 3-F

Si me invitan, o me invitaran para un cargo, procuraré servir al Señor muy activamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	EN DUDA	3	2,4	2,4	3,2
	CASI DE ACUERDO	8	6,3	6,5	9,7
	DE ACUERDO	112	88,9	90,3	100,0
	Total	124	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,6		
Total		126	100,0		

Tabla 3-G

Creo firmemente que Cristo viene pronto y por eso me preparo, y procuro preparar a otros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	1	,8	,8	,8
	EN DUDA	1	,8	,8	1,6
	CASI DE ACUERDO	7	5,6	5,6	7,3
	DE ACUERDO	115	91,3	92,7	100,0
	Total	124	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,6		
Total		126	100,0		

Tabla 3-H

Anhelo formar parte de un grupo misionero comprometido en hacer evangelismo cerca y lejos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	1,6
	CASI EN DESACUERDO	5	4,0	4,0	5,6
	EN DUDA	5	4,0	4,0	9,7
	CASI DE ACUERDO	18	14,3	14,5	24,2
	DE ACUERDO	94	74,6	75,8	100,0
	Total	124	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,6		
Total		126	100,0		

Tabla 3-I

No me importaría invertir o gastar dinero propio si sé que eso colabora con la misión de Cristo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	2	1,6	1,6	1,6
	EN DUDA	2	1,6	1,6	3,2
	CASI DE ACUERDO	13	10,3	10,3	13,5
	DE ACUERDO	109	86,5	86,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

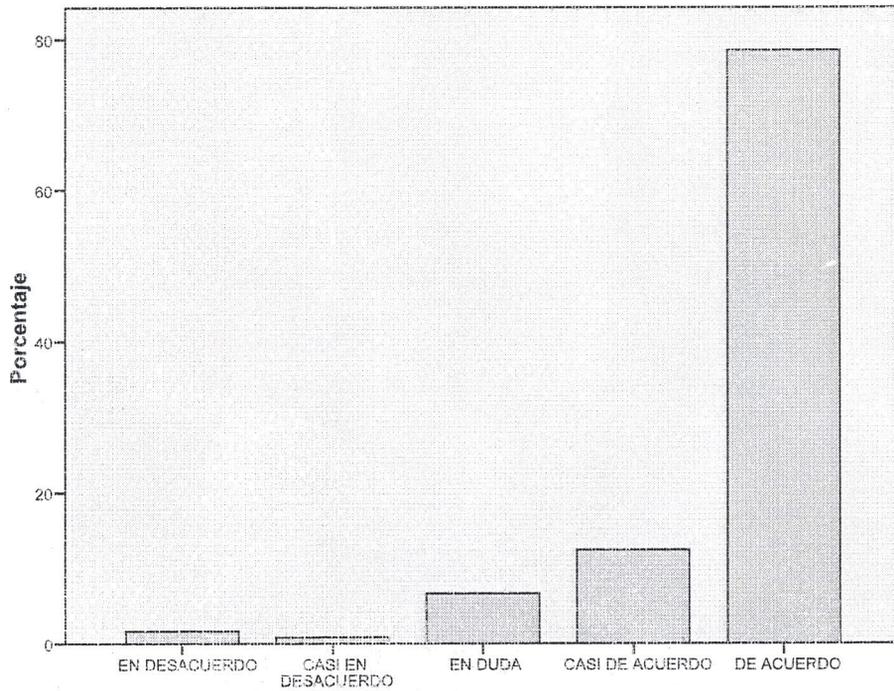


FIGURA 1. Ítem 1: Conozco claramente la misión, el porqué y el para qué de la iglesia ASD

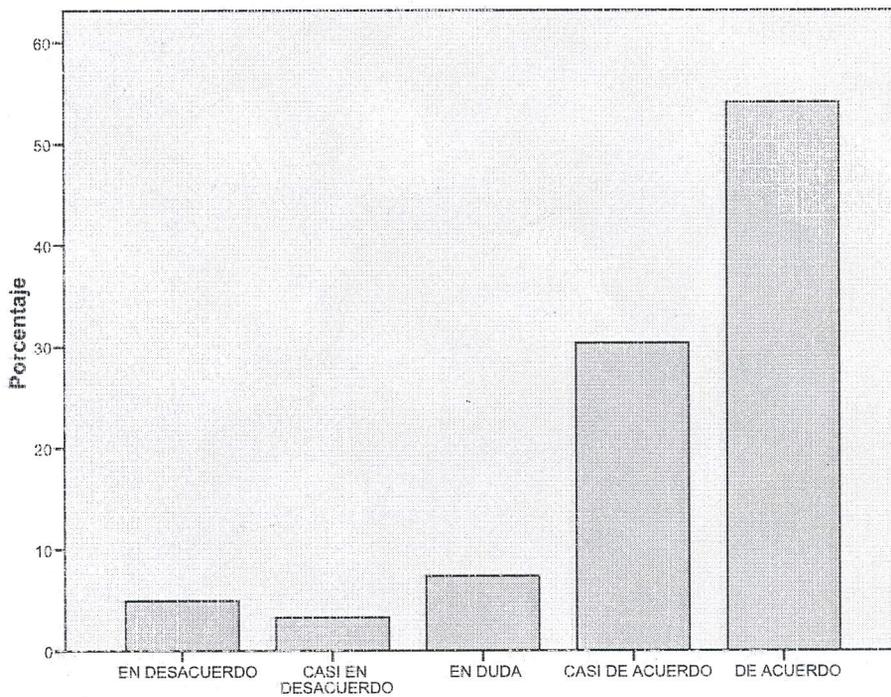


FIGURA 2. Ítem 2: Considero haber recibido la capacitación para cumplir la tarea de discipular

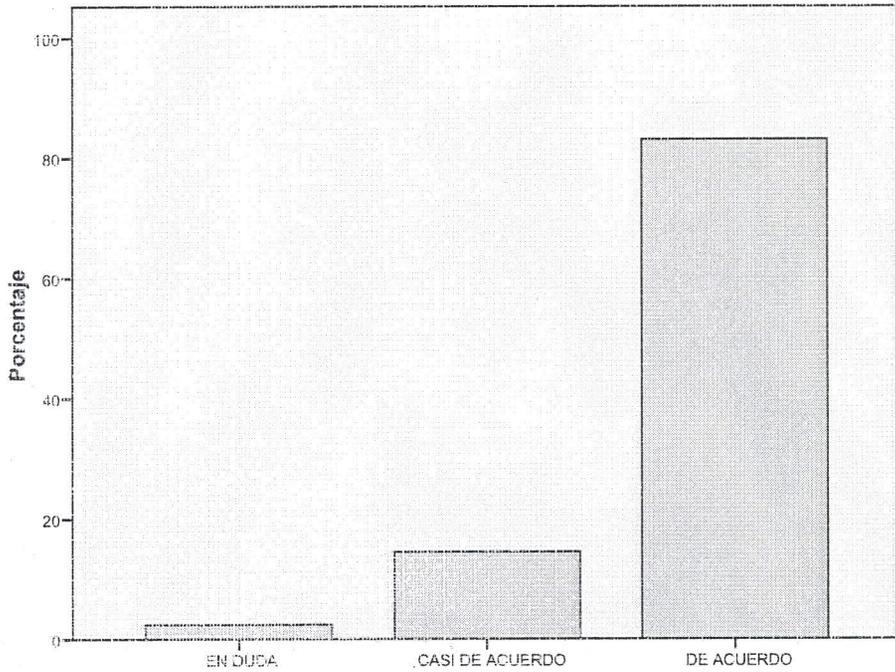


FIGURA 3. Ítem 3: Cada día, y durante el día, me propongo hacer lo mejor para Jesús doquiera me encuentre

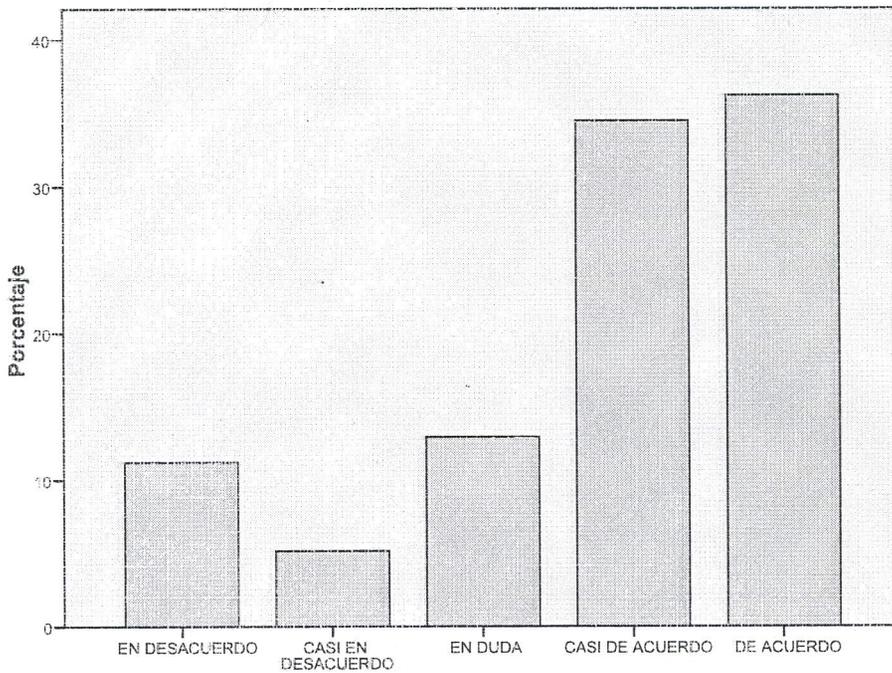


FIGURA 4. Ítem 4: Mi(s) líder(es) me apoyan y reconocen constantemente mi esfuerzo evangelístico

