

UNIVERSIDAD ADVENTISTA DE CHILE
Facultad de Teología
Licenciatura en Teología

UNIVERSIDAD
ADVENTISTA
DE CHILE



UN ESTUDIO SOBRE EL COLPORTAJE EN LA FORMACIÓN DEL
HÁBITO DEL CULTO PERSONAL EN EL COLPORTOR

TRABAJO FINAL INTEGRADOR
Presentado en cumplimiento parcial
de los requisitos para el título de
Teólogo y grado de
Licenciado en Teología

Por
Paulo Andrés Díaz Tapia

Profesor: Aarón Menares

Chillán, agosto de 2018

TABLA DE CONTENIDOS

LISTA DE TABLAS	iv
LISTA DE FIGURAS.....	v
LISTA DE ABREVIATURAS.....	vii
I INTRODUCCIÓN.....	1
Propósito de la investigación	2
Justificación	3
Variable independiente.....	4
Variable dependiente.....	4
Variables de control	4
Limitaciones del problema.....	5
Delimitación del problema.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivo específico	6
II MARCO TEÓRICO	8
Revisión de la literatura	11
Acerca del culto personal	16
Definición de términos	17
Colportaje.....	17
Ministerio	17
Culto personal	18
III METODOLOGÍA.....	19
Instrumento de recolección de información.....	20
Cálculo del tamaño de la encuesta.....	21
Encuesta aplicada.....	22
IV ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADO.....	25
Sección I. Resultados gráficos de la encuesta.....	25
Sección II. Tu opinión respecto al colportaje	30
V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45

Conclusiones de la Sección I	45
Conclusiones de la Sección II.....	46
Recomendaciones	51
 ANEXOS	 52
ANEXO 1.....	53
ANEXO 2.....	57
ANEXO 3.....	62
ANEXO 4.....	63
 LISTA DE REFERENCIAS	 65

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Datos de cantidad de colportores participantes en el periodo de verano 2017-2018	20
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	255
Figura 2. Sexo	26
Figura 3. Campo al cual pertenece.....	277
Figura 4. Actividad actual.....	288
Figura 5. Tiempo que llevas como adventista	299
Figura 6. Veces que has colportado	30
Figura 7. La parte espiritual es fundamental en la vida de una persona	31
Figura 8. El colportaje fue una posibilidad de mejorar mi vida espiritual.....	31
Figura 9. La parte espiritual es fundamental durante la campaña de colportaje.....	32
Figura 10. El culto personal es muy importante dentro de la vida espiritual	33
Figura 11. La campaña de colportaje me presentó un horario en el que incluía tiempo para el culto personal	33
Figura 12. Durante la campaña el lider me motivó a realizar mi culto personal	34
Figura 13. El colportaje me ayudó a comprender la importancia del culto personal	35
Figura 14. Durante la campaña de colportaje realicé todos los días mi culto personal	35
Figura 15. Al mes de terminar la campaña continué realizando mi culto personal todos los días	36
Figura 16. El colportaje me ayudó a formar el hábito de realizar mi culto personal diariamente.....	37
Figura 17. Al día de hoy realizo mi culto personal todos los días.	37
Figura 18. Entiendo la importancia del culto personal	38
Figura 19. Al culto personal me permite tener una mejor comunión con Dios.....	38
Figura 20. El culto personal hace que mi fe se fortalezca	339

Figura 21. El culto personal me acerca a Dios	40
Figura 22. El culto personal es una pérdida de tiempo	40
Figura 23. No veo la diferencia entre hacer o no hacer mi culto personal	41
Figura 24. El culto personal no aporta en mi vida	41
Figura 25. El culto personal no afectó en mi rendimiento al colporta.....	42
Figura 26. El colportaje no fue una ayuda en la formación del hábito de realizar mi culto personal.....	43
Figura 27. Durante la campaña prefería dormir antes que realizar mi culto personal	43

LISTA DE ABREVIATURAS

UnACh:	Universidad Adventista de Chile
IdeC:	Instituto del estudiante colporteur
IASD:	Iglesia Adventista del Séptimo Día
UCh:	Unión Chilena
ASACH	Asociación Sur Austral de Chile
AMCh	Asociación Metropolitana de Chile

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Esta investigación está centrada en dos áreas muy importantes para la Iglesia Adventista: El culto o devoción personal, y el colportaje.

Como iglesia creemos en el colportaje como una obra divina, una obra entregada por Dios, pero también como una posibilidad de dar sustento a quien la realiza, así también de fortalecer y crear nuevas cualidades personales en estos.

Ellen White dijo que los jóvenes estudiantes deben salir al campo de labor y poner en práctica los conocimientos adquiridos ya que si los colportores usan las capacidades que Dios les ha dado, buscando su consejo y las vuelcan a ayudar a las personas, con el acto de vender libros sus talentos se verán potenciados y aprenderán lecciones que no aprenderían en el centro de estudio, adecuadamente puede llamarse a esto educación superior.¹ Sin duda hay un beneficio para quienes dedican de su tiempo a realizar la obra del colportaje.

El colportaje a lo largo del tiempo ha sido de gran importancia en la vida de la Iglesia Adventista. Ha sido un método de educación y de aprendizaje para los jóvenes, ha sido una manera de hacer crecer en distintos ámbitos de la vida de una persona. El colportaje también ha sido una manera de trabajar, de generar recursos y de auto sustentarse. Otro aspecto importante, es que mediante la obra del colportaje, se ha logrado evangelizar y entregar el mensaje llegando a lugares y personas que de ser de otra forma no

¹ Elena G. White. *Joyas de los testimonios* T2 (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1975), 2: 546-547.

se llegaría. Sin dudas es una herramienta utilizada por Dios para poder alcanzar más personas. Pero quizás, el aspecto más importante que se obtiene al realizar esta obra, es el crecimiento espiritual que el individuo puede experimentar.

La otra área a la que va dirigida esta investigación, el culto o devocional personal con Dios, es un área en la cual la Iglesia Adventista ha buscado fortalecer con el fin de que los miembros logren tener una comunión más profunda con Dios, dando el tiempo necesario en el día para dedicárselo a él, y de modo más puntual a cada uno tener un culto diario personal. Como iglesia se han generado distintas instancias, desde cursos hasta retiros espirituales, con el fin de poder educar y lograr que los miembros de la iglesia logren fortalecer su comunión con Dios. Ellen White en su libro declara que si queremos tener un carácter aceptable ante Dios, debemos desarrollar los hábitos correctos en nuestra vida religiosa. Dice también que tal como el alimento físico es necesario para nuestro organismo, la oración es fundamental para el crecimiento de nuestra vida espiritual. Y el modo de hacerlo es generando el hábito.²

Es por esto con esta investigación se quiere percibir cuanto influye el colportaje en aquellos individuos que participan de una campaña, específicamente en el proceso de la formación del hábito del culto o la devoción personal con Dios.

Propósito de la investigación

Según la programación entregada por el IDEC, por un líder de una de las campañas de colportaje y por la experiencia vivida por el investigador, el culto personal forme parte fundamental del día a del colportor. Con este antecedente, el propósito de esta investigación es describir si es que el colportaje influye en la formación del hábito de realizar un culto

² Ellen G. White, *Mensajes para los jóvenes* (Oakland, California: Pacific Press, 1967), 113.

personal diario dentro de la campaña de colportaje.

Justificación

La presente investigación pretende dar a conocer la relación que existe entre el colportaje con la formación del hábito del culto personal. Si bien son dos conceptos muy distintos, ambos están ligados ya que son dos áreas fuertes con las que trabaja la iglesia.

El culto personal o la comunión personal con Dios es una parte muy importante dentro de la vida espiritual de cada persona. Sin comunión con Dios, la vida espiritual es vaga. El realizarlo no siempre es algo frecuente y el llegar a hacerlo un hábito no es algo sencillo de conseguir, es por esta razón que frecuentemente se han ideado planes y estrategias para fortalecer esta área en los miembros de la iglesia, con el fin de que logren hacer la devoción personal parte viva de su día a día.

El colportaje también es fuertemente promovido y constantemente se realiza un reclutamiento para captar más personas que deseen participar de esta obra. El hecho de que mediante este ministerio no solo se llega a muchas personas, sino que también son muchas las que participan llevándolo a cabo, hace que tenga un gran alcance. Y si bien es cierto, son muchos los que reciben un mensaje de salvación por parte de los colportores y de las publicaciones, el colportaje también es una escuela de aprendizaje para todos los que participan de esta obra, permitiendo un crecimiento y un aprendizaje en distintas áreas.

Con estos aspectos anteriormente surgen interrogantes como: ¿Es realmente el colportaje una instancia en la cual quienes participan logran fortalecer su vida espiritual? ¿El colportaje logra ser un factor influyente en la formación de este hábito en quienes participan? ¿Al tener tantas personas participando de las distintas campañas, podría considerarse como un método de fortalecimiento espiritual para la Iglesia Adventista?

Es de esperar el poder responder estas interrogantes durante el desarrollo de esta investigación.

Variable independiente

La variable independiente se manipula, a fin de ver los resultados que esta provoca en los diferentes grupos de la variable dependiente.³ En este caso entonces vendría siendo como variable independiente el participar de una campaña de colportaje, la que haría una diferencia en cada persona en el ámbito del culto personal.

Variable dependiente

La variable dependiente no se manipula, sino que se mide para ver el efecto que la manipulación de la variable independiente tiene en ella.⁴La variable dependiente sería el culto personal y así ver como el participar del colportaje afecta en la devoción personal con Dios.

Variabes de control

Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables.⁵ La variable de control permite que se interactúe con otras y permanecer sin cambios durante un experimento.

- Edad del joven estudiante.
- Sexo.
- Lugar de procedencia.
- Ocupación.

³ Roberto H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (México: McGRAW-HILL, 2010), 123

⁴ *Ibíd.*, 123

⁵ *Ibíd.*, 124.

- Tiempo como adventista.
- Cantidad de veces que ha colportado.

Limitaciones del problema

Al asumir la tarea de investigar, el investigador encontrará que no cuenta con algunos recursos o destrezas útiles en el proceso por esta razón deberá determinar si es conveniente continuar a pesar de las limitaciones. Si después de considerar reflexivamente el asunto, el investigador considera que puede salir adelante, deberá registrar las limitaciones que enfrenta en el trabajo en particular. Decide, por auto imposición abstenerse de ellos, entonces deberá registrar los mismos como delimitaciones.⁶

Dentro de las limitaciones encontramos la carencia de antecedentes en la línea de investigación de colportaje en la UnACh. Otro punto es que la población a encuestar, era muy dispersa debido a que cada campaña está compuesta con personas que llegan de distintas ciudades de Chile y del extranjero. Esto sumado a que gran parte no estudia en la UnACh hizo que la aplicación del instrumento sea compleja por la ubicación de cada participante. También se suma el hecho de que el contacto con los colportores se dificultó al haber pasado tiempo desde el término de las campañas. Muchos de los líderes dejaron de tener un grupo de campaña formado, por lo que no mantienen contacto con los participantes de la campaña. Esto complicó lograr el contacto con los chicos para la aplicación del instrumento.

Delimitación del problema

⁶ Tevni G. Guerra, *Conceptos básicos para la investigación social* (Montemorelos: Editorial Montemorelos, 1996), 23.

Según Tevni, se indica que surgen situaciones en las cuales es necesario que se restrinja el trabajo veces también se suscitan situaciones que inducen al investigador a poner ciertas restricciones a su trabajo. Cuando tales restricciones se refieren a aspectos del trabajo, el investigador tiene la oportunidad de incluir o restringir en su trabajo.⁷ La delimitación que se realizó, al ser el número de personas que han participado en campañas de colportaje un universo muy grande, se dirigió el estudio a los colportores que participaron durante las campañas del verano 2017-2018 en la Unión Chilena, acotando en gran manera el tamaño la cantidad este número.

Objetivo general

Describir como la práctica del colportaje influye en la formación del hábito del culto personal en el colportor.

Objetivo específico

- Caracterizar el perfil sociodemográfico de los colportores participantes en el estudio.
- Identificar si dentro de los colportores hay un interés real en poder fortalecer su devoción personal con Dios.
- Percibir si es que los resultados obtenidos trascienden con el pasar del tiempo luego de haber concluido el periodo de colportaje.
- Determinar si el líder de la campaña tuvo o no injerencia en los colportores en el proceso de realización de una devoción personal diaria.
- Identificar si el colportaje es un factor determinante en la formación del hábito

⁷ *Ibíd.*

del culto personal tanto durante el tiempo en el que se colporta, como también en el período previo a la campaña.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Todo comenzó en Dios. Dios tenía un plan en mente para que su iglesia llevara a cabo. El ideó un método en el cual el mensaje pudiese llegar a personas que de otro modo quizás nunca recibirían el mensaje divino. Así también, como buscó beneficiar a aquellos que recibirían las distintas publicaciones, también utiliza este método para poder fortalecer a aquel que realiza esta obra. De esta forma se ve beneficiado tanto a persona que recibe las publicaciones como aquel que lleva el mensaje.

En una respuesta a un mandato divino, los adventistas del séptimo día han sido fieles emprendedores de pregonar el mensaje mediante la página impresa. En más de un siglo de nuestra actividad evangélica, la obra de publicaciones ha sido un instrumento poderoso para difundir el mensaje del tercer ángel en todo el mundo⁸.

