

¿Cómo llega una persona española

a Cristo?





¿Cómo llega una persona española a Cristo?

Este documento recoge la evaluación del Grupo de Trabajo de Evangelización Autóctona del Movimiento de Lausana España, sobre una encuesta realizada en marzo de 2025 entre personas autóctonas de nuestro país, criadas en familias no evangélicas y que han llegado a conocer a Cristo en los últimos 15 años.

Agradecemos la gran bendición que supone para las iglesias españolas el crecimiento del evangelio entre la inmigración y, a la vez nos reta el bajo índice de conversiones entre la población autóctona. La motivación de esta iniciativa es encontrar algunas claves para llegar con el evangelio a la población española autóctona. Nos motiva el espíritu del apóstol Pablo cuando dijo: “Tengo el corazón lleno de amarga tristeza e infinito dolor, por mi pueblo, mis hermanos judíos.” (Rom.9:1-3) (NTV). Los objetivos que se propuso la encuesta fueron, en primer lugar, entender cómo las personas españolas perciben a Dios, a las iglesias y las personas evangélicas; y en segundo lugar, utilizar esta información para desarrollar formas más efectivas de compartir el evangelio respondiendo a las preguntas, expectativas e inquietudes que realmente tienen. Agradecemos la colaboración de todos los que ha participado difundiendo y rellenando la encuesta.¹

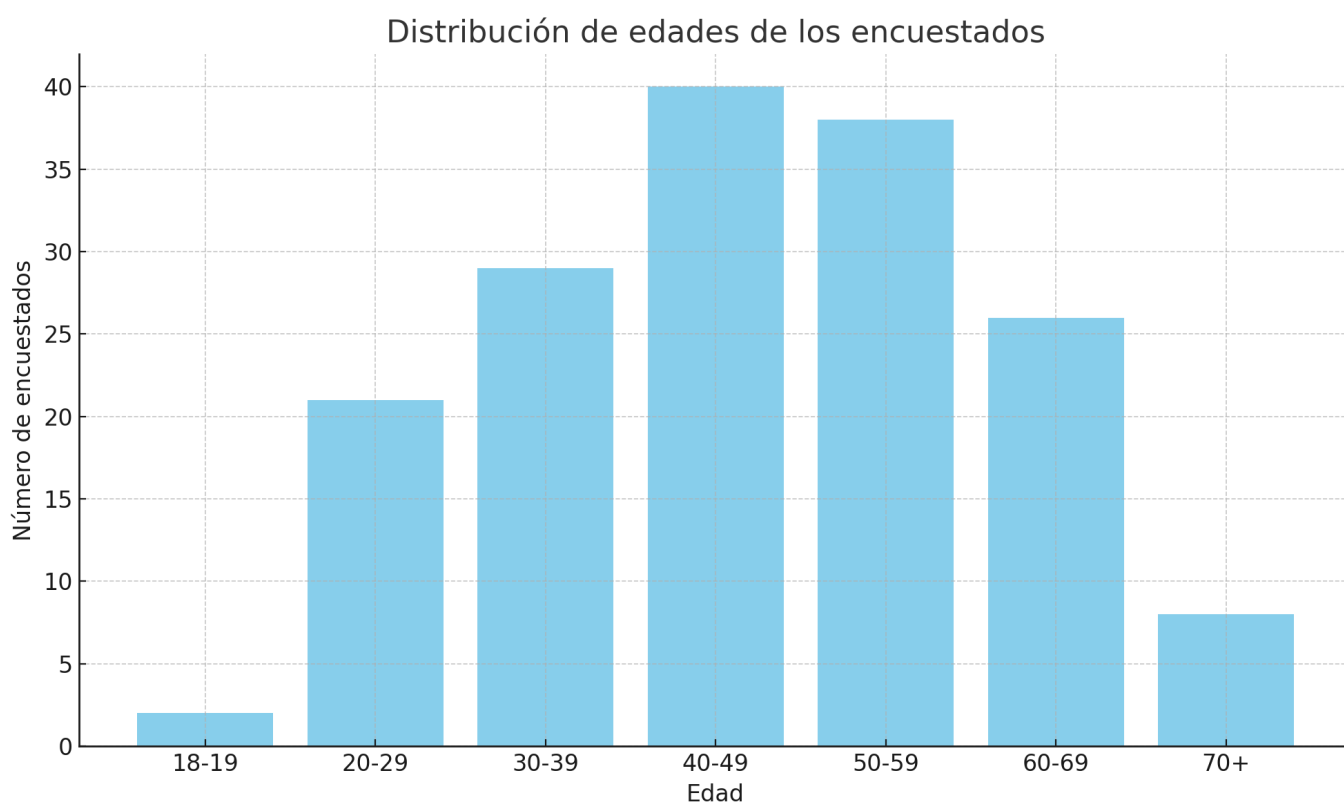
¹ Esta iniciativa fue adoptada de una encuesta inicial que realizó el pastor Israel Montes y Abi, su esposa entre un grupo de nuevos creyentes. Agradecemos de manera especial su colaboración. La encuesta inicial fue reformada y adaptada por el Grupo de Trabajo de Evangelización Autóctona del Movimiento de Lausana.