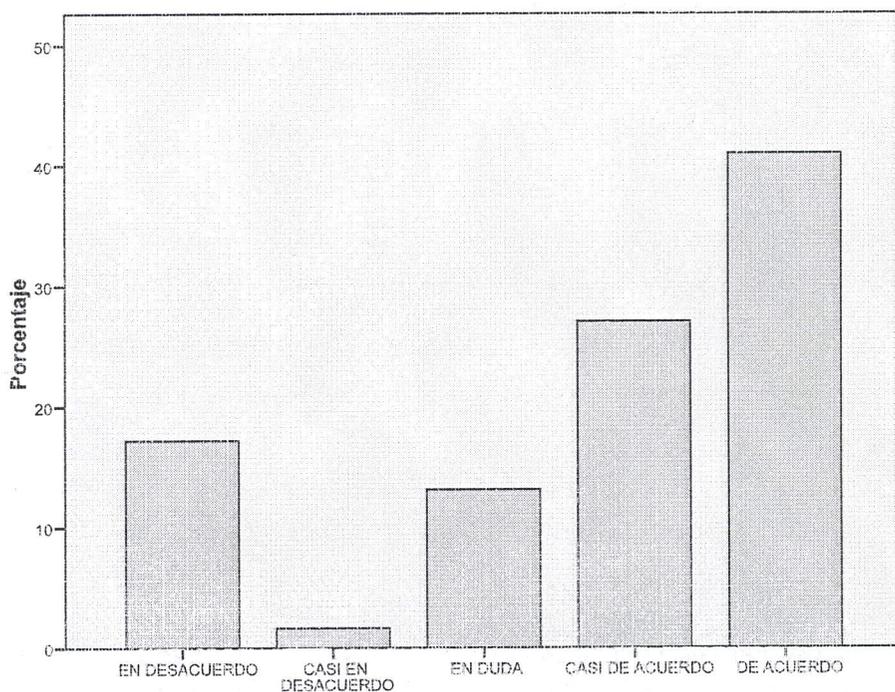


FIGURA 5. Ítem 5: Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo

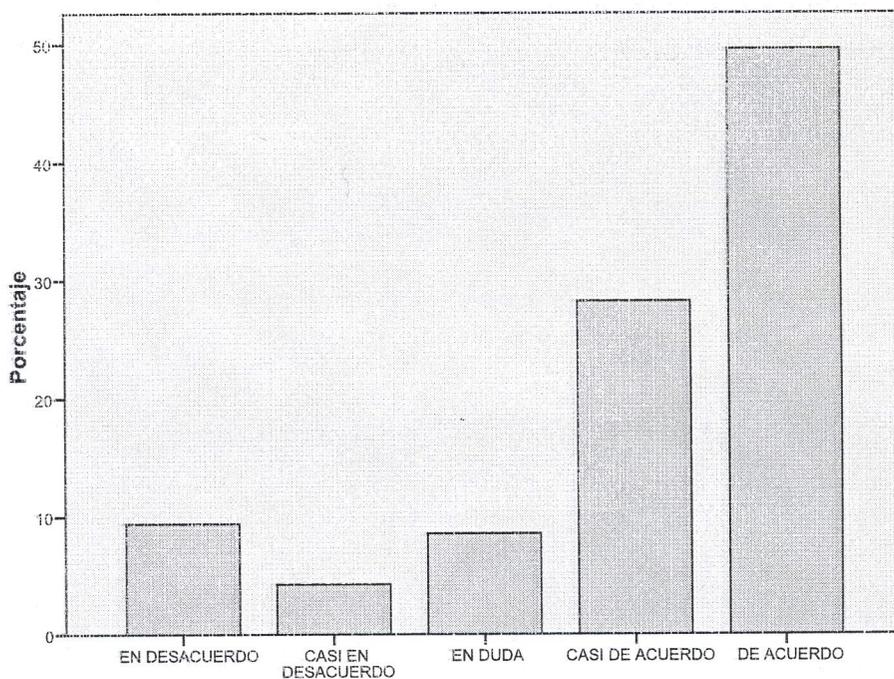


FIGURA 6. Ítem 6: Al organizarnos para cumplir la tarea de discipular, me han escuchado y agradecido mis opiniones

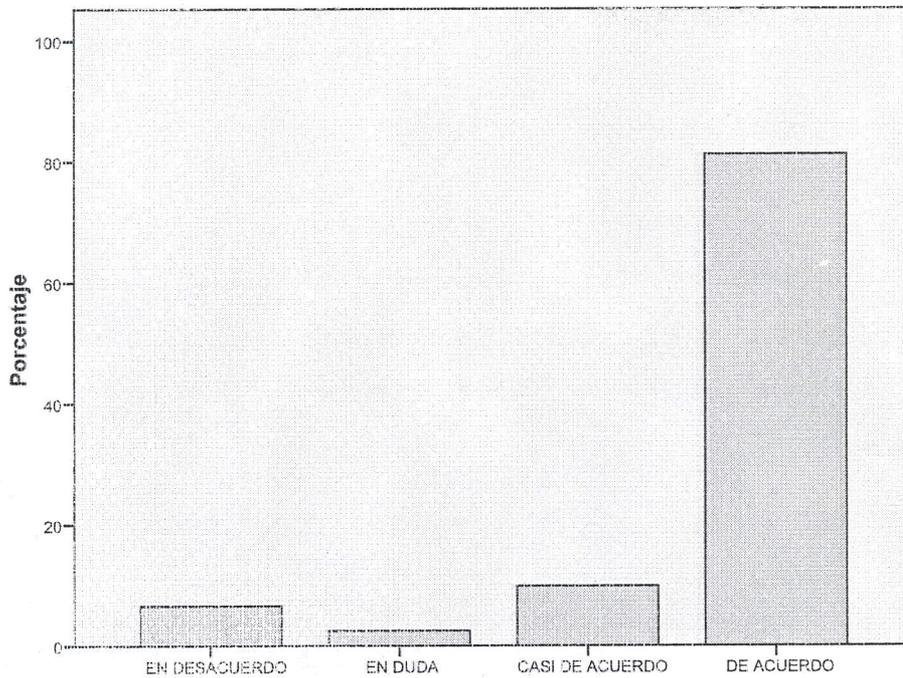


FIGURA 7. Ítem 7: Me han enseñado que, aunque humilde, mi aportación tiene resultados eternos para gloria de Dios