En la reunión realizada en Dorchester, Massachusetts, en noviembre de 1848, recibí una visión referente a la proclamación del mensaje del sellamiento y al deber de los hermanos de publicar la luz que brillaba en nuestro sendero. Después de salir de la visión, dije a mi esposo:

Tengo un mensaje para ti. Has de comenzar a imprimir un pequeño periódico y enviarlo a la gente. Será pequeño al comienzo; pero a medida que la gente lea, te enviará medios con los cuales imprimir; y será un éxito desde el mismo principio. Se me ha mostrado que desde este pequeño comienzo saldrán rayos de luz que han de circuir el globo.⁹

⁸ Elena G. White, *Mensajeros de esperanza* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2001), 3.

⁹ Elena G. White, *El ministerio de las publicaciones* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2015), 15, 16.

Necesitamos tener libros con buenas ilustraciones-diría George King-. Que Urías Smith grave algunas planchas de madera con imágenes de la gran Babilonia, y los turcos cabalgando duro y las bestias horribles de la profecía. Imprímanlos en negro y rojo, y ese libro se venderá. Pónganles tapas atractivas; que el cliente elija entre cuero y tela. Pónganle un precio bastante alto como para que los colportores puedan ganar dinero, lo suficiente como para permanecer en el campo de labor y vender más libros, y luego vean qué pasa.¹⁰

Una visión en el campestre de Rome, Nueva York, en septiembre de 1875, abrió los ojos de la iglesia creciente hacia el potencial del evangelismo mediante las publicaciones. El “joven de apariencia noble” que con frecuencia le había hablado a Elena de White en visión o en sueño notó la diligencia de los adventistas que estaban suscitando interrogantes entre el público en general, pero dijo, debe hacerse un “esfuerzo más completo” para “fijar esas impresiones en las mentes” o “vuestros esfuerzos hechos ahora serán casi infructíferos”. Su sugerencia fue suplementar la predicación con material de lectura apropiado, lo que resultaría en una “ganancia centuplicada para la tesorería”. ¿Cómo debía hacerse este trabajo complementario? Mediante evangelistas de la página impresa (a menudo llamados colportores), “hombres de buen trato, que no rechazarán a otros ni serán rechazados... Aquellos que distribuyen folletos gratuitamente debieran llevar otras publicaciones para venderlas a todos los que las comprarán. Los esfuerzos perseverantes reportarán un gran bien”. Así comenzó el programa mundial de evangelismo mediante las publicaciones en el que hombres y mujeres llevan la página impresa de puerta en puerta¹¹.

Ahora bien, el colportaje al ser una idea inspirada por Dios aseguraba bendiciones para todo aquel que participara y se aventurara en este plan, cumpliendo así con la promesa “Buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y todas estas cosas os serán añadidas.”

¹⁰ Kimber J. Lantry. *El rey que no podía predicar* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014), 67.

¹¹Herbert E. Douglass. *Mensajera del Señor* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2012), 363.

Mateo 6:33¹².

Dentro de toda obra guiada por Dios, hay una regla que se debe seguir como base para poder alcanzar éxito. Esa regla es buscar a Dios en primer lugar. El buscar a Dios antes que todo es una base para una fe más fortalecida. El realizar ese ejercicio hace que nuestra mirada escape de las cosas materiales, de los logros personales o de cualquier anhelo ligado a este mundo, y se centre solamente en Dios. Esto bien lo entendía Daniel quien aun sabiendo que su devoción a Dios podría traer consecuencias, aparentemente negativas, no dejó de lado su hábito de relacionarse constantemente con Dios. O bien el rey David, cuando en uno de sus salmos declara “Jehová, de mañana oirás mi vos; de mañana me presentare delante de ti y esperaré”. David entendió la importancia de relacionarse y de hacer devoción a Dios, y desde temprano dedicaba tiempo para la adoración.

El culto personal o la devoción personal es de suma importancia debido a que de esta forma nos relacionamos con Dios de una manera más íntima, podemos conocerle más profundamente, podemos entender lo que él quiere para nosotros, podemos darnos cuenta de que sus propósitos son de bien, y podemos fortalecer el amor entre él y nosotros.

El mayor ejemplo de que debemos tener un momento para comunicarnos a solas con Dios fue el mismo Jesús, quien “Levantándose muy de mañana, siendo aún muy oscuro, salió y se fue a un lugar desierto, y allí oraba”. Marcos 1:35¹³. Jesús aun siendo el hijo de Dios, sentía la necesidad de dedicar tiempo a la comunicación con su Padre. Es interesante el hecho del momento en el cual se menciona que iba a orar. El día a día de Jesús era un día ajetreado. Muchas situaciones distintas se le presentaban, la carga diaria era pesada y el

¹² Casiodoro de Reina, Cipriano de Valera, y Andrews University, *Biblia de estudio de Andrews: Ilumina, profundiza, clarifica* (Buenos Aires, Argentina: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014).

¹³ *Ibíd.*

hecho de que el momento que se menciona, sea muy de mañana, haya sido justamente para que el pudiese iniciar el día de la mejor forma, con la compañía y la ayuda de su padre para poder enfrentar cualquier situación que se le presentase por delante.

Por esta razón es que dentro de las distintas campañas de colportaje se promueve una devoción personal con Dios. Se busca que cada colportor pueda realizar su devoción diaria personal en la primera hora de la mañana. Esto está incluido dentro del horario y dentro de las responsabilidades que cada uno de los participantes debe cumplir. El propósito de esto es que cada uno de los chicos pueda iniciar su día en la presencia de Dios, buscando su compañía, bendiciones y la fuerza necesaria para enfrentar el día de labor que tienen por delante.

El hecho de que se presente esta situación, el tener que realizar una devoción diaria sumado al arduo día a día que tiene un colportor, es la razón de este estudio, ya que puede ser un factor de ayuda importante en generar una dependencia a Dios importante y con esto, crear un hábito en la persona.

Revisión de la literatura

A continuación se presentarán distintas citas, de diferentes libros y autores donde se hace referencia a la obra de las publicaciones, al colportor y al colportaje como tal.

Gradualmente, las sociedades misioneras asumieron la responsabilidad de recoger el dinero de las suscripciones a las revistas denominacionales, como también, la de persuadir a docenas de personas que no eran miembros de la iglesia a que tomaran suscripciones de prueba a uno de los periódicos adventistas. Las sociedades misioneras y de tratados locales se suscribían a *The Signs of The Times* en cantidades, para su distribución gratuita. En algunos casos, hasta subvencionaron el costo inicial de folletos, periódicos y libros

pequeños de modo que un miembro de iglesia pudiera iniciar el trabajo de buscar suscripciones. Esto condujo a la aparición de un grupo nuevo de obreros adventistas: los colportores¹⁴.

A medida que los colportores iban a regiones más apartadas de Battle Creek, encontraron que era más cómodo conseguir los libros que vendían, en la Sociedad Misionera y de Tratados de la Asociación local, en vez de pedirlos directamente de los editores. Gradualmente las sociedades locales tomaron a su cargo la dirección de la venta de todos los libros de colportaje en su territorio, y el agente legal llegó a ser el reclutador e instructor de colportores. De ese modo las sociedades locales gradualmente llegaron a ser las Sociedades de Publicaciones y luego los Servicios Educativos Hogar y Salud actuales. Así el agente de la asociación se transformó gradualmente en el director de publicaciones actual.

Se había encontrado una nueva forma de presentar las creencias adventistas a una audiencia cada vez mayor con pocos gastos para la iglesia. Ya que los colportores podían vender los libros grandes de colportaje a un buen precio mientras los compraban a la Sociedad de Tratados a mitad de su precio al público, podían ganarse la vida aun cuando vendieran una cantidad modesta en un día o una semana determinados. Pronto los estudiantes descubrieron que colportar era una manera excelente para financiar su educación. Los colportores inundaron el campo en número creciente. Por el año 1886 las sociedades misioneras y de tratados informaron que había más de 400 colportores en el campo¹⁵.

¹⁴ Richard W. Shwarz y Floyd Greenleaf. *Portadores de luz* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2002), 149.

¹⁵ *Ibíd.*, 151

Nuestras publicaciones tienen que realizar una obra muy sagrada y presentar de forma clara, sencilla y simple la base espiritual de nuestra fe. Por doquier la gente hace sus decisiones; todos están tomando posiciones, o bajo el estandarte de la verdad y la justicia, o bajo el estandarte de las potencias apostatas que están conteniendo por la supremacía. En este tiempo se ha de dar al mundo el mensaje de Dios con tanto énfasis y poder que la gente se vea frente a frente con la verdad, y deba decidir con su mente y corazón. Debe ser inducida a ver la superioridad de la verdad sobre los múltiples errores que procuran atraer y suplantar, si fuese posible, la Palabra de Dios para este tiempo solemne¹⁶.

El gran objetivo de nuestras publicaciones es ensalzar a Dios, llamar la atención de los hombres a las verdades vivientes de su Palabra. Dios nos invita a enarbolar, no nuestro propio estandarte, no el estandarte de este mundo sino el de la verdad¹⁷.

La obra del colportaje, debidamente practicada, es obra misionera del más alto orden, y es un método tan bueno y de tanto éxito como cualquiera que se pueda emplear para presentar a la gente las verdades importantes para este tiempo. La importancia de la obra del ministerio es indudable; pero muchos que tienen hambre del pan de vida no han tenido oportunidad de oír una palabra de los predicadores delegados por Dios. Por esta razón es esencial que nuestras publicaciones reciban amplia circulación. Así el mensaje irá donde el predicador no puede ir, y la atención de muchos será atraída a los acontecimientos importantes relacionados con las escenas finales de la historia de este mundo.

Dios ha ordenado el colportaje como un medio de presentar a la gente la luz contenida en nuestros libros y los colportores deben comprender cuán indispensable es

¹⁶ Elena G. White, *Mensajeros de esperanza*, 7, 8.

¹⁷ Ellen G. White, *Joyas de los testimonios* T.3 (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1975), 3: 151, 152

presentar al mundo tan pronto sea posible los libros necesarios para su educación e ilustración espirituales. Esta es en verdad la obra que el Señor quiere que su pueblo haga en este tiempo. Todos los que se consagran a Dios para trabajar como colportores están ayudando a dar el último mensaje de amonestación al mundo. No podemos estimar demasiado altamente esta obra; porque si no fuese por los esfuerzos del colportor muchos no oirían nunca la amonestación¹⁸.

En las escuelas donde iban no debían intimar con nadie. Su ropa estaba confeccionada de tal modo que podían muy bien ocultar el más precioso de sus tesoros: los preciosos manuscritos de las Sagradas Escrituras... y, siempre que podían hacerlo sin despertar sospecha, ponían alguna porción de la Biblia al alcance de aquellos cuyo corazón parecía dispuesto a recibir la verdad... En estas casas de estudios se ganaban conversos a la verdadera fe, y con frecuencia se veía que sus principios compenetraban toda la escuela; con todo, los dirigentes papales no podían encontrar, ni aun apelando a minuciosa investigación, la fuente de lo que ellos llamaban herejía corruptora.¹⁹

Bishop y Davis, fueron los primeros colportores que llegaron a Chile para propagar el mensaje adventista. Era esta vocación misionera la que los impulsaba a planear su trabajo y ver hacia donde avanzar con esta difusión, sin preocuparse por los apremios económicos que podrían presentarse²⁰.

La obra del colportaje se inició en la división sudamericana en el año 1891. Hacia fines de ese año, llegaron los primeros tres colportores, los hermanos E. W. Snider, C. A. Nowling y A. B. Stauffer... Desde luego que, junto con las revistas que difundían nuestros colportores en los primeros tiempos, los libros que se vendían en esa fecha eran impresos en Europa y en los Estados Unidos, y si bien se trabajaba con libros mayormente en alemán e inglés, siendo que esas eran mayormente las colonias visitadas por los primeros

¹⁸Ibíd., T2, 532.

¹⁹ Departamento de investigación de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, *La historia de nuestra iglesia* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1963), 93.

²⁰ Leopoldo Zambra Ríos, *Con su Espíritu* (Santiago: Servicio Educativo Hogar y Salud, 1994), 31.

colportores, también existían libros en castellano... A partir de aquellos humildes y difíciles comienzos y después de haberse ido agregando a la lista haberse ido agregando a la lista de los colportores nombres de Victor Thomann, F. W. Bishop, T. H. Davis, J. L. Escobar, Rodolfo Diriweachter, la obra de la página impresa fue creciendo y ampliándose mientras que, como un arroyo que estanca, regaba las tierras con el agua refrescante del mensaje de Dios para estos días. Estos valientes obreros de avanzada soportaron en su labor toda suerte de dificultades, problemas e incertidumbres, inclusive encarcelamiento, pero trazaron una huella radiante de luz para estímulo de los que habían de seguirlos²¹.

En todas partes se necesitan misioneros. En todas partes los colportores deben ser seleccionados no del elemento sobrante de la sociedad, no de entre los hombres y las mujeres que no son buenos para nada y no han hecho un éxito como colportores, vendedores de puerta en puerta y agentes de ventas [...]. El colportor eficiente, así como el ministro, debe tener una remuneración suficiente por sus servicios, si su trabajo está hecho fielmente²².

El objetivo principal es vencer cada objeción de una forma serena y profesional. El colportor profesional hace que las objeciones contribuyan al logro de sus objetivos debido a que muchas objeciones que contienen señales de compra positivas, aunque estas a menudo están ocultas. Esta es la razón por la cual el colportor vigilante es capaz de utilizarlas por su bien²³.

¿Cómo debía hacerse este trabajo complementario? Mediante evangelistas de la página impresa (a menudo llamado colportores), “hombres de buen trato, que no rechazarán

²¹ Departamento de investigación de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, *La historia de nuestra iglesia* (Buenos Aires: Casa Editora Sudamericana, 1963), 266.

²² Kimber J. Lantry, *El rey que no podía predicar*, 59.

