

METODOLOGÍA CANVAS Y SU USO PEDAGÓGICO EN LA ASIGNATURA DE EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN

***CANVAS METHODOLOGY AND ITS PEDAGOGICAL USE IN THE
SUBJECT OF ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT***

Recibido: 30/08/2021 - Aceptado: 24/01/2022

ROSALBA VERÓNICA PAREDES VEINTIMILLA

Docente de la Unidad Educativa "Sultana de los Andes"
Pallatanga - Ecuador

Maestrante en Educación mención Tecnología e Innovación Educativa
Universidad Nacional de Chimborazo

rosalba.paredes@unach.edu.ec

RICARDO PATRICIO MEDINA CHICAIZA

Docente de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Ambato
Ambato - Ecuador

Magíster en Tecnología de Educación y Multimedia Educativa
Universidad Técnica de Ambato

pmedina@pucesa.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2736-8214>

JORGE NOE SILVA CASTILLO

Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba - Ecuador

Magíster en Informática Educativa
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

psilva@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8928-7201>

Cómo citar este artículo:

Paredes, R., Medina, R., & Silva, J. (Enero - Junio de 2022). Metodología Canvas y su uso pedagógico en la asignatura de Emprendimiento y Gestión. *Sathiri* (17)1, 142-154. <https://doi.org/10.32645/13906925.1107>

Resumen

Este trabajo ha asumido como objetivo proponer la metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y Gestión. El problema de la investigación fue: los estudiantes de tercero de bachillerato general unificado de una institución pública de la ciudad de Cumandá-Ecuador, no utilizan ninguna metodología en el desarrollo de un plan de negocios. El diseño metodológico posee un enfoque cuantitativo, utiliza la versión 21 de la herramienta SPSS para el análisis de fiabilidad a través de Alfa de Cronbach donde se obtuvo como resultado un valor de 0,98; la técnica aplicada fue la encuesta, realizado en Google Forms; se consideró una población de 53 estudiantes. Los resultados que se obtuvieron en la estrategia pedagógica se basaron en cuatro fases: Diagnóstico, Planificación, Aplicación y Control, que fortalecen la destreza del diseño de un plan de negocios. Para su validación se aplicó la técnica ladov donde se obtuvo un resultado de 1 que equivale a clara satisfacción. Su importancia radica en que permite una mejora en el proceso de enseñanza aprendizaje, puesto que los estudiantes experimentan nuevas estrategias para adquirir habilidades y nuevos conocimientos.

Palabras claves: Metodología Canvas, estrategia pedagógica, emprendimiento y gestión, plan de negocios

Abstract

This work has assumed the objective of proposing the Canvas methodology as a pedagogical strategy in Entrepreneurship and Management. The problem of the research was: the third-year students of a unified general high school of a public institution in the city of Cumandá-Ecuador, do not use any methodology in the development of a business plan. The methodological design has a quantitative approach, uses version 21 of the SPSS tool for the reliability analysis through Cronbach's Alpha where a value of 0.98 was obtained as a result; the applied technique was the survey, carried out in Google Forms; a population of 53 students was considered. The results obtained in the pedagogical strategy were based on four phases: Diagnosis, Planning, Application and Control, the same ones that strengthen the skill of designing a business plan. For its validation, the ladov technique was applied, where a result of 1 was obtained, which is equivalent to clear satisfaction. Its importance lies in the fact that it allows an improvement in the teaching-learning process, since students experiment with new strategies to acquire skills and new knowledge.

Keywords: Canvas methodology, pedagogical strategy, entrepreneurship and management, business plan.

Introducción

En el Ecuador, según el Ministerio de Educación (2015), Emprendimiento y Gestión es una asignatura a desarrollarse durante los tres cursos de Bachillerato General Unificado (BGU). Es parte de tres premisas claves: a) El perfil de salida que alcanzó el estudiante al concluir el BGU; b) El legítimo afán de autonomía y autorrealización de la juventud; c) La confianza en el país tanto por la supremacía de la Constitución como por la inspiración que prodigan ejemplos exitosos de ciudadanos que cumplieron sus sueños y son fuente de inspiración. Por ello, emprendimiento en el currículo de BGU en un área interdisciplinar, es una asignatura importante, por ser parte del perfil de salida, como también promueve ciudadanos exitosos que alcanzan una estabilidad económica, emocional con confianza y esperanza para el país.