Distribución por edad y origen geográfico de los encuestados:

La muestra de encuestados abarca edades muy variadas, predominando los adultos de mediana edad. Más de la mitad de los participantes tienen entre 40 y 60 años, con un pico en el grupo de 40 a 49 años. Hay pocos menores de 20 años o mayores de 70 años en la encuesta.



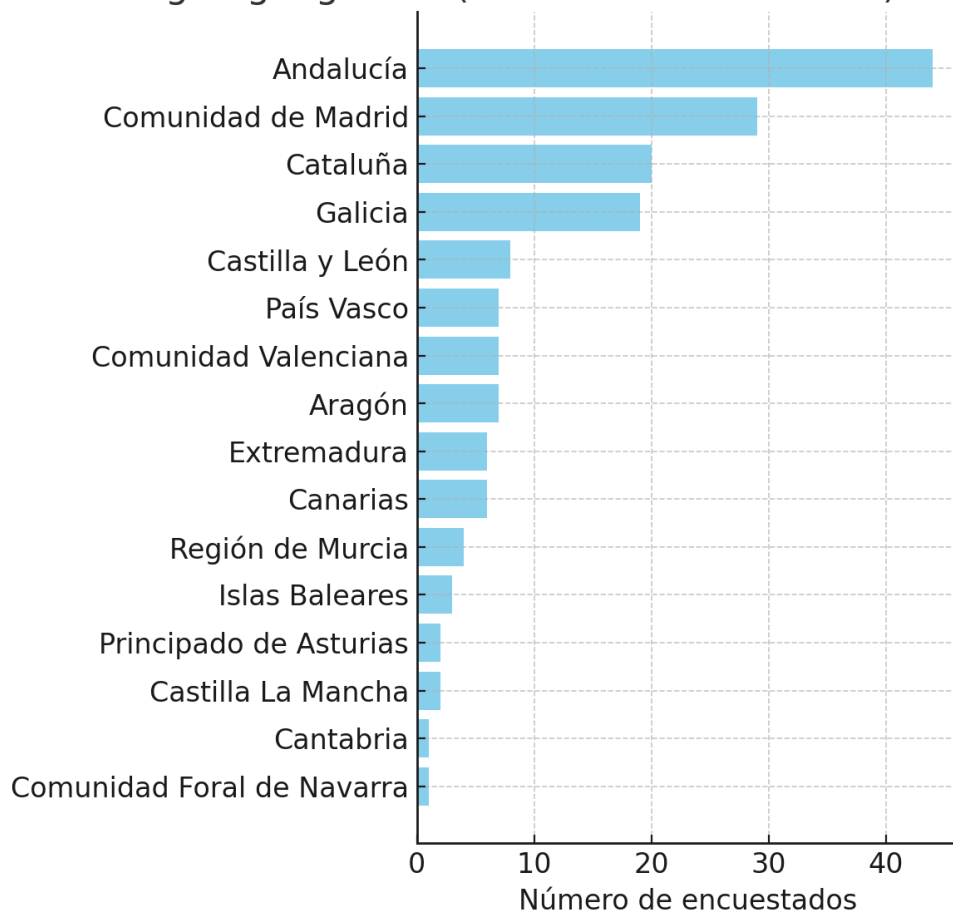


En cuanto al origen,

la mayoría nacieron en **Andalucía** (aprox. 26%) y en la **Comunidad de Madrid** (aprox. 17%). También están representadas Cataluña, Galicia y otras comunidades, aunque en menor proporción. Comunidades como Cantabria, Navarra, Asturias o Castilla-La Mancha apenas aportan uno o dos encuestados, y no hubo participantes nacidos en La Rioja, Ceuta o Melilla.

Esto indica que la encuesta alcanzó a evangélicos de casi toda España.