²³ Rudi H. Henning, *Caminos hacia el colportaje profesional* (Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1992), 39.

a otros ni serán rechazados... Aquellos que distribuyen folletos gratuitamente deberán llevar otras publicaciones para venderlas a todos los que las compraran. Los esfuerzos perseverantes reportaran en gran bien”²⁴.

Acerca del culto personal

Para el cristiano el comienzo del día no debe estar sobrecargado ni obstaculizado por los quehaceres múltiples que le esperan. Cada día que comienza está sometido al Señor que lo creó. Solamente la claridad de Jesucristo y su palabra resucitadora es capaz de disipar la oscuridad, la confusión de la noche y sus quimeras. Ella desvanece toda inquietud, toda impureza, toda aflicción y toda angustia. Por eso, al comienzo de nuestra jornada, debemos acallar todos los pensamientos y palabras inútiles, y dirigir nuestra primera palabra y nuestro primer pensamiento a aquel a quien pertenece toda nuestra vida. “Despierta tú que duermes, levántate de entre los muertos y Cristo te iluminará” (Ef. 5:14)²⁵.

El tiempo de la meditación diaria debe estar dedicado exclusivamente a la reflexión bíblica personal, a la oración personal y a nuestra intercesión personal. Los experimentos espirituales no tienen cabida aquí. Pero debemos dar a esas tres cosas el tiempo necesario ya que Dios mismo nos exige. Aunque durante largo tiempo la meditación no fuese otra cosa que un rendir cuentas de la pobreza de nuestro culto, ya sería suficiente.

Este tiempo de meditación personal no es un salto en el vacío sin fondo de la soledad, sino una ocasión de encontrarnos a solas con la palabra de Dios. Se nos ofrece así una base sólida sobre la que afirmarnos y una pauta segura para el camino.²⁶

²⁴ Herbert E. Douglass, *Mensajera del Señor*, 363

²⁵ Dietrich Bonhoeffer, *Vida en comunidad* (Salamanca: Ediciones Sígueme, 2003), 36.

²⁶ *Ibíd.*, 74.

Definición de términos

Colportaje

Viene del francés *colporteur* (el que lleva algo colgado del cuello), como se llamaba antiguamente al vendedor ambulante que iba casa por casa vendiendo pequeños y baratos artículos. También se aplicaba a quien transmitía noticias, vendía libros y otras cosas del mismo modo. Y en concreto, a los que difundían porciones de las Santas Escrituras, tenían la costumbre de llevarlos debajo de la ropa, colgando del cuello, en una bolsa.²⁷

Ministerio

La definición de la palabra “ministerio” indica la función del ministro. Este vocablo se deriva del latín (*minister*), que los antiguos romanos oponían a (*magíster*), pues mientras el término “magíster” era aplicado a los encargados de administrar justicia, los magistrados atribuían un “magis” más que los demás en competencia y honestidad, al término “magíster” se les suponía un (minus) menos que las autoridades al servicio de ellas. En este sentido, (ministro) equivale a “criado o persona al servicio de otra u otras personas”²⁸.

Uso bíblico del término “ministro”: El término “ministro” tiene ya en el Antiguo Testamento un énfasis similar a la del uso latino, lo cual ha de ser tenido en cuenta al hablar de ministerio en la iglesia. El término hebreo “mesharet” expresa normalmente el servicio en el templo y, por eso, la versión de los LXX (es decir, la traducción del Antiguo Testamento al griego del Nuevo Testamento) lo vertió por “leiturgos” de donde viene “liturgia”, que significa alguien que está a cargo de un servicio público. El Nuevo

²⁷ CNRTL, “Colporter”, *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales* (Cedex, France: Ortolang: Outils et ressources pour un traitement optimisé de la Langue, 2012), <http://www.cnrtl.fr/definition/colporter>

²⁸ Francisco Lacuela, *La iglesia cuerpo de cristo* (Barcelona: Editorial Clie, 1988), 191.

Testamento usa preferentemente el término “diakonos”, servidor, que se emplea primero en sentido general y luego en sentido técnico, o sea, específico, para designar un oficio determinado dentro de la iglesia²⁹. Es decir, que la palabra “diakonos”, o sea, servidor, ilustra que se puede usar para referirse al servicio que debe ejercer todo cristiano en la iglesia, según el don o los dones que haya recibido. Como también dicha palabra se designa para referirse a aquella persona que ha sido llamada por Dios para que se dedique a un servicio específico, llámese pastor, evangelista, maestro, o bien diakono.

Culto personal

Conságrate a Dios todas las mañanas; haz de esto tu primer trabajo. Sea tu oración: Tómame ¡oh Señor! como enteramente tuyo. Pongo todos mis planes a tus pies. Úsame hoy en tu servicio. Mora conmigo, y sea toda mi obra hecha en ti. Este es un asunto diario. Cada mañana, conságrate a Dios por ese día. Somete todos tus planes a Él, para ponerlos en práctica o abandonarlos, según te lo indicare su providencia. Podrás así poner cada día tu vida en las manos de Dios, y ella será cada vez más semejante a la de Cristo.³⁰

En su libro *El camino a Cristo*, Ellen White explica en una cita básicamente lo que es la devoción o el culto personal es un estado de consagración plena con Dios. Debe ser el momento más importante del día, el primer trabajo, el que está por sobre todas las otras actividades a realizar durante el día. Es el momento en el cual nos disponemos a las manos de Dios, el momento en el que nosotros nos entregamos por completo a Dios y sus planes. Es un trabajo diario, algo que debiera realizarse todas las mañanas diariamente.

²⁹ *Ibíd.*, 192.

³⁰ Elena G. de White, *El camino a Cristo* (Estados Unidos: Editorial Harvestime Books, 2004), 70.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se utiliza como base el método cuantitativo con alcance descriptivo, en el cual se genera y se aplica un instrumento utilizando la escala de Likert de cinco puntos, para luego describir los resultados obtenidos y de esa forma llegar a las distintas conclusiones de la investigación.

La gran cantidad de personas, ya sean adolescentes, jóvenes o adultos, que participan en las distintas campañas de colportaje sumado a la importancia que se le da al colportar dentro de la IASD y lo que participar de esto aporta, es lo que motiva a realizar esta investigación. El tema de esta investigación fue optado gracias a la sugerencia de un pastor especializado en el ámbito del colportaje.

Se comienza a elaborar una encuesta como instrumento para recopilar información. La misma se constituye de dos Secciones, una con preguntas cerradas y otra con afirmaciones.

Una vez conformada la encuesta se le entregó el resultante a profesores expertos para su que hicieran sugerencias, correcciones y ayudaran en la revisión de la misma. Estas correcciones y sugerencias aparecerán en el Anexo II.

La cantidad de colportores participantes en las distintas campañas de colportaje en la Unión Chilena es de 383 colportores. En dicha cantidad no están incluidos aquellos que trabajan como colportores regulares.

A continuación se podrá ver la cantidad de colportores participantes en las campañas

de colportaje de la Unión Chilena durante el período del verano 2017-2018.

Tabla 1.

*Datos de cantidad de colportores participantes en el periodo de verano 2017-2018*³¹

Colportores UCh verano 2017-2018	
Asociación Norte	50
Misión Chilena del Pacífico	23
Misión Sur Metropolitana	17
Asociación Metropolitana	81
Misión Central	34
Asociación Centro Sur	68
Asociación Sur Austral	110
Total General	383

Instrumento de recolección de información

El instrumento de medición para ésta investigación se realizará a través de dos secciones de preguntas cerradas,³² teniendo en cuenta que son más fáciles de codificar y analizar. Asimismo esta clase de preguntas cerradas, requieren un menor esfuerzo por parte de los encuestados al momento de dar sus respuestas.³³ Se utilizará específicamente en la sección II de la encuesta una escala tipo Likert el cual consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, frente a los cuales se pide la opinión de los participantes.³⁴ El instrumento será distribuido por el encuestador y posteriormente respondido por los colportores a través de un sistema online de formularios de Google Docs. A su vez, esta plataforma entrega ya tabulada y recopilada la información, los distintos gráficos y resultados correspondientes a cada pregunta realizada en la encuesta.

³¹ Datos entregados por Joadán Meza, directora del IDEC el 8 de junio del 2018.

³² Vymesiter N. Weber, *Manual de la investigación teológica* (Miami, Florida: Editorial Vida, 2009),

56.

³³ Roberto H. Sampieri, *Metodología de la investigación*, 221.

³⁴ *Ibíd.*, 245.

Quienes podrán contestar y participar en responder el instrumento serán los que cumplan con los parámetros establecidos: personas que participaron de alguna de las campañas de colportaje de la Unión Chilena durante el verano 2017-2018.

El instrumento busca analizar y graficar los resultados para visualizar la información acerca de la influencia que puede tener el colportaje en la formación del hábito del culto personal diario.

Cálculo del tamaño de la encuesta

Cuando se hace una muestra probabilística, uno debe preguntarse: ¿Cuál es el número de unidades muestrales que necesito para conformar una muestra representativa? La respuesta a esta pregunta busca encontrar una muestra que sea representativa del universo o población con cierto margen de error, nivel de confianza así como la probabilidad. Tenemos algunos datos que considerar al momento de calcular una muestra representativa, los mismos son: 1) Tamaño del universo: 2) Error máximo aceptable, 3) Porcentaje estimado de la muestra, 4) Nivel deseado de confianza.³⁵

1. Tamaño del Universo: es el número total de personas, empresas, población, etc., sobre el cual se realizara la muestra.
2. Error máximo aceptable: el error máximo aceptable se refiere a un porcentaje de error potencial que admitimos tolerar de que nuestra muestra no sea representativa de la población (de equivocarnos), los niveles de error pueden ir a 20 a 1, los más comunes son 5 y 1%, uno es el mínimo error y 5 es en 100, 5 posibilidades de equivocarnos.
3. Porcentaje estimado de la muestra: esto es la probabilidad de ocurrencia del

³⁵ Roberto H. Sampieri, *Metodología de la investigación*, 178.

fenómeno, representatividad de la muestra versus no representatividad, para esto utilizamos un porcentaje estimado del 50%, y que resulta lo más común, particularmente cuando seleccionamos por vez primera una muestra en una población.

4. Nivel deseado de confianza: es el complemento del error máximo aceptable (porcentaje de “acertar en la representatividad de la muestra”). Si el error elegido fue 5% el nivel deseado de confianza será del 95%³⁶.

Encuesta aplicada

En la aplicación de nuestra muestra los datos serán los siguientes:

Tamaño del Universo: En nuestro caso es el total de colportores de las campañas de colportaje del período del verano 2017-2018 en la UCh, lo que equivale a 383 colportores.

Error máximo aceptable: Será de un 5%, lo que brindará un 95% de confianza en nuestra muestra.

Porcentaje estimado de la muestra: El mismo como mencionamos en los fundamentos se utiliza en un 50%, justificado a que es la primera vez que se toma una muestra de esta población, para la investigación.

A continuación plantearemos la fórmula básica para el cálculo de una muestra representativa de una población determinada:

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

³⁶ *Ibíd.*, 178, 179.

n = tamaño de la muestra; z = nivel de confianza deseado; p = proporción de la población con la característica deseada (éxito); q = proporción de la población sin la característica deseada (fracaso); e = nivel de error dispuesto a cometer; N = tamaño de la población³⁷.

El manual de Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri propone utilizar una plataforma de estadística llamada “Stats” la cual viene incluida en su libro mediante un CD, el cual se encuentra disponible en la Biblioteca de la UnACh y es mediante éste que se puede calcular de forma muy sencilla la muestra de la población. Sin embargo son diversos los sitios web que proporcionan plataformas sencillas para realizar el mismo cálculo, simplemente señalando, el nivel de confianza, el margen de error y la población total de la cual se quiere obtener la muestra, son estos los mismos datos requeridos por el “Stats” para dicho cálculo.

Nivel deseado de confianza: Será del 95%, siendo el error máximo 5%.

En base al total de la población que son 383 colportores, calculamos que la muestra representativa con un 95% de confianza y un 5 % de error, es de 193 encuestas.³⁸

Para esta investigación alcanzamos 202 encuestas respondidas, lo cual mantiene el nivel de confianza en un 95%.

³⁷ Roberto H. Sampieri, *Metodología de la investigación*, 245.

³⁸ SurveyMonkey, “Sample Size Calculator”, SurveyMonkey, accedido 13 de julio de 2017, <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Los gráficos y resultados que se muestran a continuación fueron recopilados en formato SPSS³⁹ a través de la plataforma Google Docs⁴⁰, no se necesitó tabulación para los resultados, ya que el formulario Drive de Google Docs realiza automáticamente el ejercicio matemático, dando los resultados conforme se agregaban las respuestas en forma digital, https://www.google.com/intl/es-419_cl/forms/about/ (fiabilidad).

Los resultados pueden ser revisados y consultados en:

https://docs.google.com/forms/d/1TyF-NCzTiQRyB6UMJbK3TGQ_iNu-J2jK87AC4j61LeE/edit#responses

³⁹ **SPSS** es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias exactas, sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado. El nombre originario correspondía al acrónimo de *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), reflejando la orientación a su mercado original, aunque este programa es también muy utilizado en otros campos como las ciencias sociales y la mercadotecnia. Sin embargo, en la actualidad la parte SPSS del nombre completo del software (IBM SPSS) no es acrónimo de nada. <https://es.wikipedia.org/wiki/SPSS>.

⁴⁰ Google Docs es un sencillo pero potente procesador de texto, una hoja de cálculo y un gestor de presentaciones, con la particularidad de que pueden ser compartidos en red.