Para Blank (2013), Canvas es un lienzo que deja al emprendedor en libertad de moldear su idea de negocio, que muy por el contrario de ser abstracta es concreta de acuerdo a la técnica de bloques de construcción (*buiding blocks*), misma que permite observar los nueve bloques de negocio en una sola página. Es decir, este modelo fue diseñado específicamente para guiar los nuevos emprendimientos, como también los ya creados, con la finalidad de establecer un plan de negocios con una metodología organizada, acorde y fácil de aplicar a cualquier tipo de empresa.

En este contexto, la situación problemática que se identificó en una institución pública de bachillerato en la ciudad Cumandá-Ecuador es que los estudiantes de tercero de BGU en la asignatura de Emprendimiento y Gestión no utilizan la metodología Canvas para realizar un plan de negocios, lo cual implica el desconocimiento de técnicas que apoyen a esta actividad, como también, los docentes no reciben capacitaciones específicas acorde a la temática.

Es así, que los beneficiarios directos de la investigación serán los estudiantes que no acceden a universidades por distintas situaciones; los cuales podrían comenzar sus propios emprendimientos, apalancada en una metodología que asegure el éxito a través del diseño de un plan de negocios creativo e innovador como lo es el lienzo Canvas. Mientras que los beneficiarios indirectos son los padres de familia que obtendrán el beneficio que sus hijos acceden a una educación de vanguardia y la institución el beneficio será reconocimiento institucional en la comunidad.

Con base a estos antecedentes, el presente trabajo tiene como objetivo proponer la metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y Gestión.

Metodología

El trabajo investigativo se fundamentó en la búsqueda bibliográfica en revistas indexadas Latindex, DOAJ, Scielo y Google Académico, lo que permitió recabar información de una variedad de documentos con mayor número de citas de artículos científicos sobre el objeto de estudio: metodología Canvas y estrategia pedagógica.

Los métodos teóricos utilizados fueron análisis-síntesis que permitió llegar a conclusiones sobre la pedagogía y la didáctica. Inductivo-deductivo desde lo general a lo particular y viceversa, al establecer relación entre el modelo de negocio Canvas y estrategia pedagógica.

Para la realización de la investigación cuantitativa se utilizó la encuesta, aplicada a los estudiantes de tercero BGU con un total de 53 que equivale al 100 % de la población. Asimismo,

se realizó en Google Forms un cuestionario de 33 preguntas elaborado con escala de Likert que se envió a través de grupos de WhatsApp.

Es necesario señalar que el instrumento fue validado previamente mediante la versión 21 del programa estadístico SPSS para el análisis de fiabilidad a través de Alfa de Cronbach, el cual, se aplicó a un grupo de estudiantes donde se obtuvo como resultado un valor de 0,98 que equivale dentro de la escala como un instrumento de recolección de datos excelente. Además, se utilizó la técnica IADOV en una encuesta que se envió a tres docentes de la Institución educativa para validar la estrategia pedagógica donde se obtuvo 1 que equivale a clara satisfacción.

Conceptos iniciales. Estrategia pedagógica. Para Gamboa (2013) existe una articulación directa entre estrategia pedagógicas y estrategias didácticas, las primeras son la base para la generación de las segundas, porque van en concordancia con el principio pedagógico fundante. Lo que significa que las estrategias didácticas dependen de las estrategias pedagógicas en el aula para impartir pedagogía acorde a los principios pedagógicos establecidos en la actualidad.

De acuerdo con (Berrezueta, 2016) en el diccionario de la Real Academia de la Lengua “estrategia” hace referencia al arte de coordinar acciones y de maniobrar para alcanzar un objetivo o un proceso; es decir, son todas las acciones realizadas por el docente, con el fin de facilitar la formación y el aprendizaje de los estudiantes.