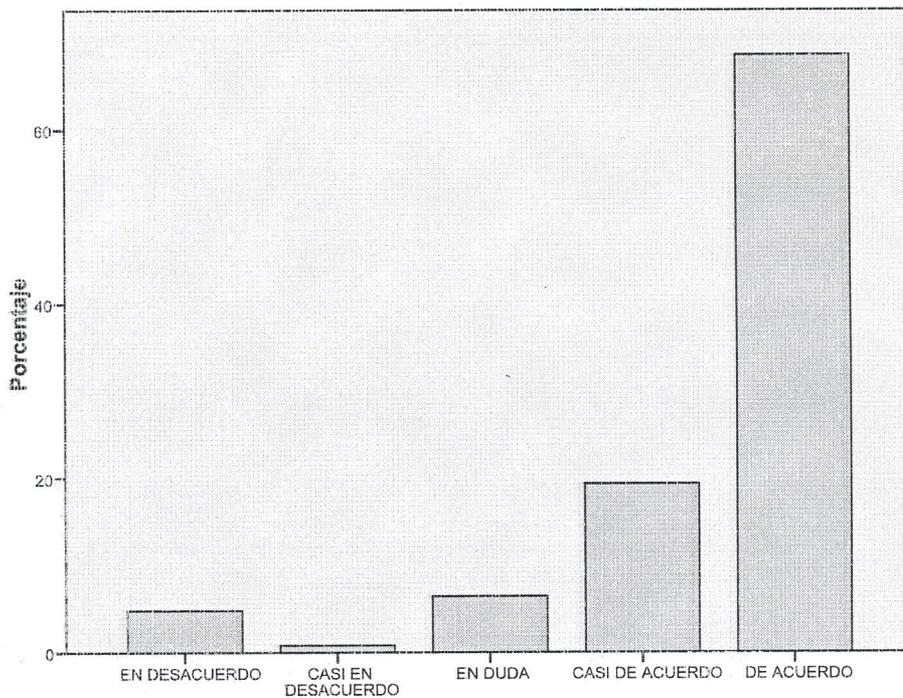


FIGURA 8. Ítem 8: He encontrado mis mejores y verdaderos amigos en esta iglesia

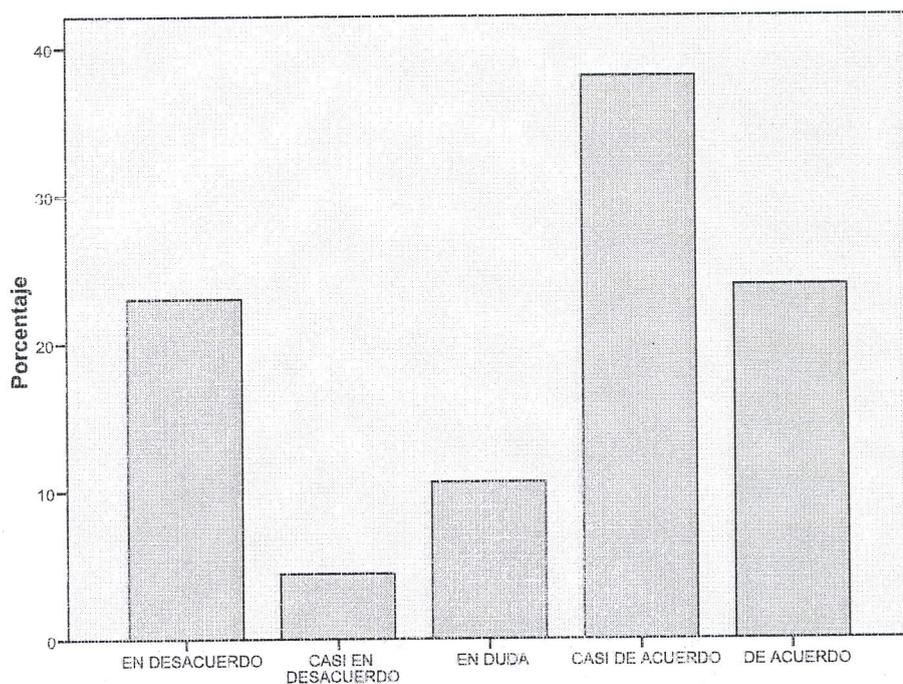


FIGURA 9. Ítem 9: Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar

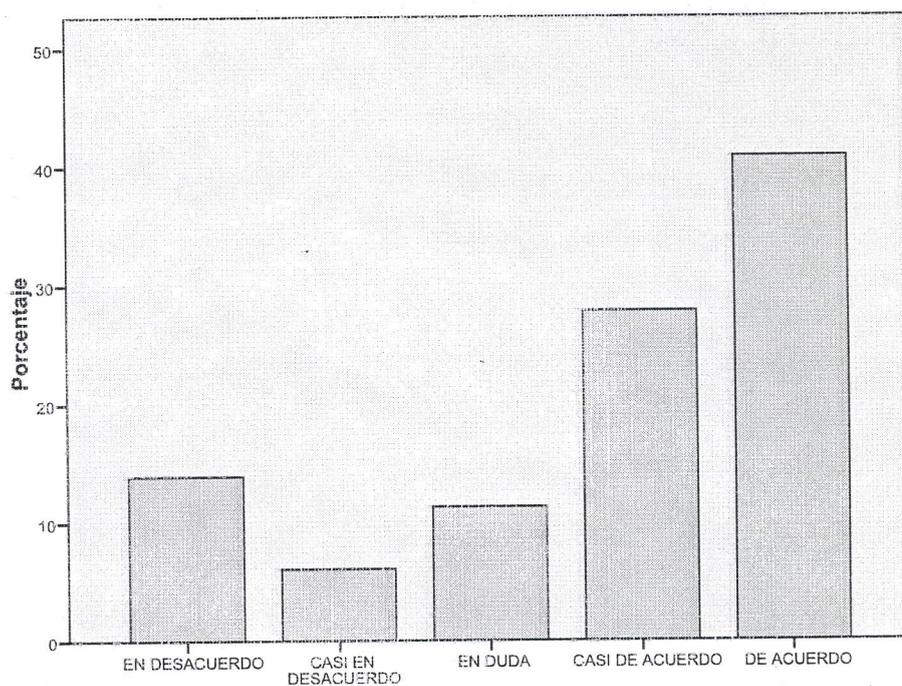


FIGURA 10. Ítem 10: Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder

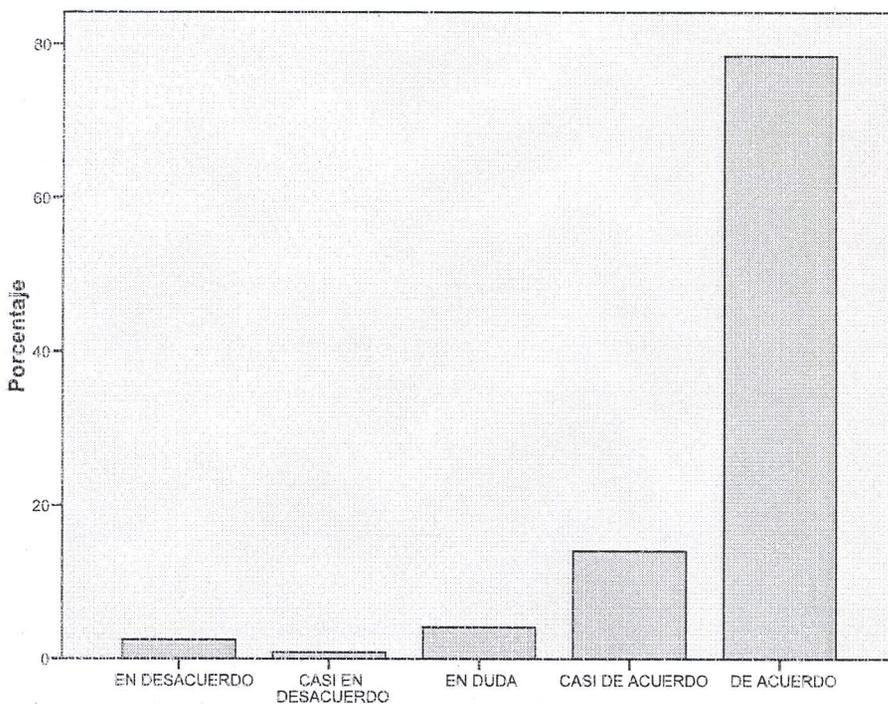


FIGURA 11. Ítem 11: Percibo mi desarrollo espiritual personal al realizar la obra de evangelización

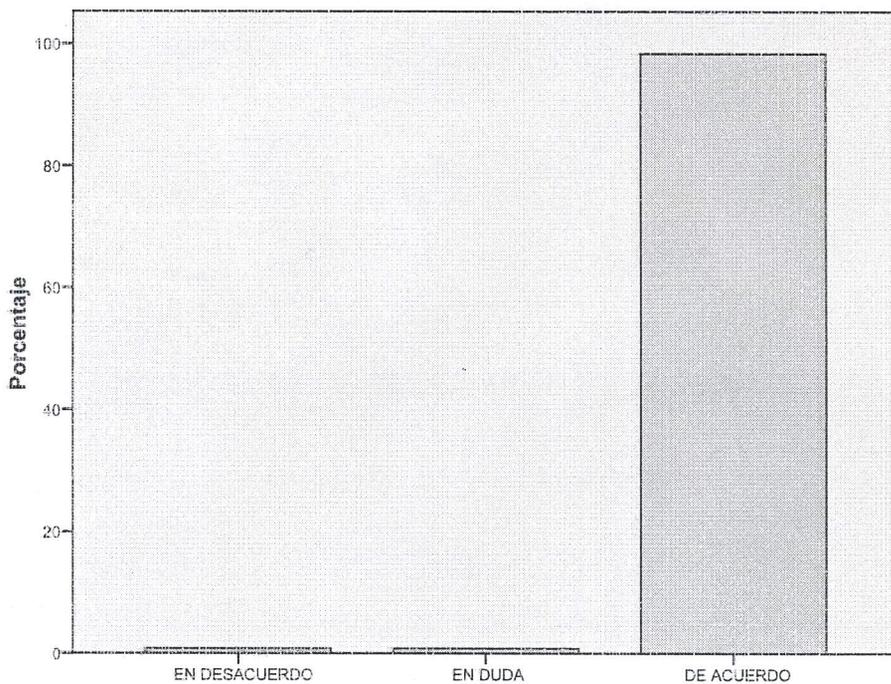


FIGURA 12. Ítem 12: Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios

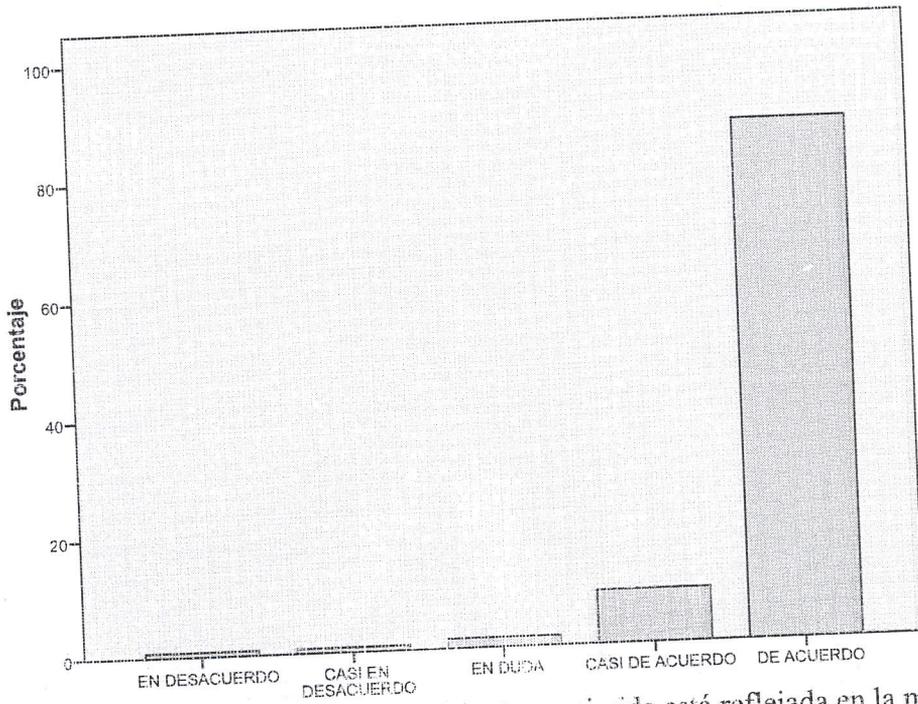


FIGURA 13. Ítem 13: La misión que ahora tengo para mi vida está reflejada en la misión de la iglesia ASD: Hacer discípulos de Cristo

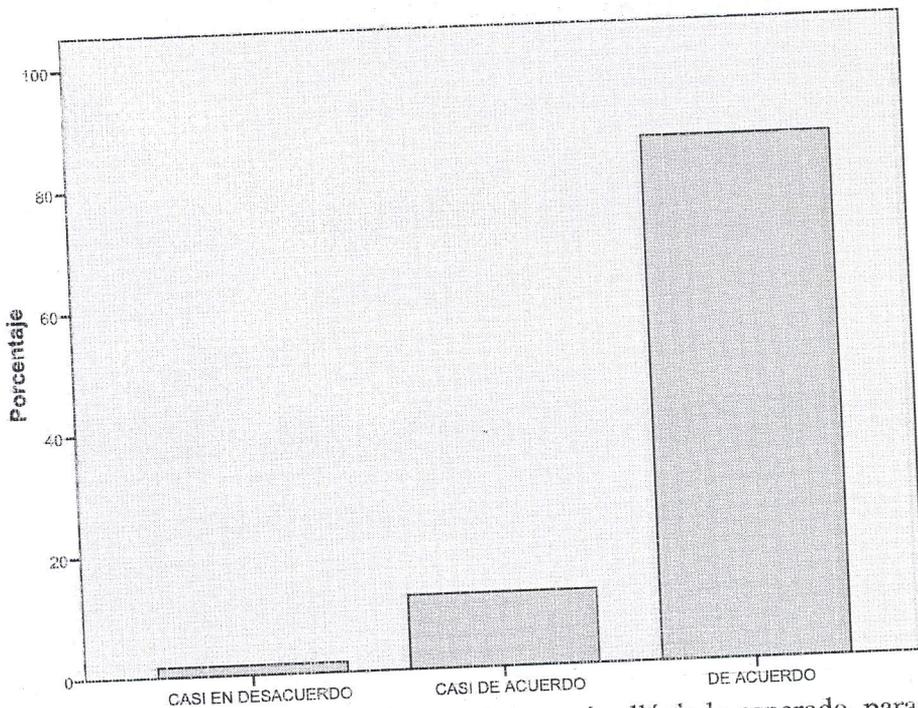


FIGURA 14. Ítem 14: Deseo dar lo mejor de mí, aun más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular

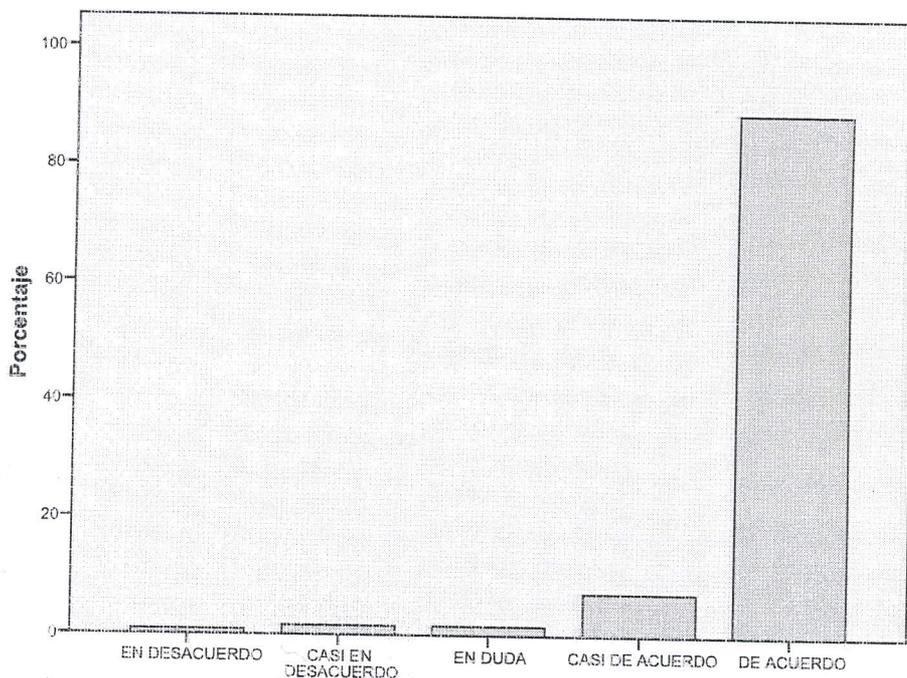


FIGURA 15. Ítem 15: Con felicidad asisto a una reunión donde se festeje y se informe sobre el avance de la misión