La principal ventaja de Google Docs es la gran cantidad de formatos que soporta (**SPSS**, DOC, XLS, ODT, ODS, RTF, CSV, PPT, entre otros) y la posibilidad de integrar presentaciones y, sobre todo, hojas de cálculo en nuestras webs de forma confiable y segura. Google Docs y Hojas de cálculos es un programa gratuito de procesamiento de textos y hojas de cálculos basados en la web que mantienen los documentos al día y permiten que los usuarios que elijas actualicen los archivos desde sus propios equipos. https://docs.google.com/document/d/1MGvaBe_D2VADkder4_yU_9-Q3UdRbp1ZYj9Z8p0MtWs/edit

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADO

En este capítulo veremos los resultados captados a partir de la encuesta realizada a los individuos. Los resultados son presentados en graficas que indican por cada pregunta la cantidad de respuesta por alternativa. También se ve indicado el porcentaje de dichas cantidades.

Sección I. Resultados gráficos de la encuesta

Edad

202 respuestas

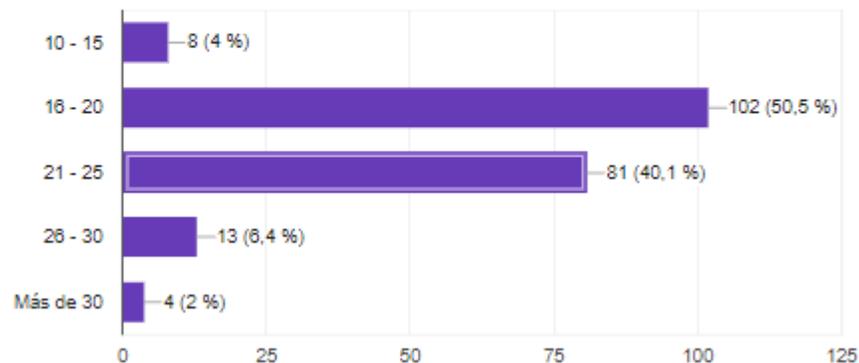


Figura 1. Edad.

En la gráfica podemos ver que la mayoría de los encuestados, con un porcentaje del 50.6% (102 personas), tienen entre 16-20 años. El segundo grupo con mayor cantidad es el de 21-25, con un 40.1% (82 personas) de las respuestas. Luego aparecen los otros tres grupos etarios con menos cantidad de participantes. 26-30 con el 6.4% (13 personas), 10-15

con un 4% (8 personas) y más de 30 con un 2% (4 personas).

Sexo

198 respuestas

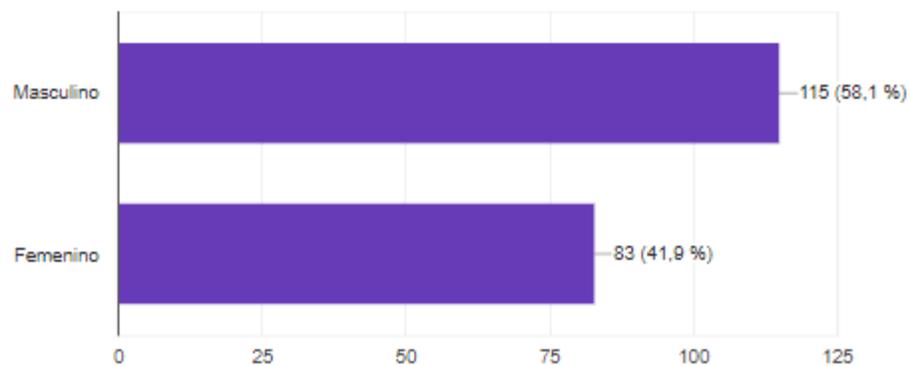


Figura 2. Sexo.

En la gráfica podemos apreciar que la mayoría de los encuestados son del sexo masculino con un 58.1% (115 personas) de las respuestas. Con respecto al sexo femenino, se alcanzó un 41,9% (83 personas) de los votos.

Campo al cual pertenece

202 respuestas

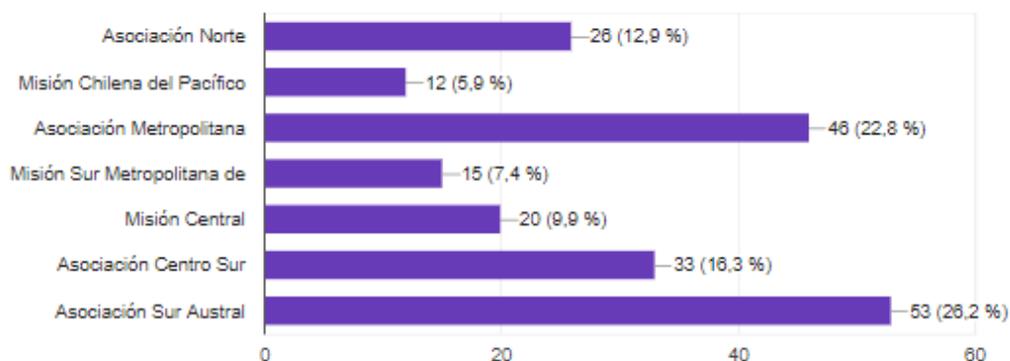


Figura 3. Campo al cual pertenece.

En la gráfica podemos observar que la mayoría de las personas que respondieron, con un 26.2% (53 personas) de las respuestas, pertenecen a la Asociación Sur Austral. Le sigue el grupo perteneciente a la Asociación metropolitana con un 22,8 % (45 personas) de las respuestas. Luego viene la Asociación Centro Sur con el 16,3% (33 personas). Más adelante tenemos a la Asociación Norte con un 12,9% (26 personas), la Misión Central con un 9,9% (20 personas), la Misión Sur Metropolitana con un 7,4% (15 personas) y por último la Misión Chilena del Pacífico con 5,9% (12 personas) del total de las respuestas.

Actividad Actual

201 respuestas

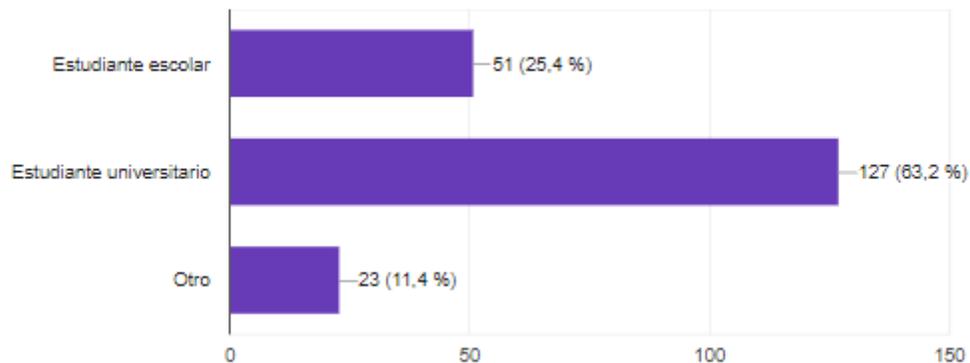


Figura 4. Actividad actual.

En la gráfica acerca de la actividad en la cual se desarrollan actualmente, podemos percibir que la gran mayoría pertenece al grupo de estudiante universitario con un 63,2% (127 personas). El segundo grupo mayoritario es el que corresponde a los estudiantes escolares con un 25,4% (51 personas). Por último el grupo que se dedica a otras actividades con un 11,4% (23 personas).

Tiempo que llevas como adventista

201 respuestas

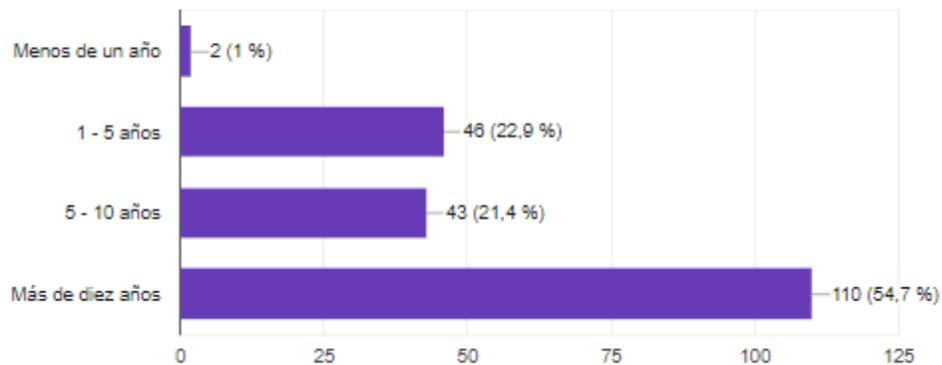


Figura 5. Tiempo que llevas como adventista.

En la gráfica podemos observar que la mayoría de los encuestados aparecen el grupo que indica que llevan más de diez años como adventista con un 54,7% (110 personas). Luego, de manera muy pareja, el grupo que corresponde a 1-5 años 22,9% (46 personas) y un poco más atrás el grupo de 5-10 años con 21,4% (43 personas). Por último con menos de un año como adventista solo el 1% (2 personas).

Veces que has colportado

202 respuestas

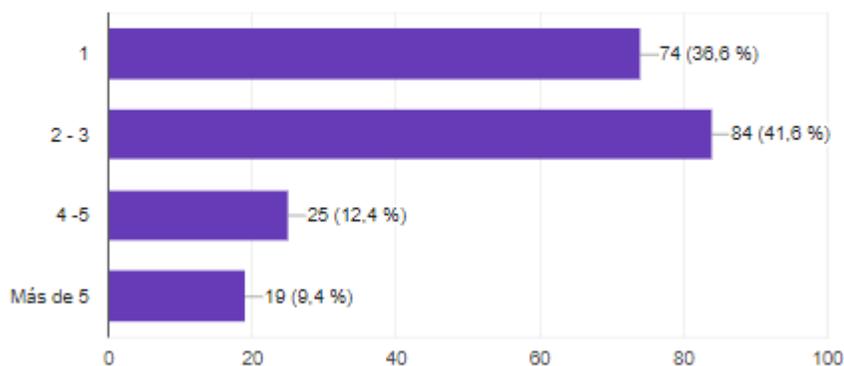


Figura 6. Veces que has colportado.

Con el 41,6% (84 personas), la mayor parte de los encuestados colportaron entre 2-3 veces. El grupo que le sigue, con un 36,6% (74 personas), ha colportado 1 vez. Luego el siguiente grupo con un 12,4% (25 personas), ha colportado entre 4-5 veces. Y por último los que colportaron más de 5 veces con un 9,4% (19 personas) de las respuestas.

Sección II. Tu opinión respecto al colportaje

Se utiliza la siguiente escala:

A= Totalmente en desacuerdo

B= Levemente en desacuerdo

C= Indeciso

D= Levemente de acuerdo

E= Totalmente de acuerdo.

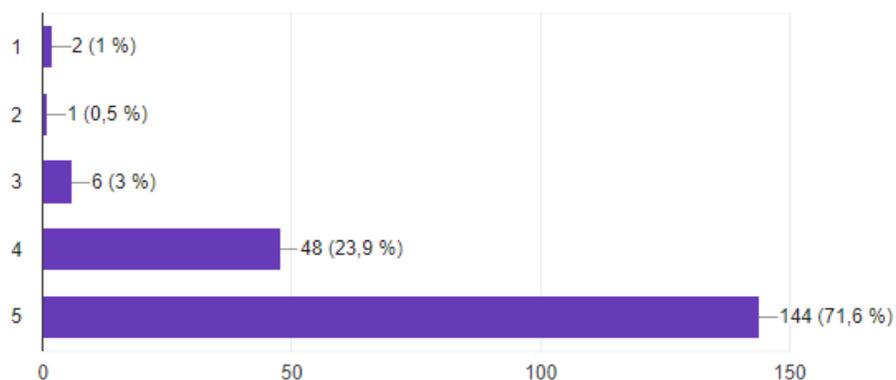


Figura 7. La parte espiritual es fundamental en la vida de una persona.

En esta gráfica podemos observar como la gran mayoría, con un 71,6 % (144 personas), dice estar totalmente de acuerdo. Luego le sigue con un 23,9% (48 personas) los que respondieron que están de acuerdo. Y más atrás, con un 3% (6 personas) los que están indecisos, 0,5% (1 persona) en desacuerdo, y por último, con el 1% (2 personas), los que están totalmente en desacuerdo.

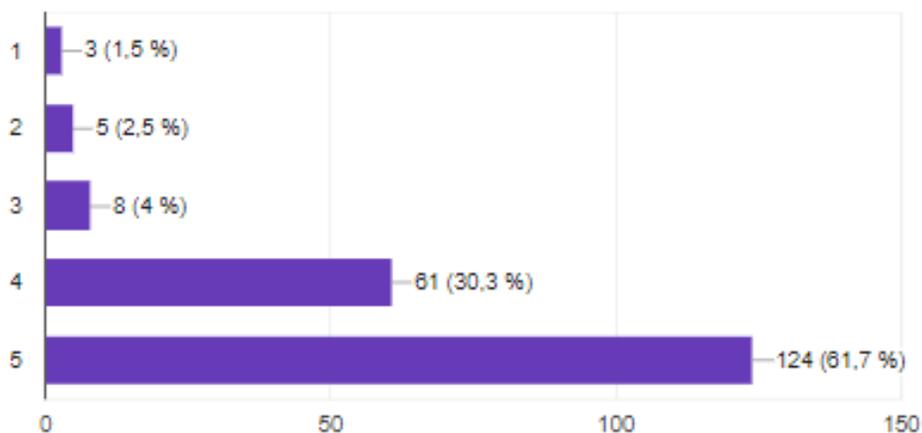


Figura 8. El colportaje fue una posibilidad de mejorar mi vida espiritual.