Según Davini (2015) refiere que los profesores deben “discriminar las estrategias más adecuadas según la etapa de formación” y que, en su programación, estos pueden seleccionar, graduar y organizar las estrategias para mejorar el proceso docente-educativo. En concordancia a lo expresado, el proceso de enseñanza-aprendizaje depende en gran escala a las estrategias pedagógicas que utilicen los docentes.

Evolución del término estrategia pedagógica. Se establecen varios aportes sobre la pedagogía ver Cuadro 1, luego de un análisis se establece que la pedagogía es un arte y una ciencia de las prácticas educativas que deviene de la historia de la humanidad y que abarca desde lo teórico hasta lo experimental e investigativo de la enseñanza-aprendizaje.

Cuadro 1.
Aportes sobre pedagogía

Autores	Aporte	Observación
Vargas (2014)	La pedagogía, como disciplina que congrega a todas las pedagogías adjetivadas, tiene como objeto de estudio la educación en todas sus posibles variantes. la educación como campo de estudio (más específicamente, la educación social) está constituido por la teoría, la práctica y la investigación, que da origen a la pedagogía.	La pedagogía está constituida por teoría, práctica e investigación.

Alonso & Díaz (2018)	Lo que se sabe de la pedagogía se ha aprendido de un cúmulo indefinido de autores de diferentes épocas, quienes a partir de diferentes campos -filosófico, psicológico, antropológico, sociológico- y de diferentes posturas ideológicas -éticas, estéticas, políticas, religiosas- han formulado principios, conceptos, métodos, procedimientos y técnicas, sobre sus objetos de reflexión e intervención que, ciertamente, son numerosos.	La pedagogía hace referencia al campo filosófico, psicológico, antropológico y sociológico que han generado principios, métodos y procedimientos sobre el objeto de reflexión.
Ortiz, Arias, & Zaira (2018)	La pedagogía por excelencia es el ejemplo cotidiano de los profesores, su comportamiento ético, humilde, solidario y respetuoso. Un profesor que con su discurso pedagógico exprese disgusto por la diversidad de sus estudiantes o los trate con desprecio no merece ejercer esta noble y digna profesión.	En este sentido, el docente es el ejemplo a seguir de sus estudiantes, por tanto, los valores se transmiten.
Díaz (2019)	La noción de pedagogía está ligado al clima social, cultural y educativo de cada momento histórico, así como a contextos en los que surgen nuevas concepciones y enfoques. Si bien hace parte de los procesos de formación desde la antigüedad, sus mayores desarrollos coinciden con el surgimiento de la modernidad.	Es decir, pedagogía está inmerso en lo social, cultural y educativo de las personas, y que está ligado a los cambios de la modernidad.
Meirieu (2020)	El acto pedagógico no es una simple yuxtaposición de intervenciones individuales, por muy afinadas que sean, sino una construcción, tanto material como simbólica, de la escuela en su principio mismo: aprender juntos gracias a la figura tutelar del profesor que, al mismo tiempo, crea algo común y acompaña a cada uno en su singularidad.	En otras palabras, el acto de pedagogía es la intervención del docente con el colectivo, donde se comparte conocimientos y valores de manera simultánea, ya que se da y se recibe.

Emprendimiento y gestión. Pérez (2016) define que el auge de la investigación académica en el campo del emprendimiento, ha conocido un gran desarrollo debido al reconocimiento del hecho que las nuevas empresas emprendedoras generan una gran parte de la tasa de crecimiento del empleo de los países, y que son una poderosa fuente de innovación.

Es evidente que la creación de empresas es una fuerza crítica para el crecimiento económico de un país, ya que supone la creación de nuevos puestos de trabajo, el aumento para el estado de los ingresos procedentes de impuestos, el incremento de las exportaciones y, en definitiva, un aumento de la productividad nacional.