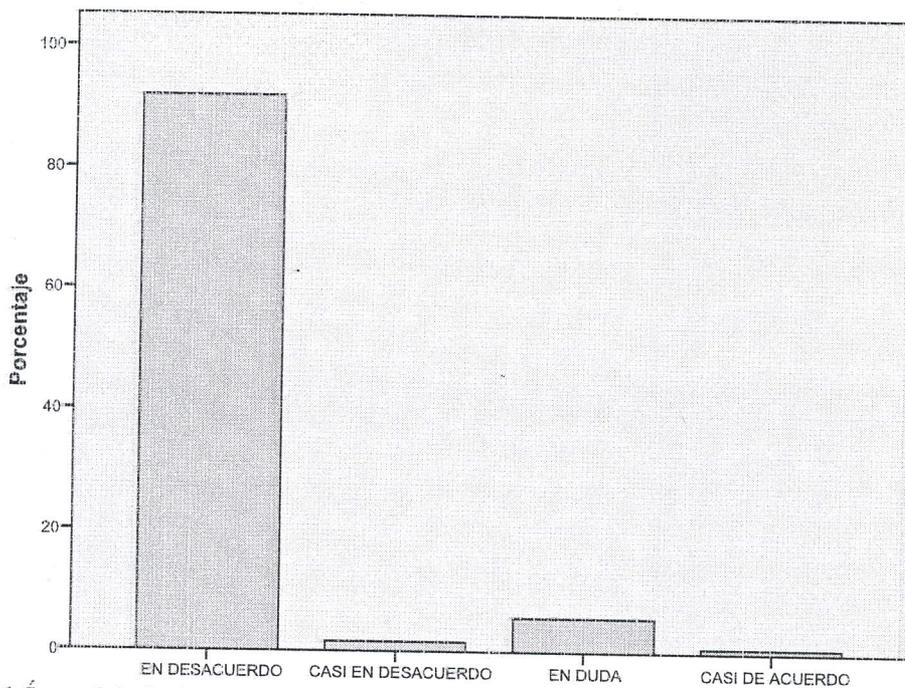


FIGURA 16. Ítem 16: Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión

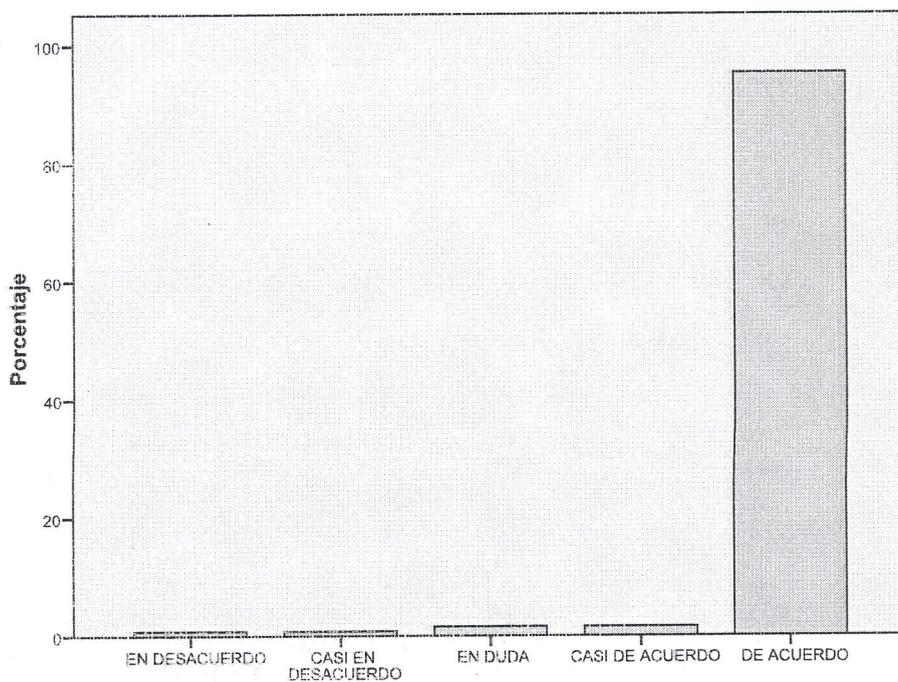


FIGURA 18. Ítem 18: Sé que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo

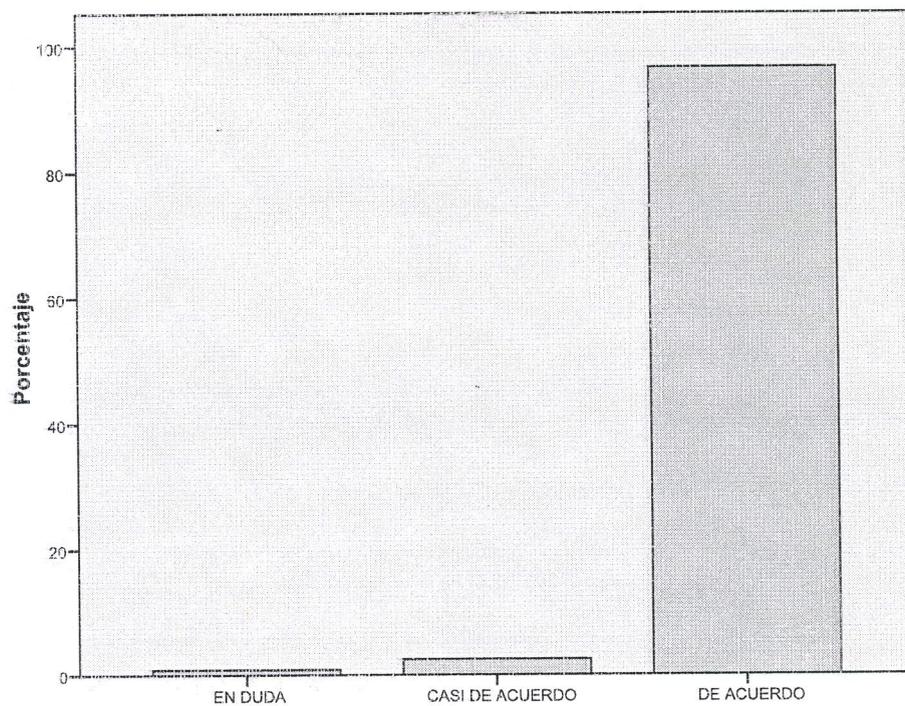


FIGURA 19. Ítem 19: He aceptado como mías las doctrinas ASD

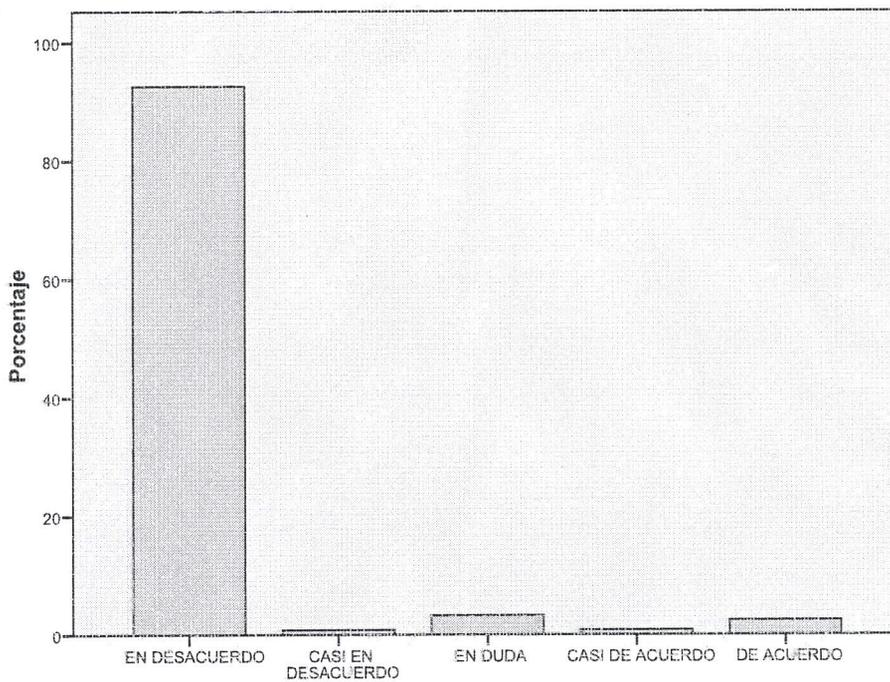


FIGURA 20. Ítem 20: Anhele encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo

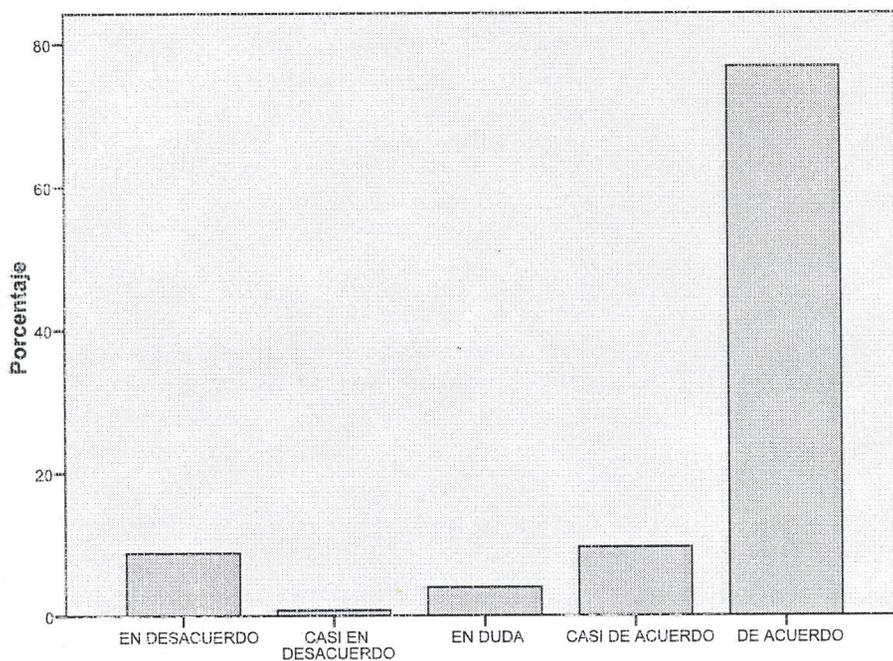


FIGURA 21. Ítem 21: Aunque noto ciertas deficiencias en el cumplimiento de la misión, yo sigo adelante y confío que nuestros líderes lo resolverán en el momento apropiado

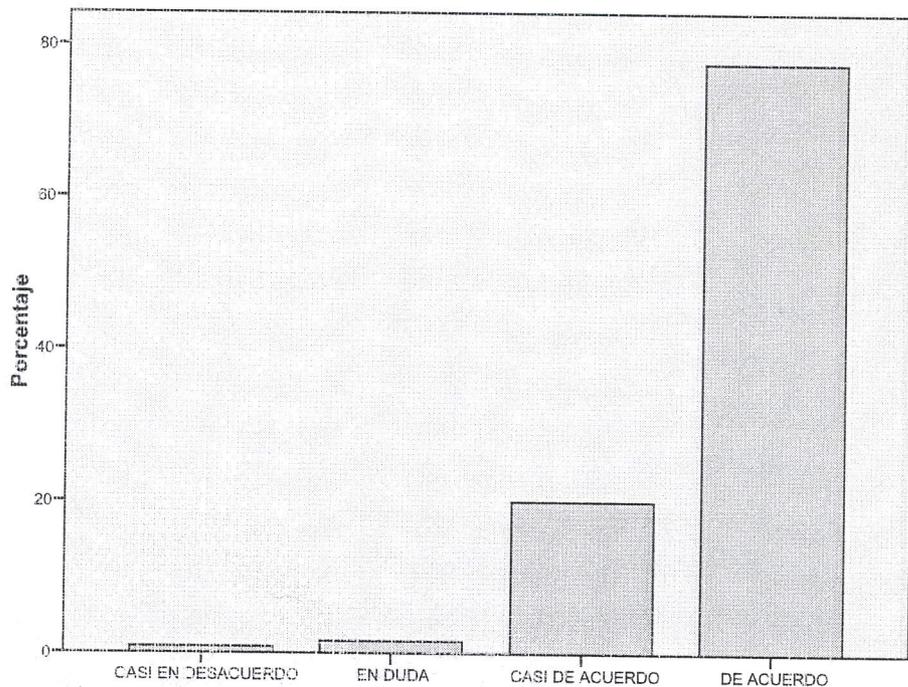


FIGURA 22. Ítem 22: Cada día, y donde esté, procuro compartir mi esperanza en Cristo con la gente que me rodea