Podemos observar que el 61,7% (124 personas) respondió que está totalmente de acuerdo. Por otra parte el 30,3% (61 personas) contestó que está de acuerdo. Con un

porcentaje bastante más bajo, el 4% (8 personas) respondió que está indeciso, un 2,5% (5 personas) respondió estar en desacuerdo y por último un 1,5% (3 personas) dijo estar totalmente en desacuerdo.

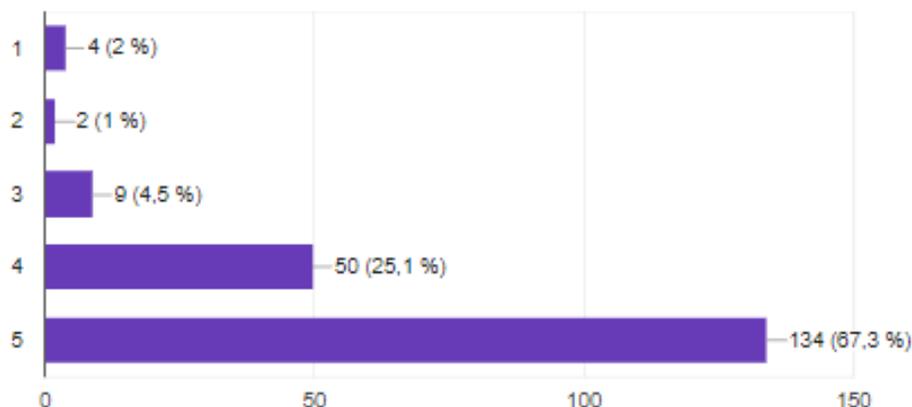


Figura 9. La parte espiritual es fundamental durante la campaña de colportaje.

Aquí observamos que el 67,3% (134 personas) dicen que están totalmente de acuerdo con la pregunta. Vemos también que el 25,1% (50 personas), dicen estar de acuerdo. Y en una cantidad mucho más baja observamos que el 4,5% (9 personas) dicen estar indecisos, un 1% (2 personas) dijo estar en desacuerdo y por último, un 2% (4 personas) dijeron estar totalmente en desacuerdo.

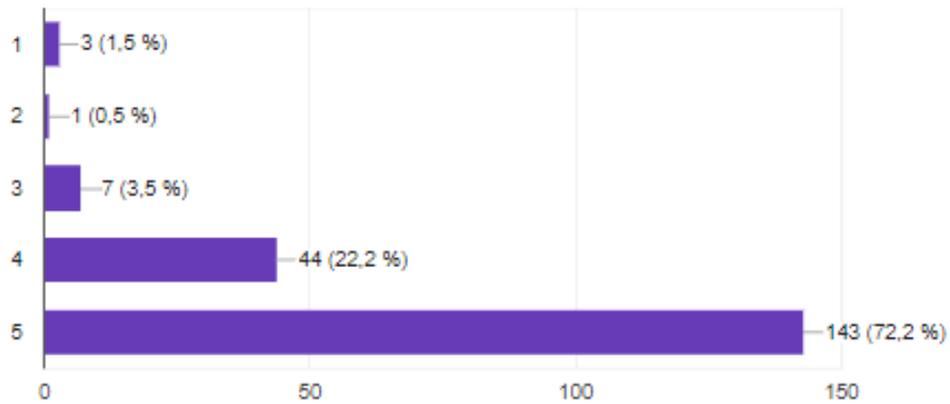


Figura 10. El culto personal es muy importante dentro de la vida espiritual.

El 72.2% (143 personas) dicen que están totalmente de acuerdo. Un 22.2% (44 personas) dijeron estar de acuerdo. Un 3.5% (7 personas) dice estar indeciso, mientras que el 0,5% (1 personas) dice estar en desacuerdo y por último, el 1.5% (3 personas) dicen estar totalmente en desacuerdo.

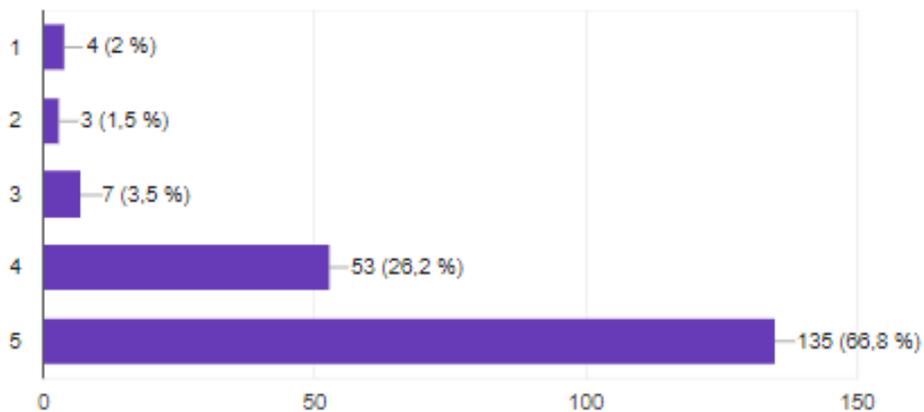


Figura 11. La campaña de colportaje me presentó un horario en el que incluía tiempo para el culto personal.

En esta grafica podemos ver que el 66,8% (135 personas) de los encuestados dicen estar totalmente de acuerdo. Podemos ver también que un 26,2% de ellos dicen estar de acuerdo. Y también observamos que un 3,5% (7 personas) dicen estar indecisos, seguido de

un 1,5% (3 personas) que dicen estar en desacuerdo, y por último, un 2% (4 personas) que dicen estar totalmente en desacuerdo.

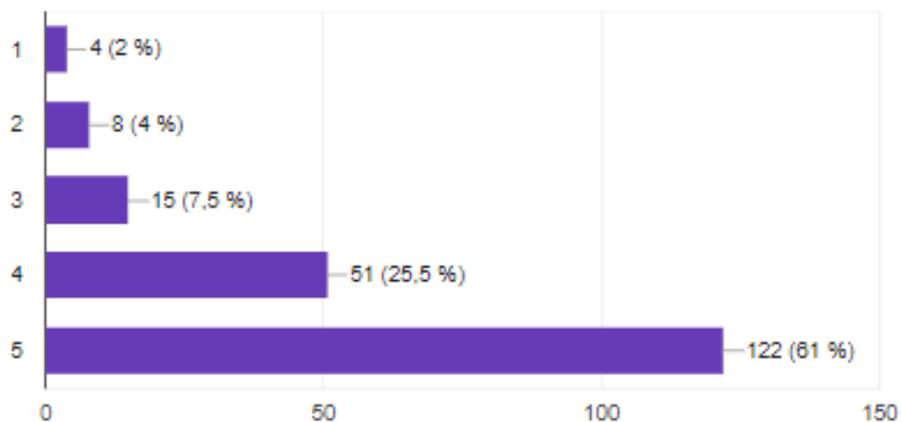


Figura 82. Durante la campaña el líder me motivó a realizar mi culto personal.

En esta gráfica vemos que el resultado más contundente es con el 61% (122 personas) que dijeron estar totalmente de acuerdo. Luego vemos que el 25,5 (51 personas) dicen estar de acuerdo. Y más adelante un 7,5% (15 personas) dice estar indeciso, un 4% (8 personas) dice estar en desacuerdo y un 2% (4 personas) dicen estar totalmente en desacuerdo.

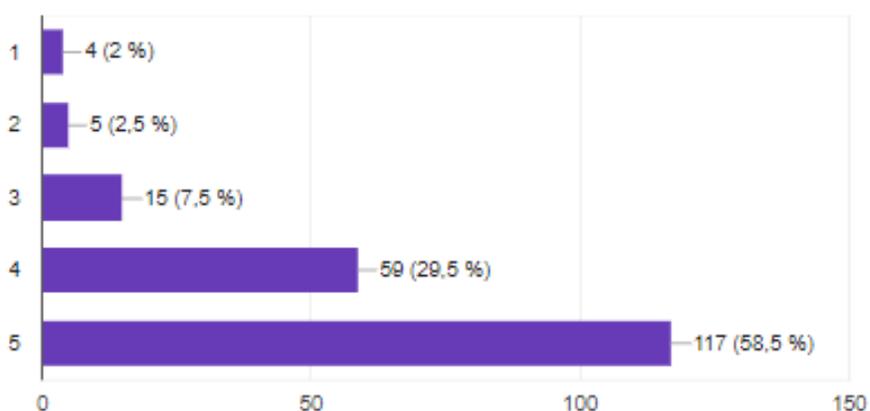


Figura 93. El colportaje me ayudó a comprender la importancia del culto personal.

Un 58,5% (117 personas) dicen estar totalmente de acuerdo, mientras que un 29,5% (59 personas) dicen estar de acuerdo. En una cantidad más inferior, vemos que el 7,5% (15 personas) indican estar indecisos, un 2,5% (5 personas) dicen estar en desacuerdo, y por último, el 2% (4 personas) dicen estar totalmente en desacuerdo.

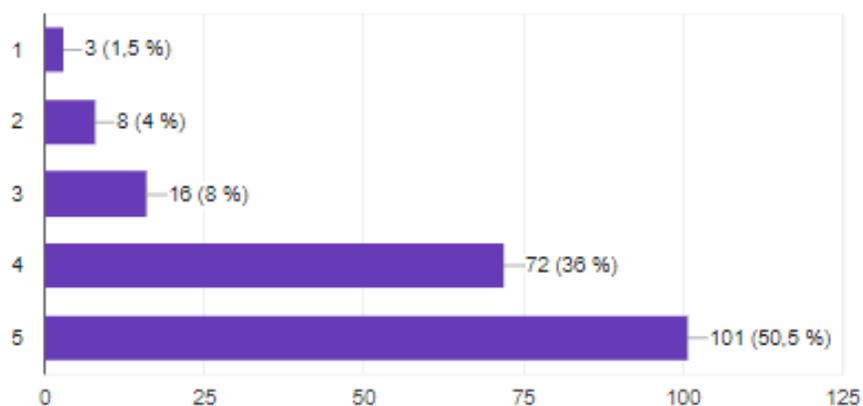


Figura 104. Durante la campaña de colportaje realicé todos los días mi culto personal.

Vemos en esta gráfica que el 50,5% (101 personas) dicen estar totalmente de acuerdo. Vemos también que un 36% (72 personas) dicen estar de acuerdo. Luego observamos que el 8% (16 personas) de los encuestados dicen estar indecisos. Y también,

que el 4% (8 personas) del total dice estar en desacuerdo y por ultimo un 1,5% (3 personas) dicen estar totalmente en desacuerdo.

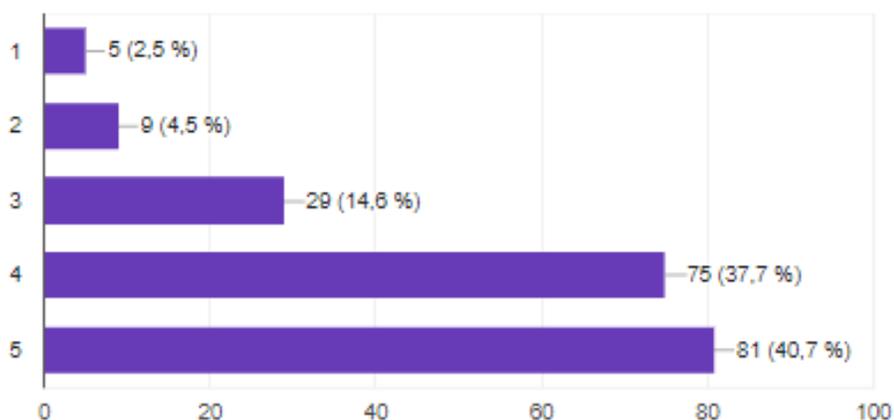


Figura 115. Al mes de terminar la campaña continué realizando mi culto personal todos los días.

Aquí vemos que el 40,7% (81 personas) dicen estar totalmente de acuerdo. Vemos también que el 37,7% (75 personas) dicen que están de acuerdo. Un 14,6% (29 personas) dice estar indeciso. Y en menor cantidad, un 4,5% (9 personas) dicen que están en desacuerdo y el 2,5% (5 personas) dicen estar totalmente en desacuerdo.

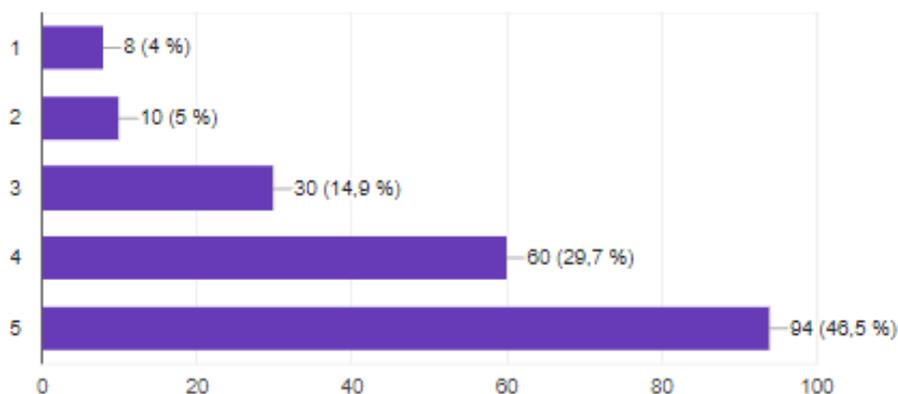


Figura 126. El colportaje me ayudó a formar el hábito de realizar mi culto personal diariamente.

Con respecto a esta gráfica, vemos que el 46% (94 personas) dicen estar totalmente de acuerdo. Vemos también que el 29,7% (60 personas) dice que está de acuerdo. El 14,9% (30 personas) dicen estar indecisos. Y más abajo con 5% (10 personas) dicen estar en desacuerdo y el 4% (8 personas) dicen estar totalmente desacuerdo.