Origen geográfico (Comunidad Autónoma) de los encuestados



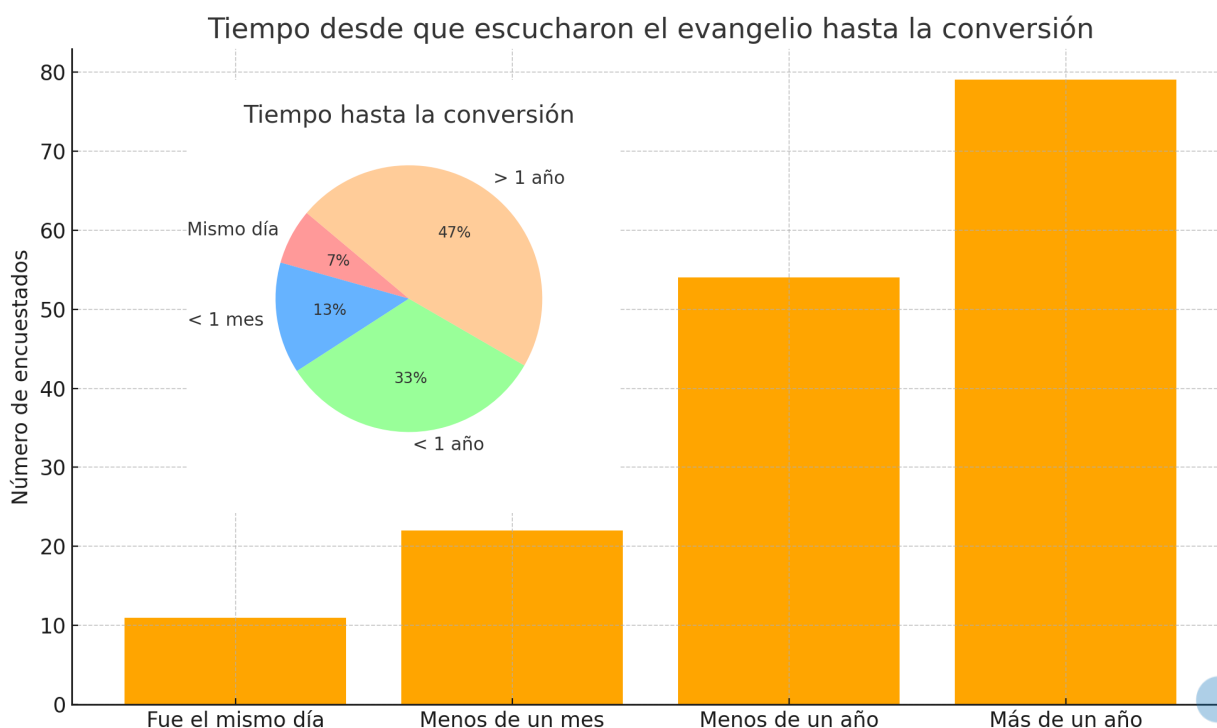


Tiempo que tardaron en convertirse y factores más influyentes en su decisión:

La mayoría de los encuestados tardó meses en convertirse

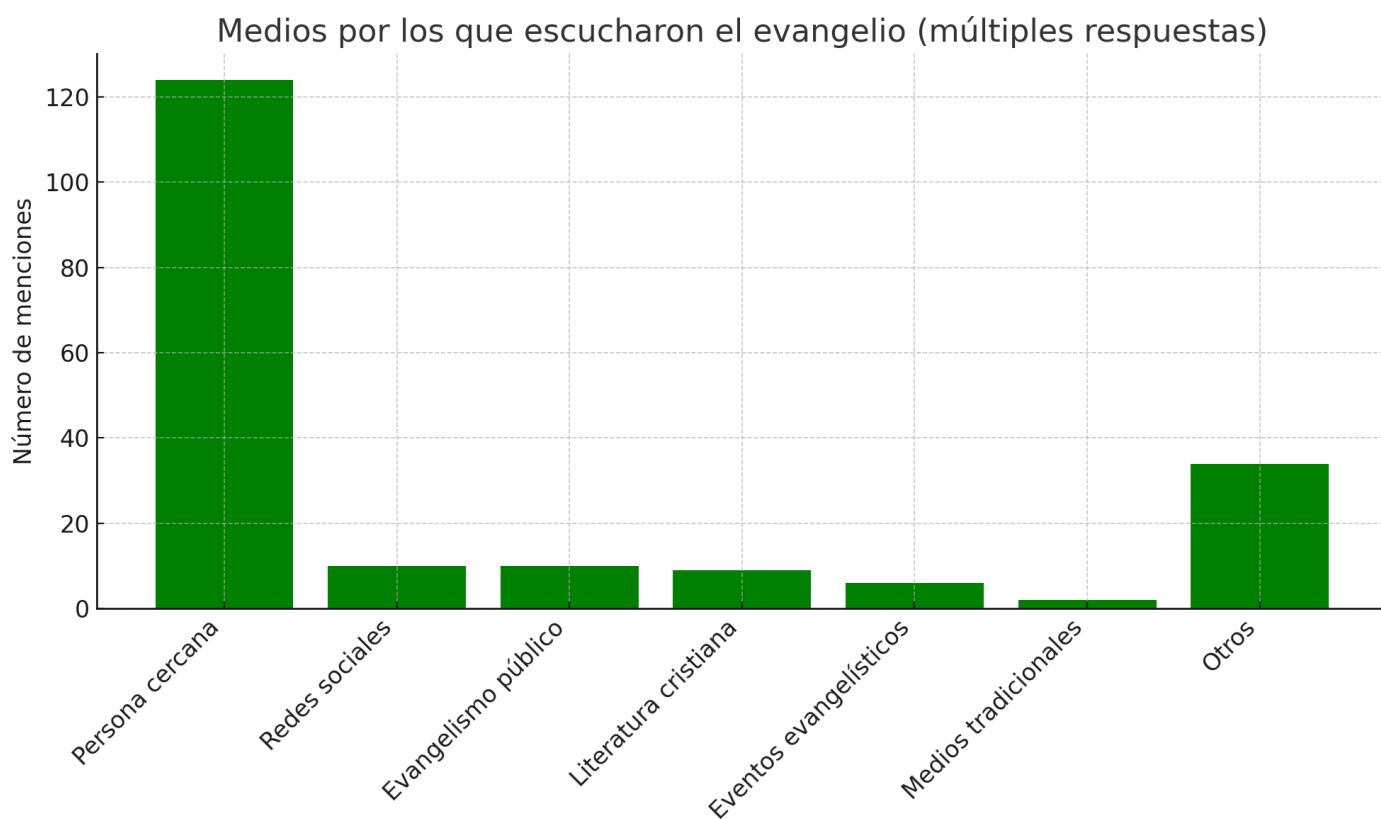
al evangelio tras escucharlo por primera vez. Cerca de un tercio señala que pasó “*menos de un año*” desde que oyó el evangelio hasta que tomó la decisión, pero el grupo más numeroso (casi la mitad) indica que demoró “*más de un año*” en convertirse.