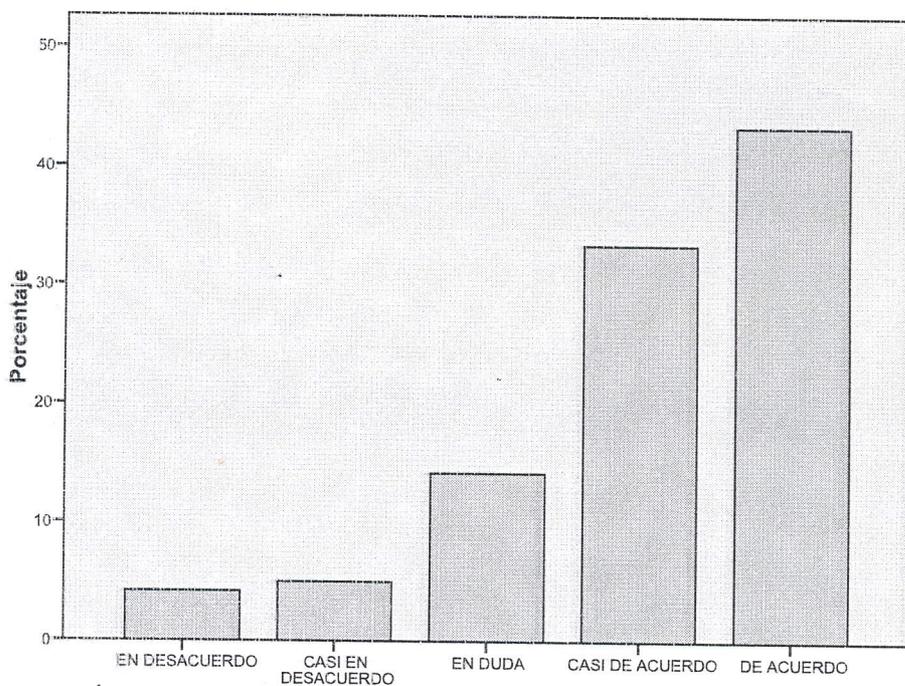


FIGURA 23. Ítem 23: Cada semana procuro alcanzar, por lo menos, TRES contactos misioneros, o TRES estudios bíblicos

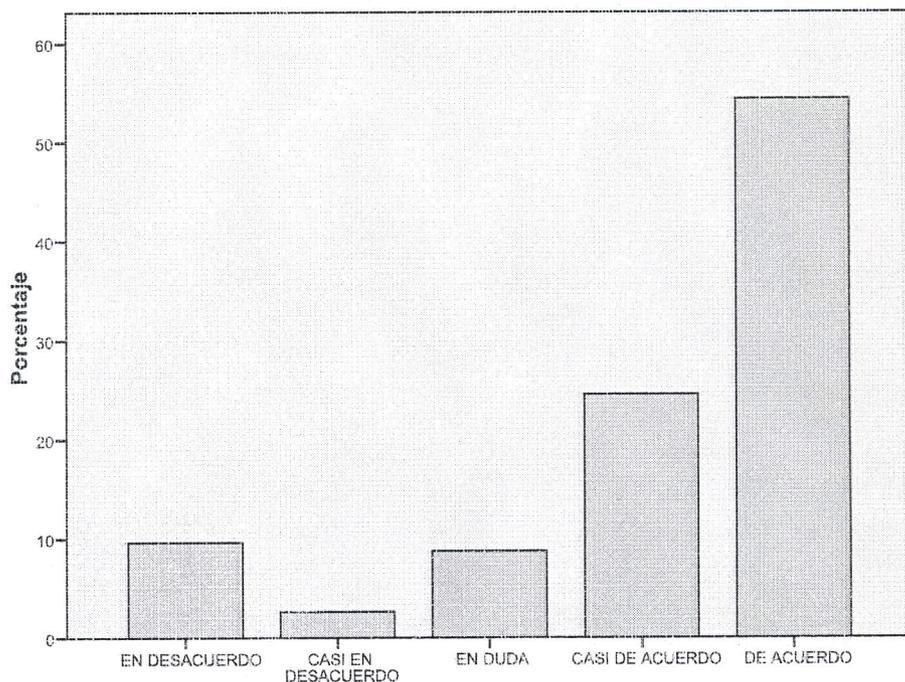


FIGURA 24. Ítem 24: Cada trimestre colaboro activamente en, por o menos, UNA campaña de barrio

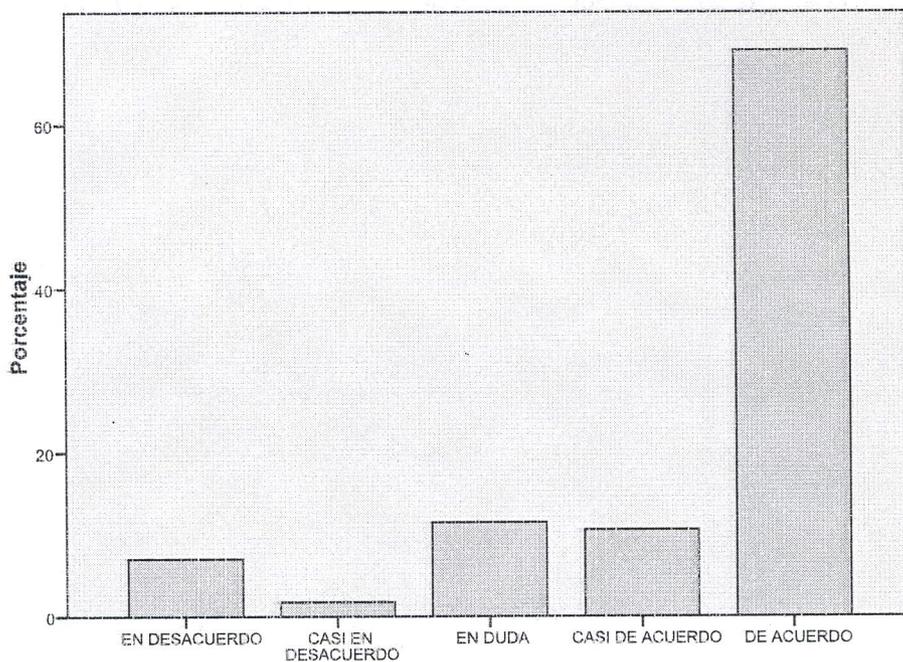


FIGURA 25. Ítem 25: En el transcurso del año eclesiástico, me gozo colaborando activamente en por lo menos DOS campañas evangelísticas en mi congregación, o en la ciudad donde vivo

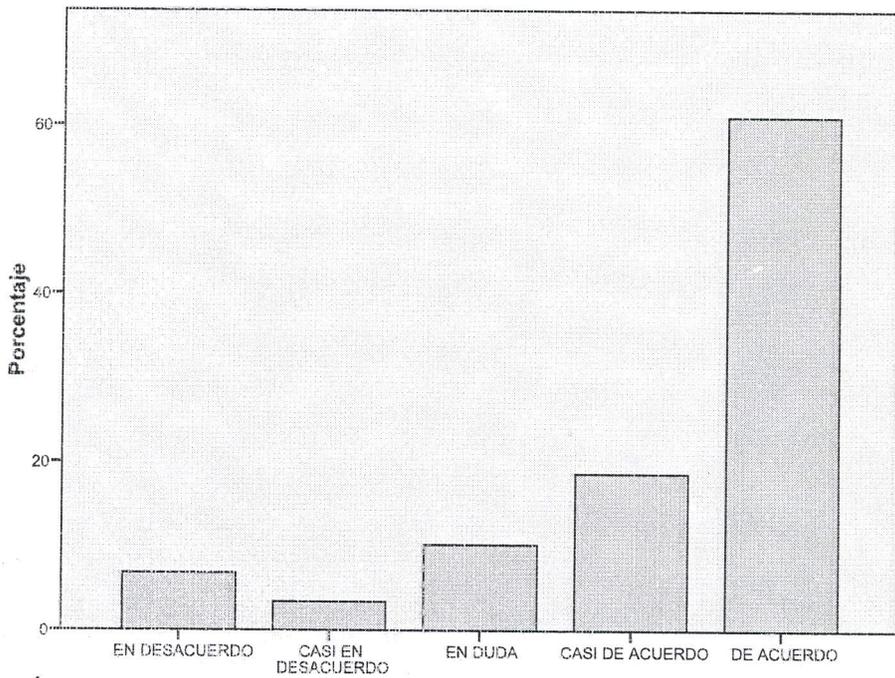


FIGURA 26. Ítem 26: En mi iglesia, tomo parte activa en la obra de hacer discípulos de Cristo entre los nuevos feligreses

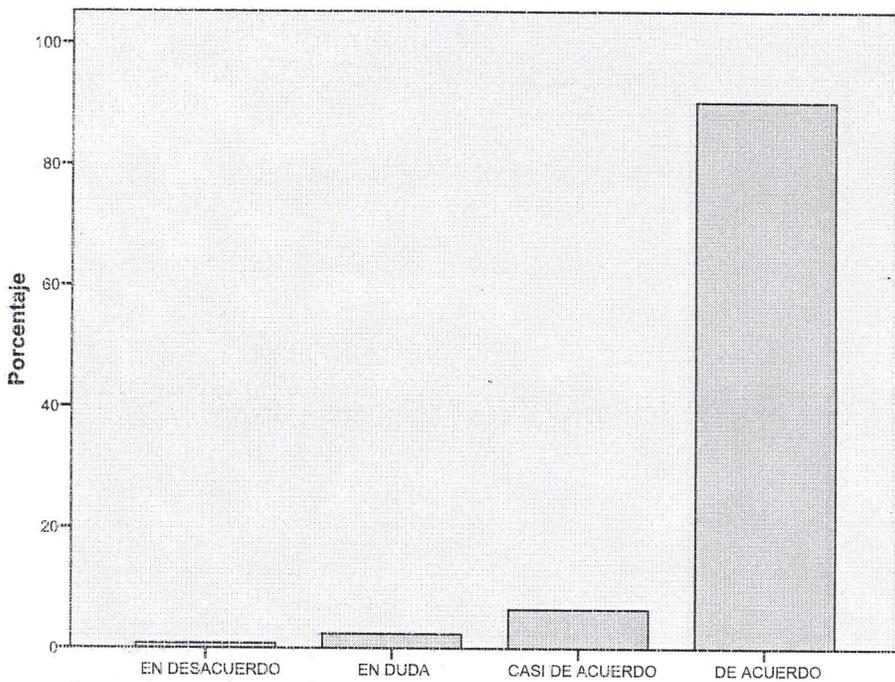


FIGURA 27. Ítem 27: Si me invitan, o me invitaran para un cargo, procuraré servir muy activamente