En concordancia a lo indicado, para la creación de empresas se necesita generar un plan de negocio con expectativas claras y de éxito, ya que son la fuerza crítica en el crecimiento económico de un país; por tal razón la propuesta de una metodología como Canvas en un modelo de negocios es la más acertada y segura, y a la vez ideal para emprendimientos nuevos e innovadores; lo que concuerda con el contenido que se dicta en tercero de bachillerato como lo es la estructura y elaboración de un plan de negocios, dentro de un proyecto de emprendimiento.

Fase 1. Diagnóstico. Con la finalidad de diagnosticar el contexto actual de una institución pública de bachillerato general unificado de la ciudad de Cumandá-Ecuador, se realiza una evaluación diagnóstica a los estudiantes con un grupo de preguntas que puede ser de 4 ítems como, por ejemplo:

¿Has escuchado sobre la metodología Canvas?; ¿Para elaborar un plan de negocios en la creación de un emprendimiento, utiliza la metodología Canvas?; ¿Conoce emprendimientos que utilicen la metodología Canvas?; ¿Le gustaría implementar Canvas en un plan de negocios de un emprendimiento?

Fase 2. Planificación. Para diseñar una estrategia pedagógica que mejore la implementación de un plan de negocios, se especifican los participantes y recursos. Como participantes, se encuentran el docente del área de emprendimiento y gestión, cuyo distributivo se encuentra en el bachillerato general unificado y por supuesto sus estudiantes. Los recursos para la aplicación del diseño de la estrategia pedagógica son: un ordenador o teléfono móvil con conexión a internet en el aula o fuera de ella y el uso del lienzo del servicio de Business Model Canvas que lo puede encontrar por medio del explorador Google.

Para acceder al modelo del lienzo de la metodología Canvas ingresa a <https://bit.ly/3ppwcfX> y visualiza el lienzo, que sirve de guía para la propuesta.

Para trabajar en el lienzo es necesario imprimir en tamaño XL y pegar en la pared del aula, luego reunidos en grupo de 4 estudiantes, los cuales, analizan una idea de emprendimiento a crearse por cada grupo.

En relación a lo expuesto, presento la planificación a seguir por el docente de emprendimiento y gestión:

Cuadro 2.
Planificación de la hora clase

PLAN DE CLASE		
Nombre del docente: Lic. Rosalba Paredes		Fecha de aplicación
Área: Ciencias Sociales	Grado: Tercero BGU "A y B"	Año Lectivo: 2021-2022
Asignatura:	Emprendimiento y gestión	Tiempo: 40 minutos
Unidad didáctica: 3		Tema de la unidad: El mercado y la publicidad
EJE TRANSVERSAL DEL BUEN VIVIR: La interculturalidad. La formación de una ciudadanía democrática. La protección del medioambiente.		Tema de la clase: Variables de mercado
Objetivo de la unidad: OG.EG.7. Diseñar y formular un proyecto básico de emprendimiento con todos los elementos necesarios y componentes de innovación.		
Criterio de evaluación: CE.EG.5.8. Ofrece un nuevo producto o servicio que impacte un segmento de mercado definido. I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces (I.3.; S.1.).		