Un 20% aproximadamente tuvo una respuesta muy rápida (“*fue el mismo día*” o “*menos de un mes*”). En cuanto a **los factores que influyeron en su conversión**, destaca abrumadoramente el papel de **una persona cercana (familiar o amigo)**: casi 3 de cada 4 menciones de medios por los que escucharon el evangelio corresponden a testimonios o invitaciones de amigos y familiares. Muy por detrás se sitúan otros medios, algunos mencionan haber conocido el evangelio por **redes sociales** o por **algún evangelista en la calle**, un porcentaje similar por **literatura cristiana (folletos, libros)**, y en menor medida por **eventos evangelísticos** (campañas, conciertos, etc.) o **medios de comunicación tradicionales**. Esto sugiere que el testimonio personal es el canal más efectivo de transmisión inicial.





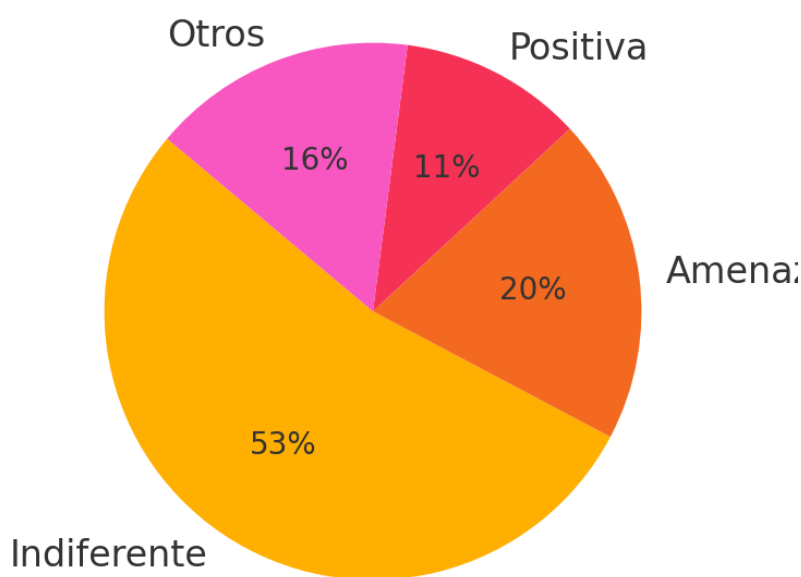
Además del canal externo, muchos encuestados mencionan factores internos que los llevaron a buscar a Dios: los más comunes, un 40%, fueron atravesar una **crisis personal importante** (enfermedad, adicciones, problemas familiares) y la **búsqueda de sentido o respuestas** ante el vacío existencial, un 30%. También se citan el **buen ejemplo de algún creyente** cercano y la **curiosidad espiritual** como motivos que inclinaron su decisión. En resumen, la conversión suele ser un proceso influido principalmente por relaciones personales y circunstancias vitales profundas.





Percepción general sobre la religión evangélica en España:

Según los encuestados, la sociedad española en general no ve la fe evangélica con mucha familiaridad ni aprecio. La respuesta más frecuente es que **predomina la indiferencia** – alrededor de un tercio opina que el español medio ni conoce ni muestra interés por la religión evangélica, viéndola como algo ajeno. Un porcentaje significativo (en torno de 15%) cree que se percibe incluso como una **amenaza o algo negativo** para la sociedad, asociado a ideas de secta o extremismo. Una minoría menciona que se la considera “*una religión más*” (es decir, con neutralidad o equiparándola al resto) o que simplemente **se desconoce** qué es. Solo 1 de cada 10 opina que la imagen es **positiva**, que algunos la ven con buenos ojos o beneficiosa para la sociedad. En general, pues, los propios evangélicos perciben que en España prevalece la ignorancia o la apatía hacia ellos, cuando no ciertos prejuicios (por ejemplo, confundirlos con sectas).