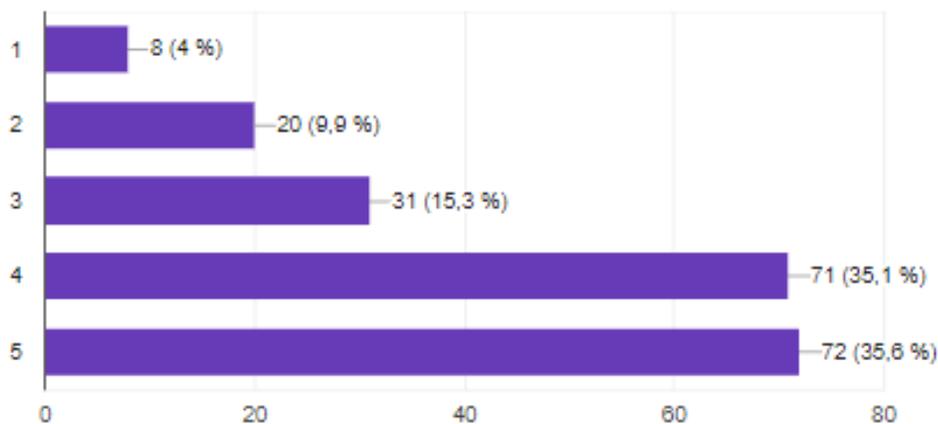


Figura 137. Al día de hoy realizo mi culto personal todos los días.

Un 35,6% (72 personas) dicen estar totalmente de acuerdo, levemente por sobre un 35%1 % (71 personas) que dijeron que están de acuerdo. Un 15.3% (31 personas) dice estar

indeciso, mientras que un 9,9% (20 personas) dicen estar en desacuerdo y un 4% (8 personas) dicen que están totalmente desacuerdo.

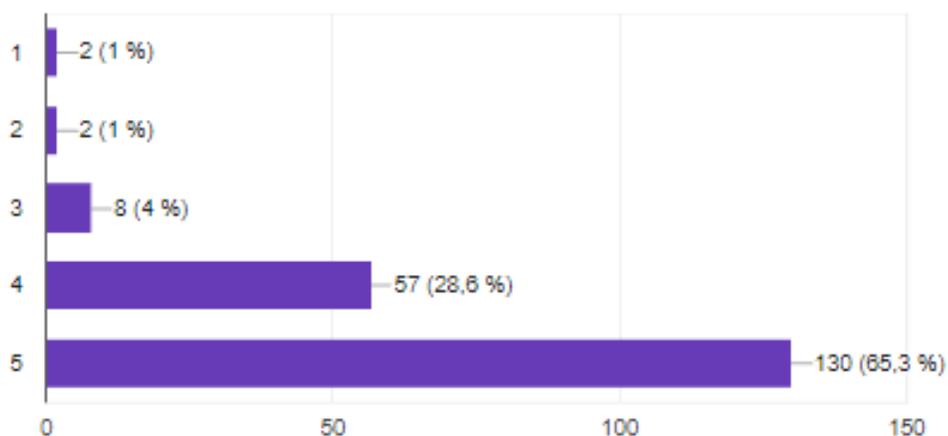


Figura 148. Entendiendo la importancia del culto personal.

En esta grafica vemos que un 65,3% (130 personas) dice estar totalmente de acuerdo, frente a un 28,6% (57 personas) que dicen estar de acuerdo. Vemos también a un 4% (8 personas) que dicen estar indecisos y por último, con un 1% (2 personas) tanto los que dicen estar de acuerdo, como los que dicen estar totalmente en desacuerdo.

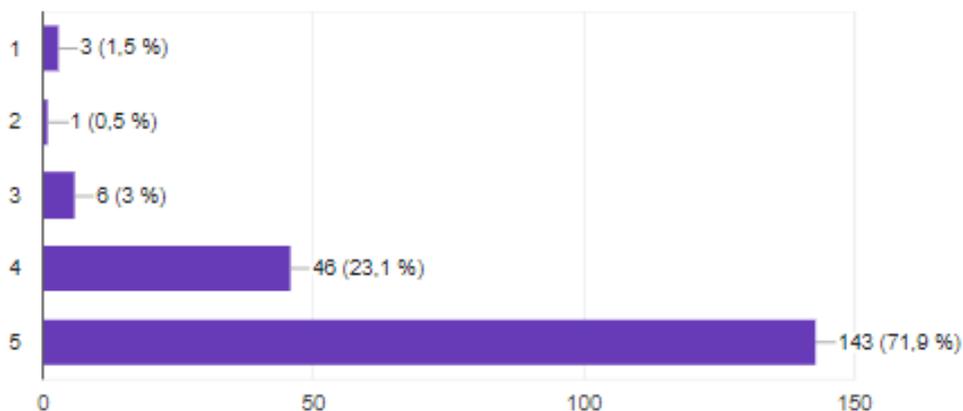


Figura 159. El culto personal me permite tener una mejor comunión con Dios.

El 71,9% (143 personas) dice estar totalmente de acuerdo. Luego vemos que un 23,1% (46 personas) dicen que están de acuerdo. Y en menos porcentaje vemos que un 3% (6 personas) están indecisos, un 0,5% (1 persona) que dice estar en desacuerdo y un 1,5% (3 personas) que dice estar totalmente en desacuerdo.

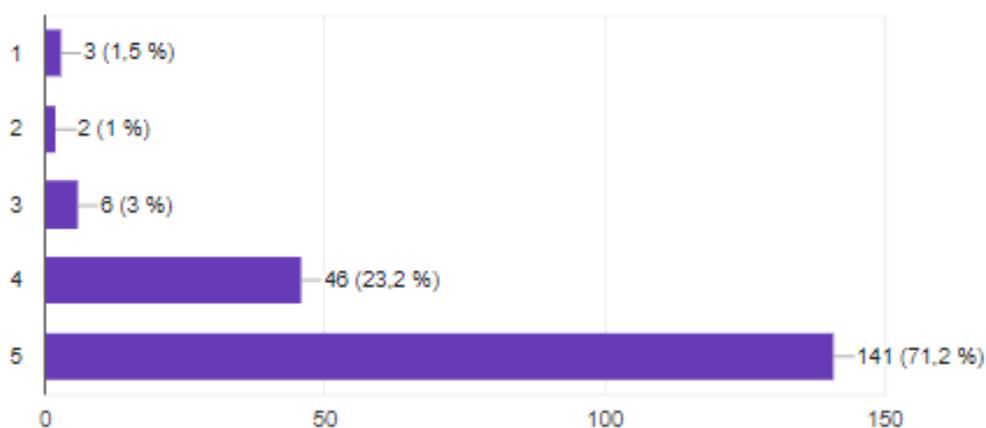


Figura 20. El culto personal hace que mi fe se fortalezca.

Aquí podemos observar que el 71,2% (141 personas) dicen estar totalmente de acuerdo. El 23,2% (46 personas) dicen que están de acuerdo. Un 3% (6 personas) dice que está indeciso, un 1% (2 personas) dicen que están en desacuerdo y un 1,5% (3 personas) dice que está totalmente en desacuerdo.

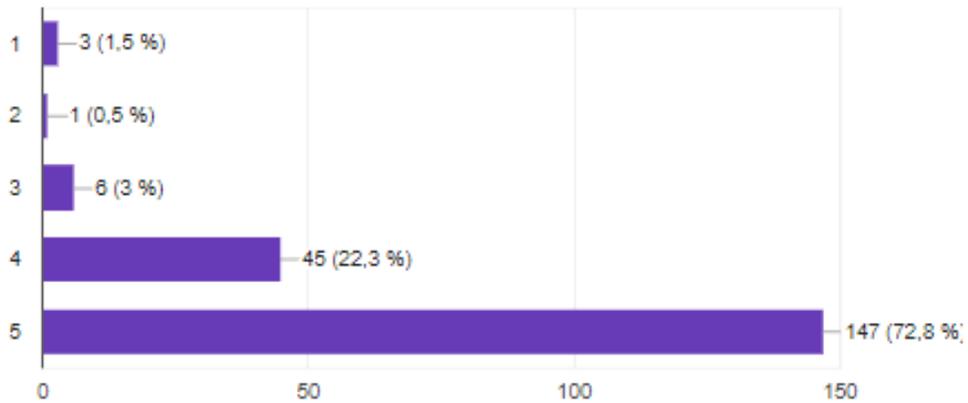


Figura 161. El culto personal me acerca a Dios.

El 72,8% (147 personas) dice que está totalmente de acuerdo. Un 22,3% (45 personas) dice que está de acuerdo. El 3% (6 personas) dice que está indeciso, y más atrás con un 0,5% (1 persona) dice que está en desacuerdo y un 1,5% (3 personas) dice que está totalmente en desacuerdo.

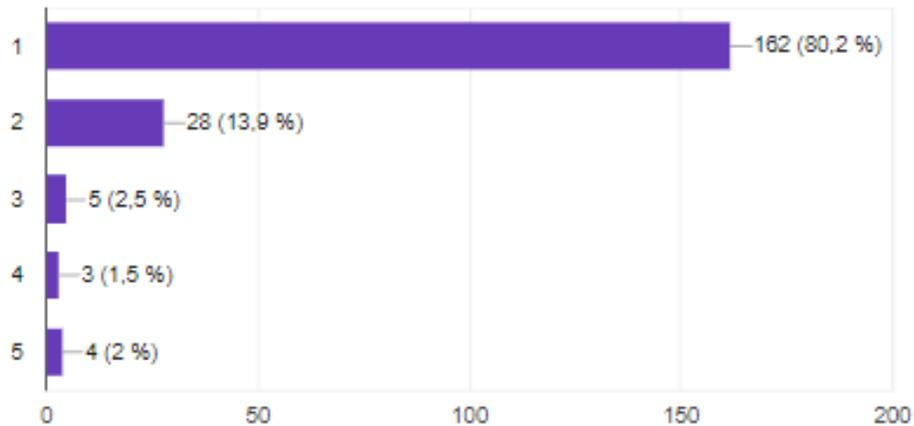


Figura 172. El culto personal es una pérdida de tiempo.

Un 80,2% (162 personas) dice que está totalmente en desacuerdo. Un 13,9 (28 personas) dice que está en desacuerdo. Luego vemos que un 2,5% (5 personas) está

indeciso, un 1,5% (3 personas) está de acuerdo y un 2% (4 personas) dice que está totalmente de acuerdo.

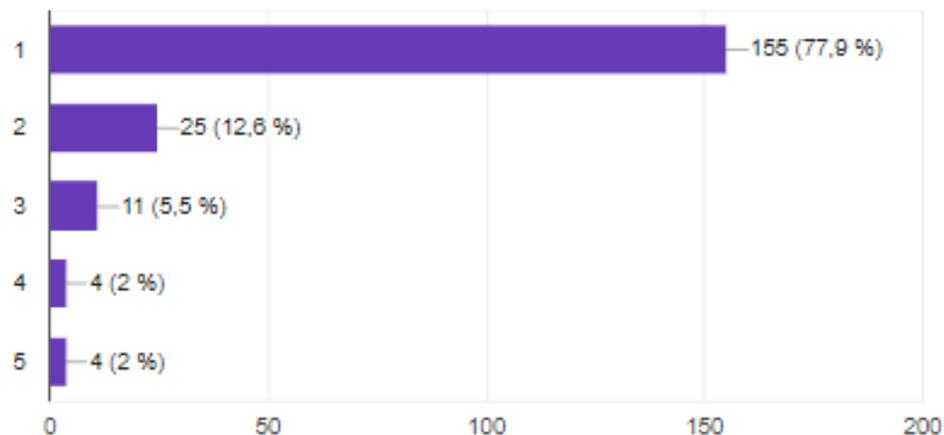


Figura 183. No veo la diferencia entre hacer o no hacer mi culto personal.

En esta gráfica el 77,9% (155 personas) dice estar totalmente en desacuerdo. Un 12,6% (25 personas) dice estar en desacuerdo. Y posteriormente un 5,5% (11 personas) dice estar indeciso, y finalmente con el mismo porcentaje, 2% (4 personas), los que dicen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo.

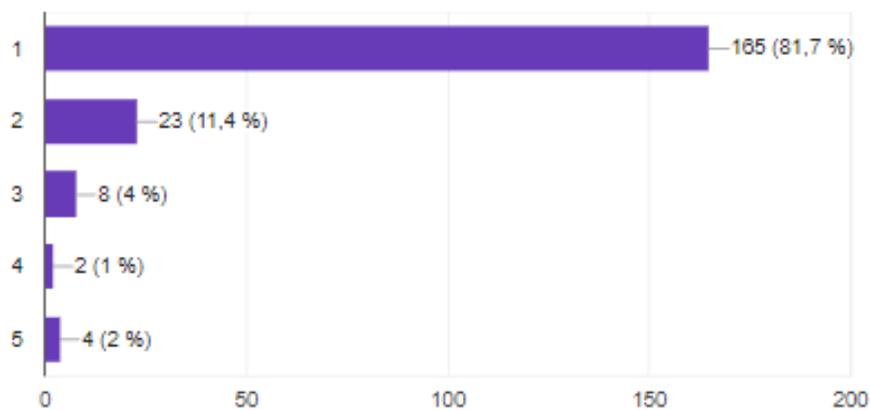


Figura 194. El culto personal no aporta en mi vida.

En esta gráfica los que manifiestan estar totalmente en desacuerdo son el 81,7% (165 personas). El 11,4% (23 personas) dice estar en desacuerdo. EL 4% (8 personas) dice que está indeciso, el 1% (2 personas) dice estar en desacuerdo y un 2% (4 personas) dice estar totalmente de acuerdo.