¿Qué van a aprender? DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	¿Cómo van a aprender? PROPUESTA DEL DOCENTE (Estrategias metodológicas)		¿Qué y cómo evaluar? EVALUACIÓN	
<p>EG.5.5.9. Establecer las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) del nuevo emprendimiento, para satisfacer las necesidades del segmento de mercado seleccionado.</p>	<p style="text-align: center;">PAUSAS ACTIVAS</p>  <p>REFLEXIÓN: ¿Ha escuchado sobre la metodología Canvas? ¿Sabía usted que a través de Canvas, puedo presentar de manera clara y sencilla las variables de mercado del nuevo emprendimiento?</p> <p>CONCEPTUALIZACIÓN: Mapa mental realizado en Mindmeister por medio del link https://bit.ly/3zIXIjn para dar a conocer la estructura de la metodología Canvas. - Presentación de diapositivas en PowerPoint de cada uno de los bloques que integran la metodología Canvas con sus respectivas especificaciones. Además, incluye el tema de variables de mercado de la página 80 y 81 del libro de 3° de bachillerato BGU.</p> <p>Para Desarrollar la mezcla de mercadeo (5 P's), es decir las 5 variables de mercado que se deben aplicar a los productos o servicios en un mercado, se presenta el lienzo canvas:</p> <p>a) Segmento de clientes, para ello, se analiza a quienes dirijo nuestro producto, mientras más esté segmentado mucho mejor, será priorizado el cliente objetivo a quién se quiere llegar.</p> <p>b) Propuesta de valor, en la cual, se anotará que problemas se va a resolver de nuestros clientes, y que características deben ofrecer nuestro producto; como también novedoso y con cualidades diferentes a la de la competencia, bien por la marca, por diseño, por más usable o accesible al bolsillo de los usuarios; es decir, definir muy bien esta propuesta de valor es</p>	<p>Medios tecnológicos - Mapa mental - Internet - Teléfono - Computador - Diapositivas - WhatsApp</p>	<p>Indicadores de evaluación de la unidad</p>	<p>Técnicas e Instrumentos de evaluación</p>
			<p>I.EG.5.8.1. Realiza una mezcla adecuada de las variables de mercado (producto, precio, plaza, promoción y personalización) para un bien o servicio nuevo que presenta a un segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces (I.3.; S.1.).</p>	<p>Evaluación formativa: Rúbrica de evaluación</p>

	<p>clave para diferenciar de los demás productos del mercado.</p> <p>c) El siguiente es canales, a través de que canales se llegará con nuestra propuesta de valor a los clientes; definir muy bien cómo se va a llegar a ello, cuál es el proceso de compra, como se lleva el producto o el servicio; es decir, el medio por el cual, será la entrega del producto o servicio.</p> <p>d) El siguiente punto importante es la relación con clientes. En donde se analizará que tipo de relación que espera tener con el cliente, cuál es la relación actual y cómo va a ser la relación en un futuro con los clientes, si va a ser por redes sociales, por correo, o por visitas sociales puerta a puerta, esto es primordial en el marketing del emprendimiento.</p> <p>e) Seguidamente está las fuentes de Ingreso, es decir cómo se va a generar ingresos para nuestro proyecto para que sea sostenible, establecer por qué nuestros clientes están dispuestos a pagar por el producto, que tipos de ingreso se va a generar por publicidad, por pago de productos o por pago de servicios y en que consiste cada uno de ellos.</p> <p>f) Recursos clave, aquí se debe preguntar cuáles son los elementos más importantes para que nuestro negocio funcione; estos incluyen elementos financieros, físicos, intelectuales, humanos.</p> <p>g) Por otro lado, en actividades clave, todas aquellas que son fundamentales dentro de la empresa será fundamental indicar si se refiere a: la parte de diseño, comercialización, o producción, esto será fundamental tener claro y poner sobre la mesa para el éxito del emprendimiento.</p> <p>h) Socios clave, cuáles son los principales socios y proveedores que son nuestros proveedores clave que se necesita para conseguir que nuestro modelo de negocio funcione, se debe identificar qué productos se van a suministrar.</p> <p>i) Estructura de costos, cuáles son los costos necesarios para poder arrancar, se debe identificar los recursos y los costos más altos, entre ellos los costos</p>			
--	--	--	--	--

	<p>fijos y costos variables deben quedar reflejados. Revisar link: https://youtu.be/ZQgXylozmYY</p> <p>ACTIVIDAD: Piense en una idea de negocio en relación a su contexto, problema y necesidad identificada. Utilice la metodología Canvas. Presente su respectivo informe.</p> <table border="1"> <tr> <td>Asociaciones clave</td> <td>Actividades clave</td> <td>Propuestas de valor</td> <td>Relación con los clientes</td> <td>Segmentos de cliente</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>7</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Recursos clave</td> <td></td> <td>Canales</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>6</td> <td></td> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Estructura de costos</td> <td colspan="3">Fuentes de ingresos</td> </tr> <tr> <td colspan="2">9</td> <td colspan="3">5</td> </tr> </table> <p>Evaluación: Evaluar el Informe de los estudiantes por medio de una rúbrica de evaluación de desempeño. Subir a un Blog de docente y compartir resultados.</p>	Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con los clientes	Segmentos de cliente	8	7	2	4	1		Recursos clave		Canales			6		3		Estructura de costos		Fuentes de ingresos			9		5					
Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con los clientes	Segmentos de cliente																														
8	7	2	4	1																														
	Recursos clave		Canales																															
	6		3																															
Estructura de costos		Fuentes de ingresos																																
9		5																																
Elaborado	Revisado		Aprobado																															
Docente	Representante de junta académica		Vicerrector																															