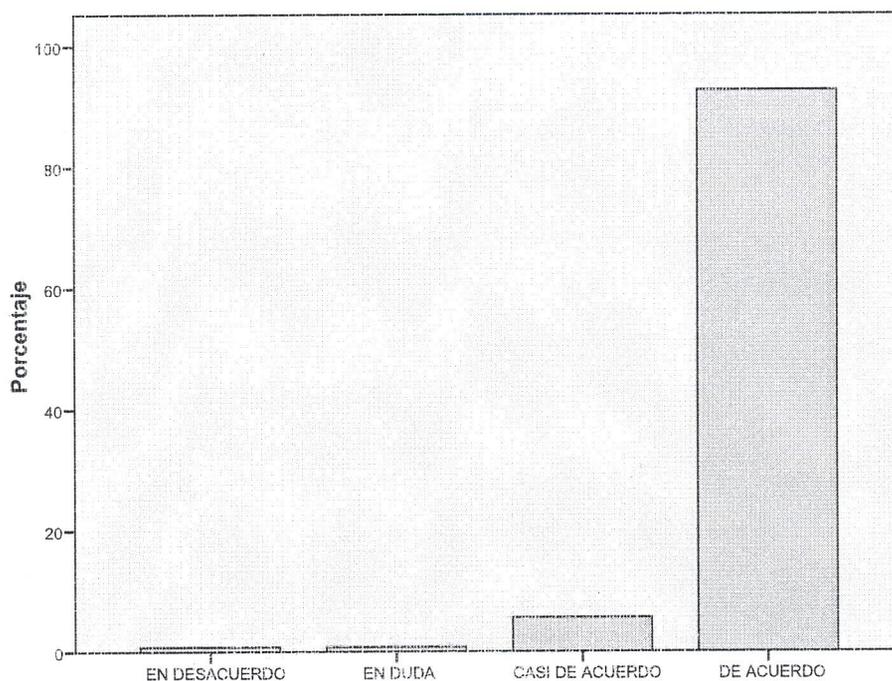


FIGURA 28. Ítem 28: Creo firmemente que Cristo viene pronto y por eso me preparo, y procuro preparar a otros

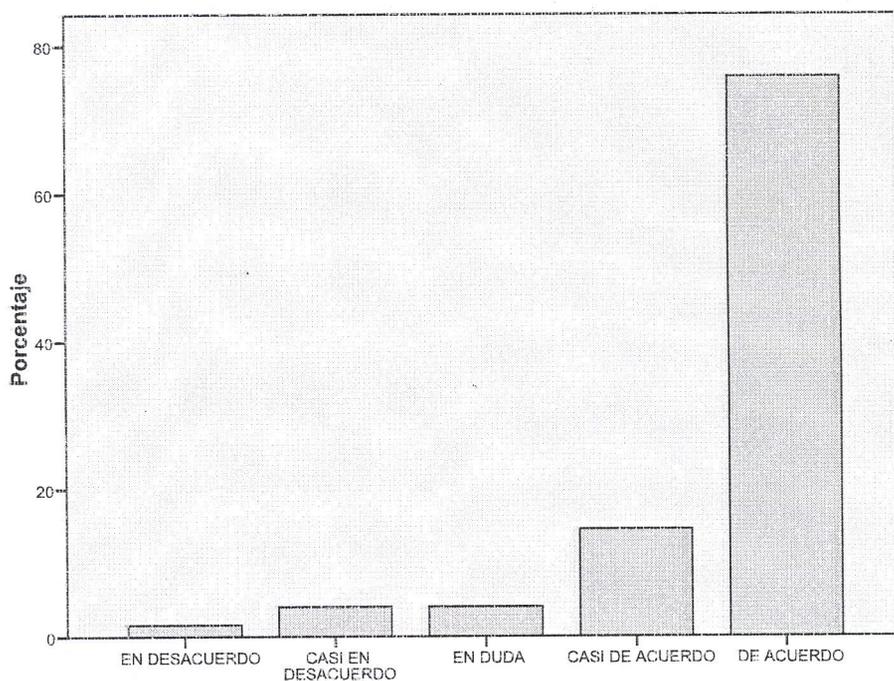


FIGURA 29. Ítem 29: Anhele formar parte de un grupo misionero comprometido en hacer evangelismo cerca y lejos

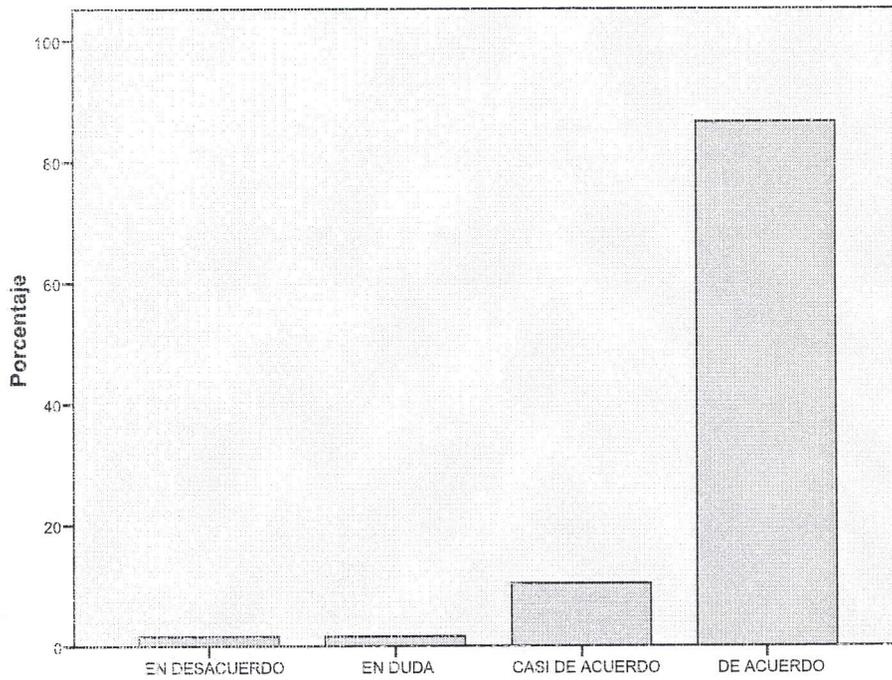


FIGURA 30. Ítem 30: No me importaría invertir o gastar dinero propio si sé que eso colabora con la misión de Cristo

APÉNDICE C

OPERACIONALIZACIÓN DE
LAS VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE
COMPROMISO PERSONAL

Variable	Definición conceptual	Definición instrumental	Definición operacional
Compromiso personal	Es un contrato psicológico que une al feligrés con su iglesia y que le impele a tomar con atención especial las tareas y desafíos propios de ella. El compromiso puede tener un nivel alto, mediano o bajo, y en cualquier circunstancia se reflejará en la intensidad y disposición con las que emprende la tarea con las que está comprometido.	<p>Se determinó el nivel de compromiso personal de los encuestados por medio de los siguientes 11 ítems, bajo la escala:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En desacuerdo 2. Casi en desacuerdo 3. En duda 4. Casi de acuerdo 5. De acuerdo <ol style="list-style-type: none"> 1. Conozco claramente la misión, el porqué, y el para qué de la IASD 2. Considero haber recibido la capacitación para cumplir la tarea de discipular 3. Cada día, y durante el día, me propongo hacer lo mejor para Jesús doquiera me encuentre 4. Mi(s) líder(es) me apoyan y reconocen constantemente mi esfuerzo evangelístico 5. Mi pastor/líder se ha mostrado como mi hermano y mejor amigo 6. Al organizarnos para cumplir la tarea de discipular, me han escuchado y agradecido mis opiniones 7. Me han enseñado que, aunque humilde, mi aportación tiene resultados eternos para gloria de Dios 8. He encontrado mis mejores y verdaderos amigos en esta iglesia 9. Cada determinado tiempo me entrevistan para hacer planes y acuerdos para avanzar 10. Constantemente tenemos reuniones fraternales enriquecedoras entre los demás feligreses y con nuestro líder 11. Percibo mi desarrollo espiritual personal al realizar la obra de evangelización 	<p>Para medir el nivel de compromiso personal se obtuvo la media de los 11 ítems.</p> <p>La variable se consideró como métrica.</p> <p>Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada:</p> <p>1= Pésima 2= Mala 3= Regular 4= Buena 5= Excelente</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE IDENTIDAD ADVENTISTA

Variable	Definición conceptual	Definición instrumental	Definición operacional
Identidad adventista	Es un sentido de pertenencia e internalización hacia un grupo, un sistema, una organización o una tarea. Se percibe como un vínculo psicológico y, al igual que el compromiso, puede ser baja, mediana o alta, reflejándose en la lealtad y sinceridad con la que se relaciona con el grupo o tarea.	<p>Se determinó el nivel de identidad adventista de los encuestados por medio de los siguientes 10 ítems, bajo la escala:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En desacuerdo 2. Casi en desacuerdo 3. En duda 4. Casi de acuerdo 5. De acuerdo <ol style="list-style-type: none"> 1. Ha sido una gran decisión haber aceptado la iglesia adventista como el verdadero pueblo de Dios 2. La misión que ahora tengo para mi vida está reflejada en la misión de la iglesia ASD: Hacer discípulos de Cristo 3. Deseo dar lo mejor de mí, aún más allá de lo esperado, para colaborar en que la iglesia cumpla su misión de discipular 4. Con felicidad asisto a una reunión adventista donde se festeje y se informe sobre el avance de la misión 5. Quizá fuera más feliz siendo miembro de otra denominación cristiana con mayor y más clara misión 6. Me considero un fiel adventista pero me ha sido difícil encontrar tiempo para invertir en la obra misionera 7. Se que la iglesia adventista es la verdadera iglesia de Jesucristo, y he aceptado como mía su misión en el mundo 8. He aceptado como mías las doctrinas ASD 9. Anhele encontrar otra iglesia cristiana, más misionera que esta, para unirme a ella sin dejar a Cristo 10. Aunque noto ciertas deficiencias en el cumplimiento de la misión, yo sigo adelante y confío que nuestros líderes lo resolverán en el momento apropiado 	<p>Para medir el nivel de identidad adventista se obtuvo la media de los 10 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada:</p> <p>1= Pésima 2= Mala 3= Regular 4= Buena 5= Excelente</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE
PARTICIPACIÓN MISIONERA

Variable	Definición conceptual	Definición instrumental	Definición operacional
Participación misionera	Es una serie de actividades eclesíásticas encaminadas a la expansión y prosperidad de la iglesia y a la predicación del evangelio a más personas. Abarca desde una promoción o plática simple acerca de la fe hasta una serie de reuniones públicas multitudinarias, pasando por reuniones de grupos pequeños o medianos e incluyendo el apoyo moral y financiero de las mismas	Se determinó el nivel de participación misionera de los encuestados por medio de los siguientes 9 ítems, bajo la escala: <ol style="list-style-type: none"> 1. En desacuerdo 2. Casi en desacuerdo 3. En duda 4. Casi de acuerdo 5. De acuerdo <ol style="list-style-type: none"> 1. Cada día, y donde yo esté, procuro compartir mi esperanza en Cristo con la gente que me rodea 2. Cada semana procuro alcanzar, por lo menos, TRES contactos misioneros, o TRES estudios bíblicos 3. Cada trimestre colaboro activamente en, por lo menos, UNA campaña de barrio 4. En el transcurso del año eclesíastico, me gozo colaborando activamente en por lo menos DOS campañas 5. En mi iglesia, tomo parte activa en la obra de hacer discípulos de Cristo entre los nuevos feligreses 6. Si me invitan, o me invitaran para un cargo, procuraré servir al Señor muy activamente 7. Creo firmemente que Cristo viene pronto y por eso me preparo, y procuro preparar a otros 8. Anhele formar parte de un grupo misionero comprometido en hacer evangelismo cerca y lejos 9. No me importaría invertir o gastar dinero propio si sé que eso colabora con la misión de Cristo 	Para medir el nivel de participación misionera se obtuvo la media de los 9 ítems. La variable se consideró como métrica. Para hacer el planteamiento de las conclusiones de este estudio se determinó la siguiente equivalencia para la escala utilizada: 1= Pésima 2= Mala 3= Regular 4= Buena 5= Excelente