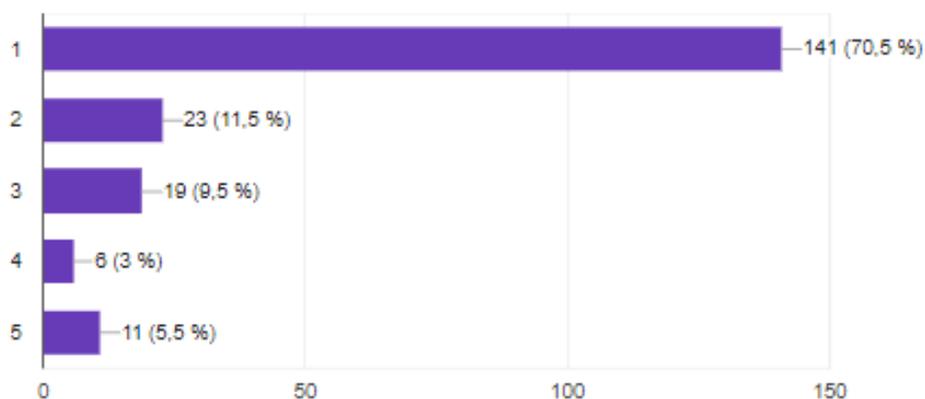


Figura 205. El culto personal no afectó en mi rendimiento al colportar.

En esta gráfica los que manifiestan estar totalmente en desacuerdo son el 70,5% (141 personas). El 11,5% (23 personas) dice estar en desacuerdo. EL 9,5% (19 personas) dice que está indeciso, el 3% (6 personas) dice estar en desacuerdo y un 5,5% (11 personas) dice estar totalmente de acuerdo.

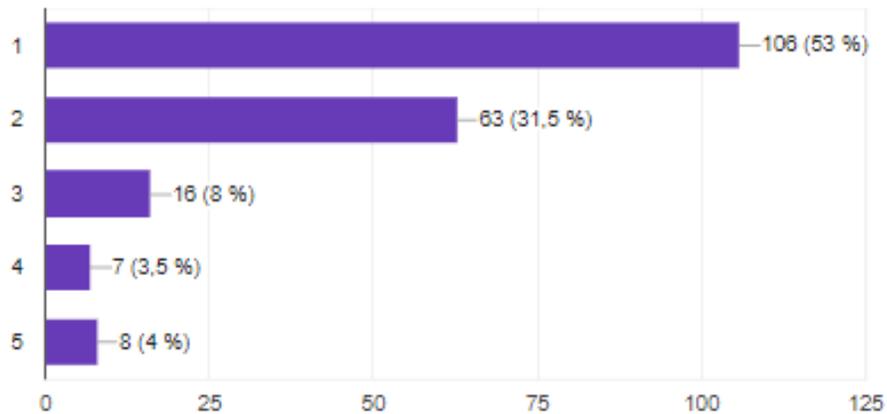


Figura 216. El colportaje no fue una ayuda en la formación del hábito de realizar mi culto personal.

Un 53% (106 personas) dice que está totalmente en desacuerdo. Un 31,5 (63 personas) dice que está en desacuerdo. Luego vemos que un 8% (16 personas) está indeciso, un 3,5% (7 personas) está de acuerdo y un 4% (8 personas) dice que está totalmente de acuerdo.

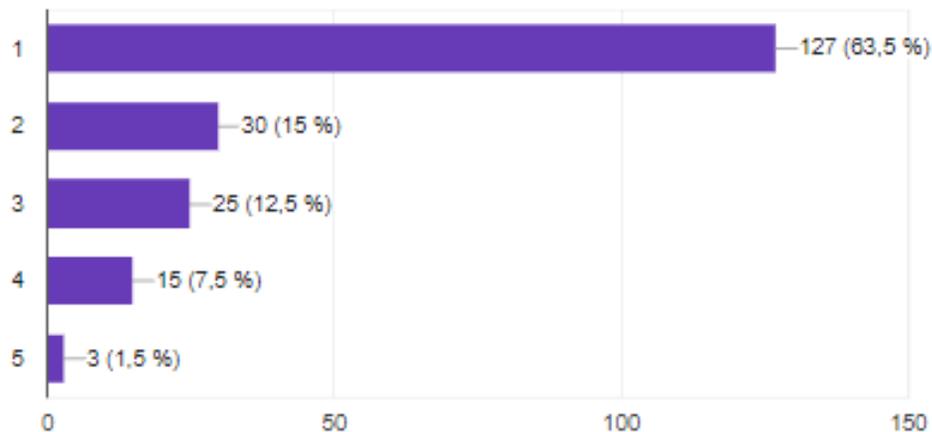


Figura 227. Durante la campaña prefería dormir antes que realizar mi culto personal.

En esta gráfica el 63,5% (127 personas) dice estar totalmente en desacuerdo. Un 15% (30 personas) dice estar en desacuerdo. Y posteriormente un 12,5% (25 personas) dice

estar indeciso, y finalmente con 7,5% (15 personas), los que dicen estar de acuerdo y con un 1,5% (3 personas) los que dicen estar totalmente de acuerdo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta sección veremos los resultados más relevantes obtenidos en los gráficos. A partir de los resultados, podremos obtener las conclusiones y también podremos saber que recomendaciones poder brindar.

Conclusiones de la Sección I

En total, la encuesta fue respondida por un total de 202 personas.

En esta sección podremos percibir datos más generales acerca de los encuestados. Vemos que la mayoría de quienes contestaron la encuesta son hombres, con una cantidad considerable por sobre la cantidad de mujeres. También vemos que la mayoría de los que respondieron son jóvenes que están en un rango etario de 16 a 25 años de edad. El hecho de que la mayoría de los que respondieron sean jóvenes hace que esta investigación sea más interesante por el hecho de que el tema del cual hablamos quizás suele ser más frecuente o normal entre adultos.

Del total de la población encuestada la mayoría pertenecen al campo ASACH y AMCh, llegando casi a la mitad del total entre los dos campos.

También observamos que dentro de los que colportores que respondieron el instrumento aplicado fueron jóvenes estudiantes, en su gran mayoría universitarios, en contraste con los que se dedican a otras actividades que son un grupo minoritario.

Del tiempo que los encuestados llevan como adventistas, la gran mayoría respondió

llevar más de diez años. La otra mitad se divide con una diferencia muy pequeña entre quienes llevan de uno a cinco años y los que llevan entre cinco y diez años como adventista.

Y por último, la gran mayoría de los que de los que respondieron se dividen los que colportaron entre dos y tres veces y los que colportaron solo una vez.

Conclusiones de la Sección II

Esta sección está compuesta por veintiuna preguntas, las cuales para esta etapa estarán separadas en dos grupos distintos. En el primer grupo estarán las preguntas que van relacionadas a la importancia que tiene el culto personal para ellos y sus vidas. Y en el segundo grupo entra las preguntas relacionadas al culto personal y el colportaje.

En primer lugar veremos el primer grupo de preguntas, que abarcan las gráficas 7,10, 18,19, 20, 21, 22, 23 y 24. Según los resultados de dichas gráficas podemos notar la gran importancia que tiene para la gran mayoría de los encuestados lo relacionado al culto personal y la vida personal de cada uno. En las gráficas 7 10, 18, 19, 20 y 21, el resultado “totalmente de acuerdo”, es ampliamente superior que el resto de las respuestas. Al igual que las preguntas de la 22 a la 24, donde los resultados muestran que la respuesta “totalmente en desacuerdo” es completamente superior a las demás alternativas. En todo el grupo se ve una gran importancia al culto personal, destacando la importancia en la cercanía con Dios que el realizarlo produce y el proporcionar un aumento en la fe. También destaco que una inmensa mayoría no ve el culto personal como una pérdida de tiempo, más bien lo ve como algo totalmente distinto, en este caso es una ganancia o una inversión de tiempo. También llama la atención el ver que los chicos si notan la diferencia entre realizar o no su devoción personal con Dios. Es muy probable que estos resultados tan positivos

hayan sido influenciados debido a que, como pudimos apreciar en la figura 5, la mayoría de los individuos que respondieron el instrumento llevan un tiempo suficiente como adventistas para comprender la importancia que tiene el culto personal.

En el segundo grupo se incluyen las gráficas 8, 9, 11, 12, 13,14, 15, 16, 17, 25, 26 y 27, las cuales están relacionadas por el culto personal o el sentido espiritual y el colportaje durante la campaña y también en lo que este puede aportar al individuo.

En la gráfica número 8, en relación a que si el colportaje fue una posibilidad de mejorar la vida espiritual, la gran mayoría respondió estar de acuerdo y totalmente de acuerdo. En ese grupo aparecen los que participaron por primera vez, como los que ya habían participado en veces anteriores, y si bien hay una mínima parte que responde estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, el hecho de que ambas partes anteriores mencionadas sea tan alto en comparación a lo bajo, el balance sea muy positivo.

En las gráficas 9, “La parte espiritual es fundamental durante la campaña de colportaje” y 13, “el colportaje me ayudó a comprender la importancia del culto personal”, vemos respuestas muy positivas, ya que en ambas preguntas con un amplio margen, predominaron las respuestas que dicen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo. Vemos como el colportaje es una ayuda importante para que la persona que va a colportar pueda entender que la devoción personal es un aspecto fundamental. Podemos sumar a estas dos gráficas, la numero 25, que explica la pregunta “el culto personal no afecto en mi rendimiento al colportar”, en la cual si bien la mayoría, en una gran cantidad, dijo estar en total desacuerdo, a diferencia de las anteriores gráficas, la cantidad de personas que respondieron estar indeciso, de acuerdo y en total acuerdo aumentó considerablemente. Podemos concluir que para varios, si bien el culto personal es algo importante, no tendría mucho que ver con el rendimiento o el resultado del colportaje. Sin embargo, Para muchos

si tiene mucho que ver.

La grafica numero 11 presenta las respuestas de la pregunta “la campaña de colportaje me presentó un horario que incluía tiempo para el culto personal”. En la parte final de esta investigación, será añadido como anexo dos documentos que presentan horarios para la campaña de colportaje. Uno fue entregado por Joadán Meza, directora de Idec, y el otro por Gerson Bobadilla, líder de la campaña Gibor, de la AMCh. Dichos documentos son presentados como ejemplos de que las campañas de colportaje presentan, o al menos así debiera ser, un horario y que en dicho horario está incluido un tiempo adecuado para que cada colporteur realice su devoción personal. De hecho la gran mayoría de los encuestados respondió estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta. Solo fueron unos pocos que respondieron lo contrario. El hecho de que las campañas presenten un horario es sumamente positivo para el buen funcionamiento del día a día del colporteur y de la campaña en general. Y más positivo aun es que presenten dentro del horario un espacio dedicado a la devoción personal, ya que de esta manera colabora directamente con la formación del hábito, o en también que se le haga familiar o una costumbre el tener un tiempo dedicado de forma personal.

Podemos unir a la pregunta anterior, la que aparece en la gráfica 1e que dice “durante la campaña el líder me motivó a realizar el culto personal”. El rol del líder, al igual que en todo grupo de personas, es fundamental. El líder debe acompañar al que está bajo su cargo y ser un agente motivador en todo aspecto, pero más aún cuando se trata de algo relacionado con lo espiritual. En este sentido, según las respuestas obtenidas, el balance es muy positivo, ya que sumando los que están de acuerdo con los que están totalmente de acuerdo, el 86,5% afirma tener un líder motivador en el sentido del culto personal. Y si bien la suma de las respuestas restantes, el 13,5% es bastante inferior, es

importante que se pueda trabajar para que sea aún más baja, y más aún, que llegue a ser nula por completo.

La gráfica número 14, que refleja los resultados de la pregunta “durante la campaña de colportaje realicé todos los días mi culto personal”. En esta grafica podemos observar que la gran mayoría se sigue manteniendo dentro de los que están de acuerdo y totalmente de acuerdo. Si bien, no todos estuvieron totalmente de acuerdo, lo que implicaría que realizaron completamente todos los días su culto, aun así mantiene una gran cantidad de personas que lograron cumplir con aquello. Es posible que la principal razón por la que la mayoría de los que no realizaron su culto personal todos los días sea el sueño, el dormir. Sin embargo la mayor parte de las respuestas indican estar totalmente en desacuerdo con esta pregunta, lo que implicaría que al parecer podría haber distintas razones de peso para no lograr cumplir de la mejor forma con este objetivo.

Las gráficas número 15 y 17 tienen mucha relación ya que ambas nos muestran como pudo perdurar en el tiempo, luego de terminar la campaña, el acto de realizar su culto personal diariamente. La gráfica número 15 presenta los datos de la pregunta “al mes de terminar la campaña continué realizando mi culto personal todos los días”. En comparación con los resultados presentados en la gráfica número 14, hubo un número significativo de personas que dejaron de hacer su culto personal diariamente. De un total de 101 personas que respondieron estar totalmente de acuerdo en que realizaban el culto todos los días en la campaña, el número bajó a 81 personas que fueron las que al mes de concluir la campaña se mantuvieron aun firmes realizando diariamente su devoción personal. El número de bajas principalmente aumentó entre los que se encuentran indecisos, lo que podría indicar que lo mantienen pero de modo más casual y no diariamente.