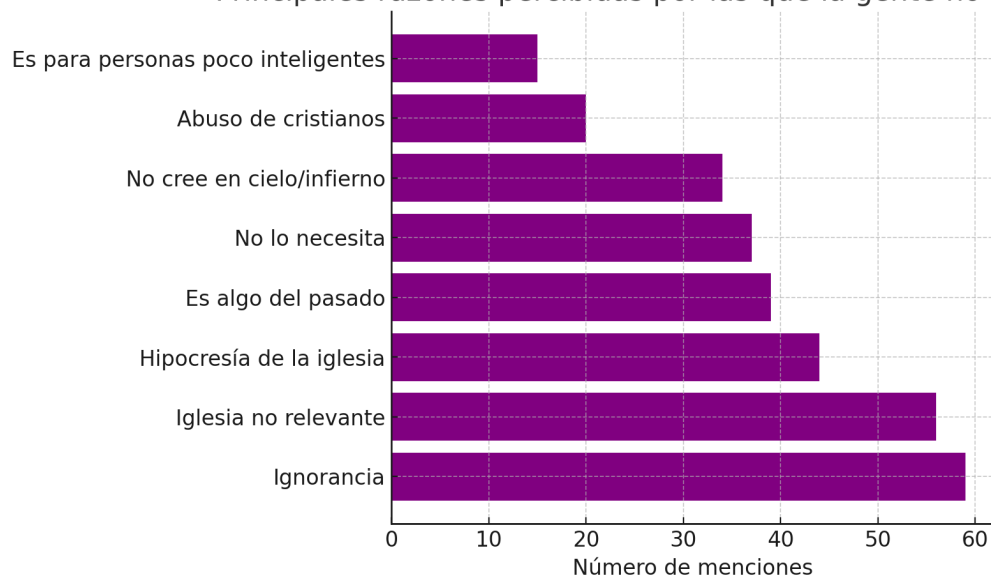
Principales obstáculos o razones por las cuales la gente no busca a Dios:

Al preguntarles por qué la gente *en general* no busca a Dios hoy en España, los encuestados coinciden en varios obstáculos recurrentes.

La razón más mencionada es la **ignorancia**: muchos españoles simplemente *no entienden* el mensaje evangélico o *no saben* de qué se trata, por falta de información o educación espiritual. Muy ligada a esta está la idea de que **“la iglesia no es relevante”** – es decir, la religión (y en particular las iglesias) no les parece algo útil ni conectado con sus vidas cotidianas.

También destacan motivos de **hipocresía y mal testimonio**: abundan las menciones a los escándalos o incoherencias de instituciones religiosas que generan desconfianza (hipocresía de la iglesia, abusos de líderes, etc.). Otra barrera importante es la percepción de que la fe es algo **anticuado o del pasado**, propio de generaciones anteriores pero no relevante en la actualidad. Asimismo, muchos creen que la gente no busca a Dios porque **crea no necesitarlo** – se sienten autosuficientes o buscan satisfacción en lo material. Igualmente, una proporción considerable apunta a la **falta de creencia en verdades trascendentes** (no creer en el cielo o el infierno) en una sociedad secularizada. En menor medida se mencionan otras causas, como pensar que la fe es solo para personas ignorantes o débiles (*“para personas poco inteligentes”*). El siguiente gráfico resume las razones más señaladas. En conjunto, los encuestados perciben que la combinación de **desconocimiento, desinterés y mala imagen del cristianismo** (por irrelevancia o inconsecuencia) mantiene a muchos españoles alejados de la búsqueda de Dios.

Principales razones percibidas por las que la gente no busca a Dios





Métodos más efectivos para la evangelización:

A partir de sus sugerencias, los encuestados abogan por estrategias de evangelización centradas en **las relaciones personales y el testimonio de vida**. La recomendación más común es “*relacionarse de forma intencional*” con las personas: entablar **amistad y confianza** con no creyentes, mostrar interés genuino por sus vidas y, a través de esa cercanía, compartir el evangelio de manera natural. Varios enfatizan la importancia de **vivir una fe coherente** y ser uno mismo un **buen testimonio** – que otros “vean cómo vives tu fe y cómo afecta tu vida diaria”, ya que eso abre puertas para hablar de Dios.

En línea con alcanzar a la sociedad actual, muchos sugieren **adaptar el lenguaje y los medios**: por ejemplo, aprovechar **redes sociales y contenido digital** para difundir el mensaje de forma comprensible, y evitar jergas religiosas o métodos descontextualizados. En resumen, los encuestados consideran más efectiva una evangelización **relacional, auténtica y adaptada** a la cultura: construir puentes de amistad, dar ejemplo con amor en la vida diaria, y comunicar el evangelio en el idioma del corazón de las personas. Esto, unido a aprovechar las plataformas modernas y estar presentes sirviendo a la sociedad, es visto como el camino para derribar prejuicios y alcanzar a más españoles con el mensaje del evangelio.