Fase 3. Aplicación. En esta fase de la estrategia se propone realizar un ejemplo de la aplicación del modelo Canvas:

Cuadro 3.
Ejemplo de aplicación de la metodología Canvas

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmento de cliente
<ul style="list-style-type: none"> -Proveedores -Distribuidores -Banco 	<ul style="list-style-type: none"> -Compra y venta del producto -Elaboración de terminado final del producto con baño de oro, plata y bronce -Etiquetado del producto - Atención al cliente 	 <p>Joyas Beleza Ofrece joyas laminadas en baño de oro, plata y bronce para toda ocasión. Además, brinda la oportunidad de tener un negocio propio a todas las personas que deseen ser parte de nuestra empresa. Proporciona niveles de ganancia desde un 35 %, 40 %, 50 % y 55 % en sus compras de acuerdo al monto requerido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Venta en forma física Venta online Redes sociales Grupo de WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> Rango de edad: 18 años Género: hombres y mujeres Sector económico: bajo, medio y alto Nivel de educación: cualquier nivel de educación
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Talento humano -Inventario -Materia prima -Herramientas manuales 		<p>Canales</p> <p>Contacto con los clientes a través de redes sociales, intermediarios, o venta directa.</p>	

Estructura de costos -Gastos arriendo -Sueldos y salarios -Servicios básicos -Costos fijos y variables -Mercadería e inventario	Fuentes de ingresos Los precios que tienen las joyas oscilan entre: 5,70; 6,90; 8,50; 12; 16; 18 y de acuerdo a los gramos que tenga en oro, plata o acero. Las ventas se realizarán a través de: Caja Ctas x cobrar
---	---

Fuente: elaboración propia

Fase 4. Control.- en esta fase se realiza una evaluación de la actividad realizada, a través de una rúbrica de evaluación; en la cual, se toma como parámetros a calificarse los siguientes: forma, claridad, argumentación, calidad de fuentes, procesos-coherentes, procesos-otros, aplicabilidad, e innovación.

Validación de la estrategia pedagógica

Fabre, Ortega, y Farrat (2020) indican que el criterio de usuarios, que utiliza como procedimiento científico metodológico para el procesamiento de los resultados la técnica ladov, constituye una vía indirecta para el estudio de la satisfacción, es decir, la técnica ladov es una herramienta que permite la valoración y medición de la satisfacción de los usuarios finales. En su mayoría se enfoca a temas de educación física, sin embargo, se puede aplicar a cualquier tema siempre que se evalúe la satisfacción de una persona o grupo de personas. Consta de cinco preguntas, tres cerradas y dos abiertas; las abiertas permite analizar aspectos positivos, recomendaciones e insuficiencias de la propuesta a evaluar.

La validación de la estrategia pedagógica se realiza con una encuesta mediante la técnica ladov para evaluar la satisfacción de tres docentes de una institución pública de la ciudad de Cumandá-Ecuador, para ello, se ha tomado como referente a uno de los docentes:

Cuadro 4.
Cuadro lógico ladov del docente A

¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?	¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica?								
	NO			NO SE			SI		
	¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?								
	Si	No sé	No	Si	No sé	No	Si	No sé	No
Me gusta mucho	1	2	6	2	2	6	6	6	6
Me gusta más de lo que me disgusta	2	2	3	2	3	3	6	3	6
Me da lo mismo	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Me disgusta más de lo que me gusta	6	3	6	3	4	4	3	4	4
No me gusta	6	6	6	6	4	4	6	4	5
No sé qué decir	2	3	6	3	3	3	6	3	4
Resultado ISI	Clara satisfacción (1)								