APÉNDICE D

DESARROLLO HISTÓRICO DE LA
IGLESIA DE CHETUMAL

DESARROLLO HISTÓRICO DE LA IGLESIA DE CHETUMAL

La ciudad de Chetumal

Chetumal es una ciudad mexicana, cabecera del municipio de Othón P. Blanco y capital del estado de Quintana Roo. Se ubica en la península de Yucatán, a orillas de la Bahía de Chetumal y a solo diez metros sobre el nivel del mar. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el año 2010 Chetumal tenía 151, 243 habitantes, de los cuales 74, 273 eran hombres y 76, 970 mujeres.¹

Breve reseña histórica

Inmediatamente antes de la llegada de los españoles, la región donde actualmente se asienta Chetumal era un cacicazgo maya denominado Chactemal (nombre origen del actual de la ciudad), que controlaba lo que hoy es el sur de Quintana Roo y el norte de Belice. El último cacique que gobernó Chactemal fue Nachán Can, a quien le fue obsequiado como esclavo un sobreviviente de un naufragio español: Gonzalo Guerrero. Este asimiló totalmente la nueva sociedad en que vivía, aprendió el idioma maya y pronto enseñó a los guerreros de Nachán Can tácticas de guerra donde combinaba las tácticas mayas con las españolas. Por su conocimiento de la forma de guerrear de los españoles fue de gran utilidad para combatirlos

¹Todos los datos descritos desde la página 123 hasta la 126 fueron consultados en múltiples páginas de la enciclopedia digital Wikipedia. La página de inicio está disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Chetumal>

con éxito, logrando el aprecio y la admiración del cacique, quien lo hizo jefe de sus ejércitos y le dio en matrimonio a una de sus hijas, Zazil Há. Gonzalo Guerrero y Zazil Há tuvieron varios hijos, hoy reconocidos como los primeros mestizos. Por ello, Chetumal hoy es llamada "la cuna del mestizaje".

Lo apartado de la región y la combatividad de los mayas hizo que los españoles nunca lograran su sometimiento total y por lo tanto no lograron establecer poblaciones permanentes. La única población estable fue la ciudad de Bacalar, fundada junto a la laguna del mismo nombre, y ubicada a 40 kilómetros de Chetumal. Bacalar logró permanecer habitada hasta 1848 cuando, al estallar la Guerra de Castas, los rebeldes mayas la atacaron y dieron muerte a muchos habitantes blancos y mestizos. Los sobrevivientes huyeron a Corozal, Honduras Británicas, donde permanecieron refugiados. Desde entonces y hasta 1898, la región fue ocupada únicamente por los mayas.

Fundación de la ciudad

El 22 de enero de 1898 arribó a la desembocadura del río Hondo el comandante Othón P. Blanco, a bordo de una panga (pontón) que ancló en el punto de unión de la bahía con el río, y que sirvió como cuartel y sección aduanal entre México y Belice. Blanco organizó el desmonte de la costa para poder establecer una población permanente en tierra firme, contactó a los mexicanos residentes en Belice, les comunicó el propósito de una nueva población y los invitó a regresar a México. Finalmente, Othón P. Blanco fundó oficialmente la población el 5 de mayo de 1898, con vecinos provenientes de Belice y de otros lugares de la península, nombrándola Payo Obispo, como ya era conocida la región.

Payo Obispo fue en sus inicios una pequeña localidad fronteriza con casas de madera y estilo inglés caribeño, construidas al nivel del suelo, pintadas de colores brillantes y con celosías de madera en las ventanas. El agua potable era colectada de la lluvia en aljibes.

Desarrollo

Durante la década de 1920 y 1930 se dio una gran difusión a la exploración y desarrollo de Quintana Roo, pues lo consideraban propicio para el establecimiento de los nuevos modelos que propugnaba la Revolución Mexicana. Sin embargo, el gobierno federal suprimió el territorio de Quintana Roo y lo dividió entre Yucatán y Campeche, quedando Payo Obispo en este último estado. Payo Obispo entonces encabezó el movimiento que exigía el restablecimiento del territorio federal, solicitud atendida por Lázaro Cárdenas quien visitó la ciudad en 1934 como candidato a presidente y que una vez hubo tomado posesión del cargo, restableció el territorio en 1935.

El nuevo gobernador, Rafael E. Melgar, promovió mucho el desarrollo de la ciudad. A él se le debe la construcción de los primeros edificios de concreto (el Palacio de Gobierno, el Hospital Morelos y la Escuela Belisario Domínguez) y el establecimiento de cooperativas de trabajadores dedicados a la explotación maderera, del caucho y del chicle, lo que motivó el inicio de la emigración hacia Quintana Roo para aumentar la población del territorio. Además, Melgar cambió los nombres de origen religioso de pueblos y ciudades del territorio, rebautizando a Payo Obispo, el 16 de febrero de 1937, con el nombre de Chetumal.

El crecimiento de la ciudad se vio interrumpido el 19 de septiembre de 1955, cuando el huracán Janeth de categoría 5 golpeó la ciudad, destruyéndola casi por completo y causando la

muerte de alrededor de 500 habitantes. Tras el paso del huracán, Chetumal fue reconstruida como una ciudad moderna, dejando atrás su antiguo aspecto caribeño. Más adelante, en los gobiernos de Aarón Merino Fernández, Javier Rojo Gómez y David Gustavo Gutiérrez R., llegó la luz eléctrica, la pavimentación y las comunicaciones terrestres, y sobre todo una gran emigración de otras partes del país. Finalmente Luis Echeverría Álvarez, presidente de México, promovió al territorio federal de Quintana Roo en estado de la federación el 8 de octubre de 1974 constituyéndose Chetumal en la capital del estado de Quintana Roo.

Población

En su crecimiento poblacional, el siguiente cuadro nos ilustra:

Año	Población	% aumento
1910	1112	----
1921	1773	59
1930	2790	57
1940	4672	67
1950	7247	55
1960	12 855	77
1970	23 685	84
1980	56 709	239
1990	94 158	66
2000	121 602	29
2010	151 243	24

El adventismo en Chetumal

Breve reseña de su surgimiento

La iglesia adventista en Chetumal data su origen en la década de los años 40 con la llegada del evangelista Miguel Lara.¹ Según los datos recopilados verbalmente, fue en el año de 1935 cuando se realizaron las primeras reuniones adventistas en la ciudad.

Específicamente, en una casita de madera ubicada en la esquina de las calles Álvaro Obregón y Zaragoza, en la zona centro de la ciudad. El dueño de la casa era Salustino Chulim.

Con el fervor del inicio, y no sin la extrañeza y descontento de los vecinos, las reuniones en esa casa se prolongaron por varios meses. Aproximadamente a los seis meses de iniciadas las reuniones se tuvieron los primeros resultados en la región: Doce personas aceptaron la fe y fueron bautizadas. Entre los bautizados de ese momento se recuerda al propio Salustino Chulim, a Braulio Cajum, Felipa Ancona, Agustina Uc, y María Cahuich. Ninguno de ellos vive ya.

En ese mismo año, Salustino ofreció el terreno donde posteriormente se construyó la primera iglesia adventista. Quedó ubicada en la calle Zaragoza en esquina con Calzada Veracruz. Hoy, 2012, en ese lugar está ubicada la Editorial GEMA (no es propiedad de la iglesia adventista).

¹Datos recopilados en entrevista personal a Francisca Tamay (82 años de edad) y a Neftalí Montalvo (61 años de edad), ambos residentes de Chetumal, Quintana Roo y miembros de la iglesia adventista Central-Chetumal I. Ambos son adventistas de nacimiento y fundadores, o hijos de fundadores, de la fe adventista en la región.

Tras el paso del huracán Janeth (1955), Dionicio Avilés, nuevo simpatizante de la fe, donó el terreno donde se construyó y está hasta hoy (2012) el templo ASD Central-Chetumal I: Avenida Álvaro Obregón, entre las calles 16 de Septiembre y Miguel Hidalgo, frente al parque Los Caimanes, colonia Centro de la ciudad.

Entre los datos sobresalientes del crecimiento de la iglesia se registra el nacimiento de la primera iglesia "hija": La llamada iglesia Adolfo López Mateos (por la colonia donde está ubicada); luego nacería la iglesia Jardines y después la iglesia Leona Vicario.

En el año 1998, la iglesia en Chetumal es dividida en dos distritos: Distrito Central-Chetumal y distrito López Mateos.

Su crecimiento en los últimos años

Hasta el 2006, la iglesia en Chetumal formó parte de la Asociación del Mayab de la Unión Mexicana del Sur con once iglesias-congregaciones reunidas en dos distritos que sumaban alrededor de 1300 miembros. Tenía un promedio anual de crecimiento del 9 por ciento, es decir, cada año se bautizaban alrededor de 120 creyentes.

Fue a mediados del 2006 cuando, por el voto de la junta de unión, nace la Misión Quintana Roo con sede en Chetumal. Se instalan oficinas y a partir del ese año reinicia su crecimiento cuantitativo: En el año 2007 nace el tercer distrito llamado Chetumal III. Y para inicios del siguiente año, 2008, nace el distrito Chetumal IV. Con el desafío de tener más pastores con menos iglesias, nacen en ese transcurso y hasta 2011 seis congregaciones más.

Desde el año 2008, y hasta la fecha, Chetumal se ha mantenido con cuatro distritos que comprenden 17 iglesias que suman una feligresía real de alrededor de 1600 miembros.

Panorama actual

Hoy, 2012, la iglesia en Chetumal sigue su ritmo bautismal de alrededor del 9 por ciento anual. Esto representa casi 150 bautizados por ciclo eclesiástico. En un análisis de la relación estadística feligrés-población, se da la cifra de casi 100 no adventistas por cada adventista. Además, la ciudad crece a ritmo acelerado. En programa permanente de construcción, nacen cada año nuevos centros de población.

El panorama resulta desafiante. La iglesia adventista en Chetumal se enfrenta a una ciudad propensa al mestizaje y en crecimiento continuo. Por su parte, los obstáculos propios de la iglesia parecen dificultar su avance: la deserción (+/-50 por ciento anual), la baja participación misionera (15-20 por ciento), el acelerado crecimiento de la ciudad, son los retos a vencer.