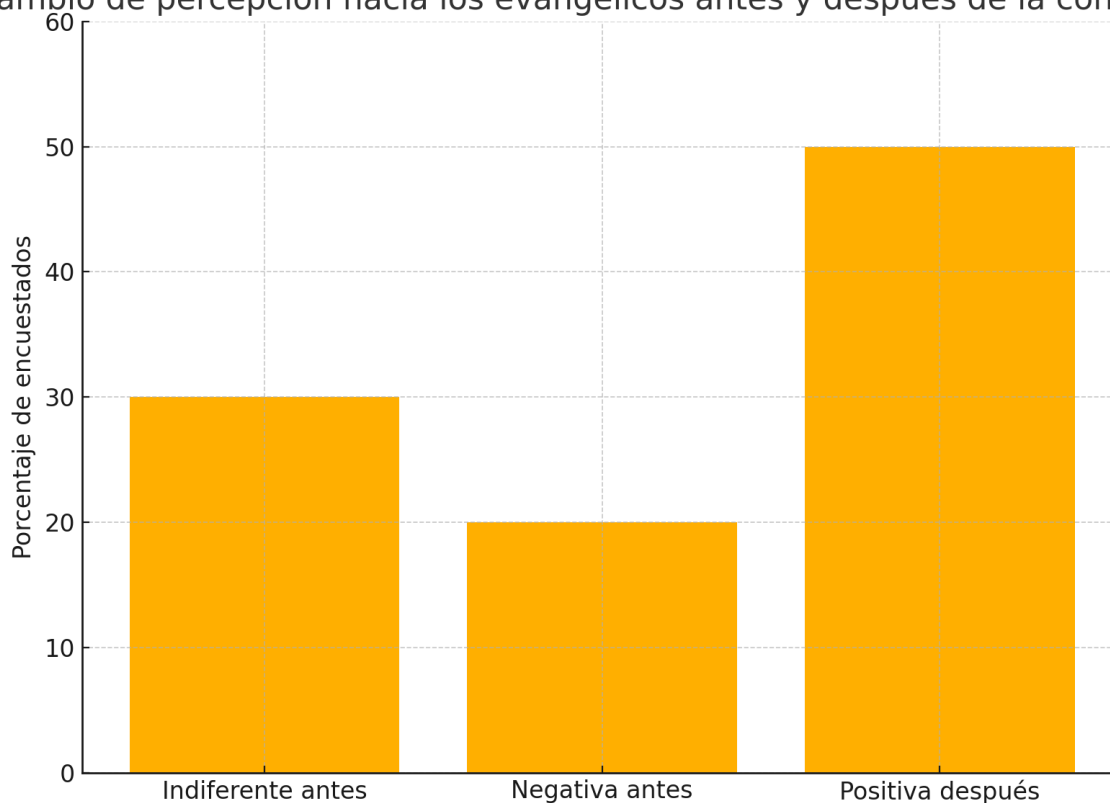




Percepciones de los nuevos creyentes sobre la iglesia evangélica en España

Antes de su conversión, el 30% de los encuestados tenían una percepción indiferente sobre los evangélicos, mientras que el 20% tenía una percepción negativa. Esta era su percepción inicial. No obstante, tras su experiencia en la iglesia, el 50% de los encuestados mencionaron que su percepción cambió positivamente, destacando la acogida y el afecto mostrado por la comunidad evangélica.

Cambio de percepción hacia los evangélicos antes y después de la conversión





Conclusiones para una evangelización más efectiva en España según la encuesta

A partir de los datos analizados en la encuesta “¿Cómo llega una persona española a Cristo?”, se pueden diseñar estrategias prácticas y contextualizadas para hacer más efectiva la evangelización en España. A continuación, se presentan **acciones estratégicas basadas en las tendencias observadas en la encuesta**.

1. Potenciar las relaciones personales e intencionales

Estrategia: Evangelismo relacional

- **Acción:** Desarrollar relaciones intencionales donde las personas puedan ver cómo se vive la fe de forma auténtica.
- **Justificación:** Según la encuesta, el **75%** de los encuestados conoció el evangelio a través de **relaciones personales**.
- **Cómo hacerlo:**
 - **Fomentar encuentros sociales naturales** (cafés, cenas, caminatas, deportes) donde los creyentes puedan conectar con no creyentes. Potenciar el evangelismo personal relacional, buscando al hombre de paz
 - **Crear grupos de hogar o discipulado**, no solo para creyentes, sino también abiertos a personas interesadas en aprender sobre la fe.
 - **Capacitar a los creyentes** en cómo compartir su fe de manera natural y sin imposiciones, por ejemplo con comidas abiertas en casa una vez al mes para amigos no creyentes. Capacitación en habilidades sociales, hospitalidad, conversación espiritual natural.
 - **Testimonio en la esfera laboral**. Construir relaciones significativas con los compañeros de trabajo.
 - Potenciar **los hogares** como espacios misionales.