Como resultado de los tres docentes, se obtuvo lo siguiente:

Índice de satisfacción grupal

$$ISG = \frac{A (+1) + B (+0.5) + C(0) + D(-0.5) + E (-1)}{N}$$

$$ISG = \frac{3 (+1) + 0 (+0.5) + 0 (0) + 0 (-0.5) + 0 (-1)}{3}$$

$$ISG = \frac{3}{3}$$

$$ISG = 1$$

Por lo tanto, se refleja una clara satisfacción en los docentes respecto a la estrategia pedagógica propuesta en la asignatura de Emprendimiento y gestión.

Conclusiones

1. Se concluye que la fundamentación teórica sobre el significado de pedagogía y didáctica que es parte de la estrategia pedagógica, como también, el análisis de los componentes de la metodología Canvas y la comprensión en el contexto de ideas de emprendimiento, aporta al conocimiento significativo de los docentes de la Unidad Educativa motivo de estudio.
2. Se diseñó una estrategia pedagógica con los siguientes componentes o fases: diagnóstico, planificación, aplicación y control, las cuales, contribuyen de forma sistemática en el aprendizaje de la metodología Canvas orientada a crear ideas de emprendimientos en el ejercicio de la asignatura de Emprendimiento y Gestión.
3. Se comprobó a través de la encuesta aplicada a los estudiantes que, solamente un número minoritario conocen la metodología Canvas y los demás están interesados en aprender a crear emprendimientos con un modelo de negocios innovador y sistemático.
4. Se concluye el proyecto de investigación con los resultados de la técnica de laodv obtenidos en la validación de la estrategia pedagógica, que es 1; lo cual equivale a clara satisfacción.

Referencias

- Alonso, G., & Díaz, R. (2018). *Hacia una pedagogía de la experiencia de las mujeres*. Madrid: Miño & Dávila.
- Berrezueta, B. C. (2016). La estrategia pedagógica como herramienta para el mejoramiento del desempeño profesional de los docentes en la Universidad Católica de Cuenca. *Revista Cubana de Educación Superior*, 72-82.

- Blank, S. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran Empresa*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Davini, M. C. (2015). *La formación en la práctica docente*. Buenos Aires: Paidós.
- Díaz, M. (2019). Pedagogía y Saberes. *Redalyc*, 11-28.
- Fabre, A. F., Ortega, N. S., & Farrat, Y. R. (2020). El proceso de validación mediante la técnica de ladov en cursos por encuentros. *IAgric*, 6.
- Gamboa, Y. G. (2013). Estretega pedagogicas y didacticas para el desarrollo de las inteligencias multiples y el desarrollo autonomo. *Revista Investigaciones*, 28.
- Garzón, D. (2013). Innovación en modelos de negocio: metodología lean canvas en una startup de base tecnológica. *e-prints in library & information science*, 31.
- Legislativo, A. N.-D. (2008). *Constitución de la República del Ecuador Art. 283, 284, 302, 304 y 306*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Meirieu, P. (2020). La escuela después ¿Con la pedagogía de antes? *MCEP*, 5.
- Ministerio de Educación (2015). *Emprendimiento y Gestión (Bachillerato General Unificado)*. Quito: Ediciones Maya.
- Meneses, S., & Medina, P. (2021). Estrategia metodológica basada en tecnologías de la información y comunicación en expresión oral del idioma inglés. *INNOVA*, 111-128.
- Ortiz, A., Arias, M., & Zaira, P. (2018). Pedagogía Decolonial. *Dialnet*, 201-233.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Pérez, L. (2016). *Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario*. Validación en el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de València. España: Dialnet.
- Vargas, J. (2014). *Pedagogía praxeológica y social: Hacia otra educación*. Bogotá: Uniminuto.