LISTA DE REFERENCIAS

- Asociación Ministerial de la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día. *Creencias de los adventistas del séptimo día*. USA: Publicaciones Interamericanas, 2006.
- Altonivel. *La importancia de crear identidad*. Accesada el 8 de junio de 2012; disponible en <http://www.altonivel.com.mx/4689-la-importancia-de-crear-identidad-html>
- Argandoña, Antonio. *La identidad cristiana del directivo de empresas*. Accesada el 16 de Julio de 2012; disponible en <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-07.pdf>
- Arias Galicia, Fernando. "El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento". *Contaduría y administración*, no. 200 (enero-marzo 2001). 5-12.
- Braaten, Carl E. *The apostolic imperative: nature and aim of the church's mission and ministry*. Minneapolis: Augsburg Publishing House, 1985.
- Brocks, Charles. *Indigenous church planting*. Nashville, Tennessee: Broadman Press, 1981.
- Canale, Fernando. "Completando la teología adventista: El proyecto teológico adventista y su impacto en la iglesia-Parte II", *DavarLogos* 6.2 (2007). 127-141.
- Canales, Soraya. *Obrero fiel*. Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en <http://obrerofiel.s3.amazonaws.com/misiones%20mundiales/pdf/Quien%20es%20un%20misionero.pdf>
- Castells, Manuel. *The power of identity*. Massachusetts: Blackwell Publishers, 1997.
- Chaney, Charles L. *Church planting at the end of the twentieth century*. Illinois: Tyndale House, 1982.
- Clapp, Steve. *Plain talk about church growth*. Elgin, Illinois: Brethren Press, 1989.
- Conn, Harvie M. *The urban face of mission: ministering the gospel in a diverse and changing world*. Phillipsburg, N. J.: P&R Publishing Company, 2002.
- Costas, Orlando. *Compromiso y misión*. Costa Rica: Editorial Caribe, 1979.

_____. "Dimensiones del crecimiento integral de la iglesia". *Revista Iglesia y Misión*, no. 02, (1982).

Definición de. *Identidad*. Accesada el día 02 de junio de 2012; disponible en <http://definicion.de/identidad/>

Dunagin, Richard. *Beyond these walls: building the church in a built-our neighborhood*. Nashville: Abingdon Press, 1999.

Gallup, Inc. *Employee Engagement, What's your engagement ratio?* Accesada el 25 de febrero de 2012; disponible en <http://www.gallup.com/consulting/52/employee-Engagement.aspx>

Glasser, Arthur F. *Contemporary theologies of mission*. Grand Rapids, Michigan: Baker Book House, 1983.

Gómez Ruiz, L. M., D. Naranjo Gil, y C. Alvarez Dardet. "La identidad social, los sistemas de control de gestión y el proceso social en equipos". Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España. Disponible en http://www.acca.es/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoacca/cd/194d.pdf

Grajales, Tevni. *Escala del grado de compromiso de los empleados universitarios ASD*. Accesada el 24 de febrero de 2012; disponible en <http://tgrajales.net/compinstit.pdf>

Greenway, Roger. *Apóstoles a la ciudad: Estrategias bíblicas para la misión urbana*. Grand Rapids, Michigan: Libros Desafío, 1996.

Guder, Darrel L. *Be my witness: the church's mission, message and messengers*. Grand Rapids, Michigan: William B. Ferdmans Publishing Company, 1985.

Haslam, S. Alexander, Michelle K. Ryan, Tom Postmes, Russell Spears, Jolanda Jetten y Paul Webley. "Cumplir con nuestras armas: la identidad social como una base para el mantenimiento del compromiso en los proyectos de organización". *Journal of Organizational Behavior*, 27 (2006).

Hemphill, Kenneth S. *El modelo de Antioquía. Ocho características de una iglesia efectiva*. El Paso, Texas: Editorial Mundo Hispano, 2003.

Hernández P., Javier. *Orden de agustinos recoletos*. Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en http://www.oarecoletos.org/frontend/oarecoletos/noticia.php?id_noticia=299&id_seccion=42

Hirsch, Alan. *The forgotten ways: Reactivating the missional church*. s.l.: Brazo Press, 2006.

Iglesia Adventista del Séptimo Día; Unión Ecuatoriana, *Declaración*. Accesada el 15 de Julio de 2012, disponible en <http://adventistas.ec/iglesia/nombre.html>

- International Bulletin of Missionary Research, Vol. 32, No. 1
- Jenkins, Richard. *Social identity*. Nueva York: Taylor & Francis Group, 2008.
- Jiménez, Carlos. *20 señales de una iglesia que impacta*. Miami, Florida: Caribe, 1994.
- _____. *Las iglesias que crecen: cómo crecen, y por qué crecen*. El Paso, Texas: Casa Bautista de Publicaciones, 1992.
- Kaiser, Walter C. *Mission in the old testament: Israel as a light to the nations*. Grand Rapids, Michigan: Baker Books, 2000.
- Kinsey Goman, Carol. *Cómo dirigir para lograr el compromiso y promover la lealtad dentro de las organizaciones*. México: Grupo Editorial Iberoamérica, 1992.
- Lisbona B. Ana, Francisco Morales D. y Francisco Palaci. "Identidad y compromiso en equipos de intervención en emergencias". *Psicothema* 2006, vol. 18, no. 3.
- Logan, Robert E. *Beyond church growth*. Grand Rapids, Michigan: Fleming H Revel, 1989.
- MacNair, Donald J. *The practices of a healthy church: biblical strategies for a vibrant life and ministry*. Phillipsburg, N. J.: P&R Publishing Company, 1999.
- Mannoia, Kevin W. *Church planting*. Indianapolis: Light and Life Press, 1994.
- McIntosh, Gary L. *Biblical church growth*. Grand Rapids, Michigan: Baker Books, 2003.
- McNamara, Roger N. *A practical guide to church planting*. Cleveland, Ohio: Baptist Mid-mission, 1985.
- Mora S., Héctor Leonardo. *El valor del compromiso*. Accesada el 15 de mayo de 2012; disponible en <http://hectormora.lacoctelera.net/post/2009/06/03/el-valor-del-compromiso>
- Moriano, Juan Antonio, Gabriela Topa, Encarna Valero y Jean-Pierre Lévy. "Identificación organizacional y conducta intraemprendedora". *Revista Anales de Psicología*, 2009, vol. 25, no. 2 (diciembre), disponible en http://www.um.es/analesps/v25/v25_2/10-25_2.pdf
- Morisy, Ann. *Journeying out*. London/New York: Continuum, 2004.
- Nichol, Francis D., ed. *Comentario bíblico adventista*. 7 vols. Boise, ID: Publicaciones Interamericanas, 1978-1990.
- Padilla Chávez, Alfredo. *Liberar para el ministerio*. Accesada el 04 de junio del 2012; disponible en <http://www.escuelasabatnica.cl/2012/tri2/lecc9/2012-02-09ResumenAPC.pdf>

- Padilla, René. *Bases bíblicas de la misión. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: Editorial Fundación Kairós, 1988.
- Peters, George W. *A biblical theology of missions*. Chicago: Moody Press, 1972.
- _____. *A theology of church growth*. Grand Rapids, Michigan: Zondervan Publishing House, 1981.
- Ritchey, William F. *AMM*. Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en <http://www.worldmissionsacademy.com/recursos/Quien%20es%20un%20misionero.pdf>
- Ruiz de Maya, Salvador y Longinos Marín Rives. "La identificación del consumidor con la empresa: una nueva fuente de ventaja competitiva", *Colección Mediterráneo Económico: "Nuevos enfoques del Marketing y la creación del valor"*, no. 11. Disponible en <http://fundacioncajamar.es/revista/me1114.pdf>
- Russell, George. *Literatura bautista*. Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en <http://www.literaturabautista.com/la-obra-misionera-en-la-iglesia-local>
- Saunders, Graham. *El compromiso empresarial*. Colombia: Legis Editores, 1991.
- Schwarz, Christian A. *Desarrollo natural de la iglesia: ocho características de una iglesia saludable*. Barcelona: CLIE, 1996.
- Shelley, Marshall. *Growing your church through training and motivation*. Minneapolis, Minnesota: Bethany House Publishers, 1997.
- Shenk, David W. y Kevin R. Stutzman. *Creanting communities of the kingdom*. Pennsylvania: Herald Press, 1988.
- Smith, Donald P. *How attract and keep active church members*. Philadelphia, USA: Westminster/John Knox Press, 1992.
- Stewart, Carlyle Fielding. *The empowerment church: Speaking a new language for church growth*. Nashville: Abingdon Press, 2001.
- Stott, John R. W. *La evangelización y la Biblia*. Barcelona: Ediciones Evangélicas Europeas, 1969.
- _____. *La misión cristiana hoy*. Buenos Aires: Ediciones Certeza, 1977.
- Temo. *ÁngelFire*. Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en <http://www.angelfire.com/co/temascristianos/Misionero.html>

Thinking people. *Consultores en recursos humanos*. Accesada el 07 de junio de 2012; disponible en <http://www.thinkingpeoplerecursos humanos.es/desarrollo-de-rr-hh/compromiso-del-empleado/>

Topa C. Gabriela y Francisco Morales Domínguez. "Identificación organizacional y ruptura de contrato psicológico: sus influencias sobre la satisfacción de los empleados". *International Journal of Psychology and Psychological Therapy* (2007), 7, 3.

Thompson, W. Oscar. *Círculos concéntricos*. México: Editorial Mundo Hispano, 2003.

Towns, Elmer L. *Evangelism and church growth*. Ventura, California: Regal Books, 1995.

Universidad Pontificia de Madrid. *Scribd*. Accesada el 04 de mayo del 2012; disponible en <http://es.scribd.com/mjosegarfer/d/24758905-Trabajo-sobre-la-gestion-del-Compromiso>

Wagner, C. Peter. *Church planting for a greater harvest*. Ventura, California: Regal Books, 1990.

_____. *Leading your church to growth*. Ventura, California: Regal Books, 1984.

White, Elena G. de. *A fin de conocerle*. Gran Rapids, Michigan: APIA, 1978.

_____. *Consejos para los maestros, padres y alumnos sobre la educación cristiana*. Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas, 1979.

_____. *El camino a Cristo*. Mountain View, California: Publicaciones Interamericanas, 1979.

_____. *El evangelismo*. Bogotá, Colombia: APIA, 1994.

_____. *Recibiréis poder*. Florida: APIA, 1995.

Wikipedia, la enciclopedia libre. "Misionero". Accesada el 15 de junio de 2012; disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/misionero>

Wooldridge, Ken. *Keen Wooldridge Ministries International*. Accesada el 28 de mayo de 2012; disponible en <http://kenwooldridge.org/becomedisciple.html>

CURRÍCULUM VITAE

NOMBRE COMPLETO

José Luis Jiménez Náñez

DIRECCIÓN ACTUAL

Av. 55 Nte. No. 684; entre 12 y 14; Col. 10 de abril,
Cozumel, Quintana Roo, México.
C. P. 77622
Tel. (987) 8722214

INFORMACIÓN PERSONAL

Nacionalidad: Mexicano
Fecha de Nacimiento: 02 de Noviembre de 1961
Estado Civil: Casado
Esposa: Martha Elena Torrano Cutiño
Hijos: Martha Isabel, José Luis y Ana Jazeel Jiménez Torrano
E-mail: pastor_jimenez@hotmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

1981 Licenciatura en Agronomía; ITA #5, Chiná, Campeche
1994 Licenciatura en Teología; Universidad de Montemorelos
2004 Maestría en Teología Pastoral; Universidad de Montemorelos
2012 Doctorado en Ministerio; Universidad de Montemorelos

EXPERIENCIA MINISTERIAL

1994	Pastor de distrito	Secc. Nte. De Chiapas
1997	Pastor de distrito	Secc. Nte. De Chiapas
1999	Pastor de distrito	Secc. Nte. De Chiapas
2003	Pastor de distrito	Secc. Nte. De Chiapas
2006	<i>Pastor de distrito</i>	<i>Misión Quintana Roo</i>
2010	Capellán	Misión Quintana Roo
2011	Pastor de distrito	Misión Quintana Roo
2012	Pastor de distrito	Misión Quintana Roo