RECURSOS:

Transforma tu trabajo – iglesiaeneltrabajo.org

Cursos Alpha – cursoalpha.es

Cursos en capacitación de habilidades sociales





2. Abordar la ignorancia y la indiferencia del evangelio

Estrategia: Proclamación y clarificación de la fe

- **Acción:** Generar espacios de proclamación del evangelio de manera contextualizada y de forma atractiva y no agresiva.
- **Justificación:** La principal razón por la que los españoles no buscan a Dios es la **ignorancia sobre el evangelio**(~50% de los encuestados mencionaron este factor).
- **Cómo hacerlo:**
 - Implementar **cursos abiertos** o charlas en formato de "preguntas y respuestas".
 - Crear **contenidos apoloéticos accesibles** (podcasts, vídeos cortos, infografías) explicando diferencias entre el evangelio y la religión tradicional
 - Aprovechar **testimonios** de personas que encontraron a Jesús, ya sea presenciales o en videos, para proclamar el evangelio de manera atractiva y no agresiva.

RECURSOS

Interroga a un cristiano – pontea.es

El corazón del cristianismo – andamioeditorial.com

Mi Esperanza (Testimonios de españoles) – miesperanza.es





3. Cambiar la percepción pública de los evangélicos

Estrategia: Mayor visibilidad en la sociedad

- **Acción:** Mostrar la fe cristiana en acción a través de proyectos que respondan a las necesidades sentidas de la sociedad.
- **Justificación:** El **66%** de los encuestados mencionó que los españoles ven la iglesia como **irrelevante para la sociedad**.
- **Cómo hacerlo:**
 - Organizar **campanas de ayuda social** (bancos de alimentos, apoyo a refugiados, asistencia a ancianos).
 - Iniciar **proyectos comunitarios** que reflejen el amor de Cristo en áreas donde la iglesia no tiene presencia.
 - Desarrollar **alianzas con otras ONG** para mostrar que la fe cristiana impacta positivamente en la sociedad. Involucrarse en causas comunes con la sociedad: medioambiente, educación, apoyo a mayores, inmigrantes, soledad, etc.
 - Potenciar la **participación en asociaciones** civiles, políticas, culturales y humanitarias donde servir a la sociedad.

RECURSOS SUGERIDOS:

Asociación Hechos – hechos.eu

Pacto de Convivencia – pactodeconvivencia.org

Familias acogida niños tutelados

Capellanías evangélicas





4. Aprovechar los medios digitales y las redes sociales

Estrategia: Evangelismo digital

- **Acción:** Crear contenido en formatos que los españoles consumen hoy (reels, podcasts, directos en redes, blogs con historias reales).
- **Justificación:** Las **redes sociales** fueron mencionadas en la encuesta como un medio creciente de influencia en la conversión de personas.
- **Cómo hacerlo:**
 - Producir **testimonios en vídeo de conversiones reales** y subirlos a plataformas como YouTube, Instagram, TikTok, ETC.
 - Impulsar **comunidades digitales de apoyo** donde se respondan dudas sobre la fe de manera cercana.
 - Apoyar a **influencers** cristianos en España que puedan compartir su fe sin lenguaje religioso complejo.

RECURSOS SUGERIDOS:

Mesa Trabajo Evangelización Digital Movimiento Lausana
enbuscadejesus.net
jesus.net





5. Combatir la imagen negativa y los prejuicios

Estrategia: Comunicación efectiva y lenguaje adaptado

- **Acción:** Actualizar la forma en que nos presentamos como evangélicos en España
- **Justificación:** La encuesta mostró que muchos españoles ven el cristianismo evangélico como **una secta o algo extraño**
- **Cómo hacerlo:**
 - Evitar **lenguaje** religioso incomprensible para los no creyentes, usando un lenguaje más contextualizado.
 - Adaptar nuestros **locales y códigos de vestimenta** para que tengan una imagen actual.
 - Promover **los medios** de comunicación que construyen una imagen positiva y actual de las iglesias.
 - Animar al liderazgo de otras culturas a que se **formen en inteligencia cultural**.
 - Participación en **foros de diálogo** social

RECURSOS SUGERIDOS:

Consultar con diseñadores de interiores profesionales

Participar en cursos de Adaptación Cultural





6. Crear experiencias atractivas para nuevas generaciones

Estrategia: Eventos y actividades con relevancia cultural

- **Acción:** Usar actividades creativas para conectar con jóvenes y adultos en espacios donde se sientan cómodos.
- **Justificación:** Muchos encuestados mencionaron que los métodos tradicionales de evangelización son menos efectivos en la cultura española.
- **Cómo hacerlo:**
 - **Eventos artísticos** con testimonios y mensajes inspiradores.
 - **Torneos deportivos y competencias** con valores cristianos.
 - **Retos en redes sociales** donde se anime a compartir testimonios de fe de forma creativa

RECURSOS SUGERIDOS

JCUM

CreoFest

Entrenadores para Cristo

Diseñadores cristianos





REFLEXIONES FINALES

Después de revisar los datos y escuchar tantas voces, nos queda una sensación clara: aunque en España sigue habiendo mucha indiferencia hacia el evangelio, Dios sigue obrando en las vidas, y lo hace sobre todo a través de relaciones personales. Lo que más impacta son los gestos cotidianos, las relaciones sinceras, las conversaciones reales. Muchos españoles llegan a la fe porque alguien cercano les habló con cariño, les escuchó, les acompañó en un momento difícil y vieron en ellos una vida coherente.