Si bien la baja fue significativa al mes de terminar la campaña, el resultado es un

poco más alentador al visualizar la gráfica número 17 que nos indica que al día de hoy, casi a tres meses desde el término del periodo de colportaje, 72 personas continúan realizando su culto personal diariamente. Con respecto a la pregunta anterior fueron 9 personas que dejaron de realizarlo. Fijándonos en esa alternativa la disminución no es tan alta. Sin embargo el cambio significativo es que de las categorías que se restaron fueron en la de los que están indecisos, de acuerdo y totalmente de acuerdo, pasaron a estar en desacuerdo principalmente y un pequeño número a totalmente de acuerdo, indicando prácticamente que ya no realizan su culto personal. Aun así, habiendo un número de personas que dejaron de realizarlo, el balance a modo general en estas dos últimas gráficas podría considerarse positivo, ya que la mayor cantidad de personas han logrado mantenerse ya sea realizando su devoción personal todos los días o habitualmente.

Por último, las gráficas 16 y 20, apuntan a lo mismo. Y es saber directamente si para los encuestados, el colportaje fue una real ayuda en la formación del hábito de realizar un culto personal diario. En ambas el resultado fue similar, siendo la mayoría la que afirma que el colportaje si influyó en la formación de dicho hábito. Los resultados de estas preguntas muestran que a pesar de que no todos lograron mantener con el tiempo el realizar su devoción personal diariamente, si la gran mayoría reconoce la ayuda que el colportaje aporta en esto. Ya sea por las motivaciones que pueda realizar el líder, o por el horario que se debe cumplir, quizás por una influencia de algún compañero de campaña, o a lo mejor por el hecho de estar allí inmersos en lo que es el participar, etc., la gran mayoría dice y reconoce la ayuda, por lo tanto la influencia del colportaje en la formación del hábito de realizar el culto personal diariamente.

Recomendaciones

Las recomendaciones son a partir de las conclusiones obtenidas en los gráficos resultantes del instrumento. A partir de los resultados gráficos obtenidos podemos sugerir las siguientes recomendaciones:

1. Promocionar más el área del colportaje, dando un énfasis en que es una instancia real para fortalecer la vida espiritual.
2. Guiar e instruir a los líderes de campaña para que puedan ser agentes más motivadores aún y principalmente a través del ejemplo fortalecer de manera más profunda a los jóvenes que participan en las campañas.
3. En las campañas hacer un énfasis importante e intenso en la importancia del fortalecimiento espiritual y del tener una devoción personal, utilizando incentivos y premios a los que vayan logrando cumplir con los objetivos.
4. Que el líder de cada campaña cree un programa para aplicarlo de modo previo a la campaña de colportaje, donde pueda trabajar en el fortalecimiento de la parte espiritual y donde pueda conocer con mayor profundidad acerca del culto personal.
5. Crear un manual para o una especie de curso acerca de cómo poder tener una buena devoción personal con Dios.

ANEXOS

ANEXO 1
INSTRUMENTO

Estimado: Usted tiene en sus manos una encuesta que nos ayudará a determinar: “LA INFLUENCIA DEL COLPORTAJE EN LA FORMACIÓN DEL HÁBITO DEL CULTO PERSONAL.”

Agradecemos su participación al completar estos datos, los cuales serán de gran utilidad para esta investigación.

Esta encuesta es de carácter confidencial.

El instrumento tiene dos secciones: sección I para datos generales y Sección II con respecto a datos específicos.

Sección I.

Por favor seleccione la opción que le identifica.

Información general

- Edad: 10 – 15 ____ 16 – 20 ____ 21 – 25 ____ 26 – 30 ____ Más de 30 ____
- Sexo: Masculino ____ Femenino ____
- Campo al cual pertenece: Asociación Norte ____ Misión Chilena del Pacífico ____
Asociación Metropolitana ____ Misión Sur Metropolitana ____ Misión Central ____
Asociación Centro Sur ____ Asociación Sur Austral ____
- Actividad actual: Estudiante universitario ____ Estudiante escolar ____ Otro ____
- Tiempo que lleva como adventista:
Menos de un año ____ 1 – 5 años ____ 5 – 10 años ____ Más de diez años ____
- ¿Cuántas veces has colportado? 1 ____ 2 – 3 ____ 4 – 5 ____ Más de 5

Sección II.

En esta sección las afirmaciones que aparecen en la tabla están relacionadas al individuo como colportor.

Para completarla se utiliza la siguiente escala:

1= Totalmente en desacuerdo, **2**=Levemente en desacuerdo, **3**=Indeciso

4= Levemente de acuerdo, **5**= Totalmente de acuerdo.

1 2 3 4 5

1. La parte espiritual es fundamental en la vida de una persona.					
2. El colportaje fue una posibilidad de mejorar mi vida espiritual.					
3. La parte espiritual es fundamental durante la campaña de colportaje.					
4. El culto personal es muy importante dentro de la vida espiritual.					
5. La campaña de colportaje me presento un horario en el que incluía tiempo para el culto personal.					
6. Durante la campaña el líder me motivó a realizar mi culto personal.					
7. El colportaje me ayudo a comprender la importancia del culto personal.					
8. Durante la campaña de colportaje realicé todos los días mi culto personal.					
9. Al mes de terminar la campaña continué realizando mi culto personal todos los días.					
10. El colportaje me ayudo a formar el hábito de realizar mi culto personal diariamente.					
11. Al día de hoy realizo mi culto personal todos los días.					
12. Entiendo la importancia del culto personal.					
13. El culto personal me permite tener una mejor comunión con Dios.					
14. El culto personal hace que mi fe se fortalezca.					
15. El culto personal me acerca a Dios.					
16. El culto personal es una pérdida de tiempo.					
17. No veo diferencia entre hacer o no hacer mi culto personal.					

18. El culto personal no aporta en mi vida.					
19. El culto personal no afecto en mi rendimiento al colportar.					
20. El colportaje no fue una ayuda en la formación del hábito de realizar mi culto personal.					
21. Durante la campaña prefería dormir antes que realizar mi culto personal.					

ANEXO 2

VALIDACIÓN POR EXPERTOS DE ENCUESTA ACERCA DE LA INFLUENCIA DEL COLPORTAJE EN LA FORMACIÓN DEL HÁBITO DEL CULTO PERSONAL EN LOS COLPORTORES

El estudio se limita a los colportores del verano 2017-2018 y pretende descubrir la importancia y la posible incidencia que puede tener el colportaje en una parte importante en la vida espiritual de cada persona: El culto personal.

Objetivo general:

Investigarla influencia que tiene el colportaje en la formación del hábito del culto personal en los individuos que colportan.

Objetivos específicos:

- Reflejar gráficamente la influencia del colportaje en la formación y en la fomentación del hábito del culto personal.
- Determinar si el resultado de esa posible influencia perdura en el tiempo.
- Identificar si el colportaje es un factor determinante en la formación del hábito del culto personal en el colportor dentro y fuera de la campaña de colportaje.
- Analizar si el culto personal tiene importancia o no para los colportores.

En las siguientes páginas usted evalúa el cuestionario para poder validarlo.

En las respuestas de las escalas tipo Likert, por favor, marque con una X la respuesta escogida entre las seis opciones que se presentan en los casilleros, siendo:

1: Totalmente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Indeciso

5: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

Evaluación general de la encuesta				
	excelente	buena	Regular	Deficiente
Validez del contenido de la encuesta				

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Identificación del docente

Nombre completo:	
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	
Fecha de validación (día, mes y año):	
Firma:	

Valoración general del cuestionario

Por favor, marque con una X la respuesta escogida entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

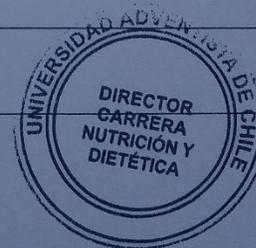
Evaluación general de la encuesta				
	excelente	buena	Regular	Deficiente
Validez del contenido de la encuesta		X		

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	Modificación algunas preguntas para que se entiendan Mejor (Redactor Mejor). No olvidar los signos de puntuación.

Identificación del docente

Nombre completo:	Natalia Silva Toro
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	Directora Carrera Nutrición y Dietética UNACH
Fecha de validación (día, mes y año):	15/06/2018
Firma:	Natalia S



Alvaro Pablo Díaz

~~Eliminado~~

~~Apreciado colportor:~~ Usted tiene en sus manos una encuesta que nos ayudará a determinar: "La influencia del colportaje en la formación del hábito del culto personal."

~~AGRADECER~~

~~Se agradece su participación, sinceridad y honestidad al completar estos datos, los cuales serán de gran utilidad para esta investigación.~~ "FORMA 7"

~~Esta encuesta es de carácter confidencial.~~

El instrumento tiene dos secciones, Sección I para datos generales y Sección II con respecto a su opinión personal.

datos personales

~~Muchas gracias.~~

Pr. Joel Alvarez

Valoración general del cuestionario

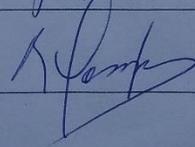
Por favor, marque con una X la respuesta escogida entre las cuatro opciones que se presentan en los casilleros:

Evaluación general de la encuesta				
	excelente	buena	Regular	Deficiente
Validez del contenido de la encuesta		X		

Observaciones y recomendaciones en general del cuestionario:

Motivos por los que se considera no adecuada	
Motivos por los que se considera no pertinente	
Propuesta de mejora (modificación, sustitución o supresión)	

Identificación del docente

Nombre completo:	Renel Gomez
Filiación (ocupación, grado académico y lugar de trabajo):	Docente Area Especialidad
Fecha de validación (día, mes y año):	12 Junio 2018
Firma:	

ANEXO 3

HORARIO DE LA CAMPAÑA GIBOR

Levantada – oración grupal	6:00- 6:15 hrs.
Aseo personal - aseo de la pieza	6:15- 6:55 hrs.
Culto personal	7:00 – 8:15 hrs.
Desayuno	8:15 – 8:45 hrs.
Aseo general	8:45 -9:00 hrs.
Culto grupal	9:00 – 9:45 hrs.
Salida a terreno	9:45 hrs.
Regreso a la campaña	20:30 hrs.
Depósitos	21:30 hrs. en adelante
Retiro de libros	21:30 hrs. en adelante
Cena	21:30 hrs. en adelante
Informe	21:30 hrs. en adelante
Descanso	22:30 hrs.

ANEXO 4

MODELO HORARIOS PARA CAMPAÑAS IDEC

LUNES A JUEVES

Levantada- Aseo personal	6:15 – 6:55
Culto Personal	6:55 – 8:00
Desayuno	8:00 – 8:40
Aseo General	8:40 – 9:00
Culto General	9:00 – 9:30
Salida al territorio	9:30.
Trabajo	10:00 – 13:00
Almuerzo	13:00 – 14:00
Trabajo tarde	14:00 – 20:45
Salida del territorio	20:45
Hora de silencio	22:30

VIERNES

Levantada- Aseo personal	6:15 – 6:55
Culto Personal	6:55 – 8:00
Desayuno	8:00 – 8:40
Aseo General	8:40 – 9:00
Culto General	9:00 – 9:30
Salida al territorio	9:30.
Trabajo	10:00 – 13:00
Almuerzo	13:00 – 14:00
Trabajo tarde	14:00 – 16:30
Salida del territorio	16:30
Recepción de Sábado	18:00
Hora de silencio	22:30

SABADO

Levantada- Aseo personal	7:00 – 7:40
Culto Personal	7:40 – 8:40
Desayuno	8:40 – 9:10
Aseo	9:10 – 9:20.
Culto	9:30 – 13:00
Almuerzo	13:00 – 14:00
Descanso	14:00 – 20:45
Cena	20:00
Actividad de Campaña	20:45 – 22:45
Hora de silencio	23:00

DOMINGO

Levantada- Aseo personal	7:45 – 8: 15
Culto Personal	8:15 – 9:15
Desayuno	9:15 – 9:55
Culto General	10:00 – 10:45
Aseo General	10:45 – 11:30
Capacitación	11:30 – 12:30.
Almuerzo	13:00 – 14:00
Salida al territorio	14: 10
Trabajo	14:30 – 20:3
Salida del territorio	20:45
Hora de silencio	22:30

LISTA DE REFERENCIAS

- CNRTL. "Colporter". *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*. Cedex, France: Ortolang: Outils et ressources pour un traitement optimisé de la Langue, 2012. <http://www.cnrtl.fr/definition/colporter>
- Departamento de Investigación de de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. *La historia de nuestra iglesia*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1963.
- Douglass, Herbert. E. *Mensajera del Señor*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2012.
- Francisco, Lacuela. *La Iglesia cuerpo de Cristo*. Barcelona: Clie, 1988.
- Greenleaf, Floyd. *Historia de la educación adventista*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2010.
- Henning, Rudi H. *Caminos hacia el colportaje profesional*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1992.
- Knight, George.R. *Filosofía y educación*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014.
- Lantry, Kimber.J. *El rey que no podía predicar*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014.
- Reina, Casiodoro de, Cipriano de Valera, y Andrews University. *Biblia de estudio de Andrews: Ilumina, profundiza, clarifica*. Buenos Aires, Argentina: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014.
- Sampieri Roberto H., *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL, 2010.
- Schwarz, Richard.W. *Portadores de luz*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1999.
- Sudamericana, Asociación Casa Editora. *Biblia de estudio de Andrews*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2014.
- Tevni G. Guerra. *Cómo elaborar una propuesta de investigación*. Montemorelos: Publicaciones Universidad de Montemorelos, 2004), 36.
- Vymesiter N. Weber. *Manual de la investigación teológica*. Miami, Florida: Editorial Vida, 2009.
- White, Elena.G. *Joyas de los testimonios T3*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2001.
- _____. *Joyas de los testimonios T2*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 1975.

_____. *Mensajes para los jóvenes*. Oakland, California: Pacific Press, 1967.

_____. *Mensajeros de esperanza*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2001.

_____. *El ministerio de las publicaciones*. Buenos Aires: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2015.

Zambra, Leopoldo.R. *Con su Espíritu*. Santiago: Servicio Educacional Hogar y Salud, 1994.