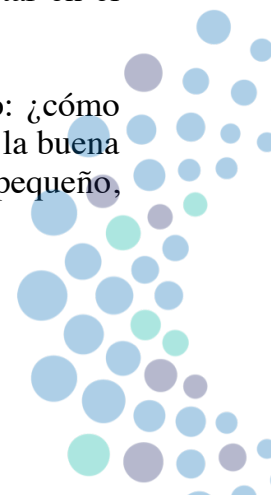
Este informe no solo nos aporta datos, sino que nos interpela como iglesia en España lanzándonos varias preguntas: ¿estamos viviendo una fe que se nota, que despierta curiosidad, que da esperanza? ¿estamos disponibles para acompañar procesos lentos? ¿sabemos comunicar el evangelio en el lenguaje de esta generación? ¿vivimos una fe creíble, cercana y transformadora?

El presente análisis nos confronta con una realidad urgente, como iglesias evangélicas debemos adaptarnos al tiempo que vivimos, a la generación a la que pertenecemos, para contextualizar el evangelio y la imagen que proyectamos como cristianos hacia una sociedad secularizada. Esto debe ser un desafío, especialmente para los hermanos y hermanas que provienen de otras culturas y el Señor les ha llamado a alcanzar a las personas españolas.

Un dato que es contundente es que tres de cada cuatro personas que han contestado la encuesta han llegado a Jesús a través de algún tipo de relación personal. Esto debiera hacernos revisar si los presupuestos en las iglesias evangélicas que son dedicados a la evangelización son inversamente proporcionales al fruto que generan, es decir, posiblemente invirtamos el 75% del presupuesto en aquello que produce el 25% del fruto. Sin duda, debemos analizar nuestra inversión, nuestras estrategias y reforzar el discipulado que lleve a los hermanos y hermanas de las iglesias a ser testigos intencionales en sus entornos de vida.

Quizá el reto no está tanto en inventar nuevas estrategias, sino en volver a lo esencial. Es tiempo de recuperar el valor del “vecino que ama”, del “amigo que escucha” y del creyente que vive con coherencia su fe en el trabajo, en su lugar de estudio, en el barrio, en sus redes. La evangelización eficaz no parece venir únicamente de programas espectaculares ni de discursos imponentes, sino de vidas que encarnan a Cristo y se entregan al otro. Si algo queda claro es que la evangelización no es solo un programa, es una forma de estar en el mundo.

La pregunta ahora ya no es solo cómo llega una persona española a Cristo, sino: ¿cómo llegaremos nosotros a las personas españolas con Cristo? El evangelio sigue siendo la buena noticia. Y muchos, más de los que imaginamos, siguen necesitándola. El reto no es pequeño, pero tampoco lo es la oportunidad.





Frases Representativas de los encuestados:

1. *"Buscar establecer relaciones significativas."*
2. *"Actualizarse a este tiempo."*
3. *"Llevarlo a instituciones públicas: talleres, congresos, etc."*
4. *"El testimonio y proximidad de cristianos españoles comprometidos conectando con otros españoles."*
5. *"Relaciones personales, amistades por ejemplo."*
6. *"Más involucración por parte de nosotros mismos los cristianos. No ceñirnos solo al culto y las células, sino que nuestra entrega y compromiso debería formar parte de nuestro día a día."*
7. *"Buscar la cercanía de las personas. Alcanzar de manera personal y no ir a machete con la Biblia."*
8. *"Explicar cómo resolver los problemas de hoy en día según lo que dice la Palabra."*
9. *"Entender el pasado católico y no enfrentarlo directamente. Más bien, partiendo de lo común hacer entender el verdadero mensaje de salvación."*
10. *"Acercarse a los jóvenes con el lenguaje de ahora: redes sociales."*

Estas frases reflejan una tendencia clara hacia un **evangelismo relacional, contextualizado y auténtico**, con énfasis en el testimonio personal, la cercanía cultural y el uso de medios actuales.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA COMPLETOS: [Encuesta completa](#)



Forman el grupo de trabajo de Evangelización Autóctona de Movimiento de Lausana: Francis Arjona, Xoan Castro, José Herrero, Miguel Juez, Jaume Llenas, Esteban Muñoz de Morales, Laura Pérez, Ana Ruiz, Marcos Zapata, Andy Wickham, coordinado por José Pablo Sanchez.