



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE MAGÍSTER EN EDUCACIÓN MENCIÓN TECNOLOGÍA E
INNOVACIÓN EDUCATIVA

TEMA:

“METODOLOGÍA CANVAS COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA
EMPREDIMIENTO Y GESTIÓN”

AUTORA:

Lic. Rosalba Verónica Paredes Veintimilla

TUTOR:

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza. Mg.

RIOBAMBA - ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el siguiente trabajo de investigación previo a la obtención del grado de Magíster en EDUCACIÓN MENCIÓN TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA con el tema: METODOLOGÍA CANVAS COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA EN EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN, ha sido elaborado por Rosalba Verónica Paredes Veintimilla, el mismo que ha sido revisado y analizado con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de tutor, por lo cual se encuentra apta para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, 23 de noviembre del 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Patricio Medina Chicaiza', with a stylized flourish at the end.

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza. Mg.

TUTOR

AUTORÍA

Yo, Rosalba Verónica Paredes Veintimilla, con cédula de identidad N.º 0602804189 declaro que los contenidos, resultados y propuesta realizada en la presente investigación, requerimiento previo para la obtención del Título de Magíster en Educación mención Tecnología e Innovación Educativa, son totalmente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas; asimismo, el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Rosalba Verónica Paredes Veintimilla

C.I. 0602804189

AGRADECIMIENTO

La gratitud es un valor invaluable en la vida de los seres humanos, quiero plasmar un agradecimiento muy especial a la Dirección de Posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo, por abrir las puertas de la institución a profesionales que ejercemos la docencia y aspiramos a una actualización y capacitación continua.

Agradezco a Dios, por ser quién ha estado siempre a mi lado en el camino que escogí. A la Unidad Educativa Sultana de los Andes, donde he tenido la oportunidad de desarrollar este proyecto, a mis compañeros docentes y los estudiantes de tercero de bachillerato por su colaboración y apoyo brindado en la investigación.

A mi tutor el Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza Mg. por sus conocimientos impartidos durante el desarrollo de la investigación y paciencia en la revisión. Sus continuas lecturas, correcciones y sugerencias muy acertadas se reflejan en la calidad del informe y la propuesta de la investigación.

A mi papá Eduardo Paredes y mamá Gloria Veintimilla por ser pilares fundamentales en este logro, a mis hijas Verónica Dahiana, Ana Cristina, Aileen Jomaira quienes han sido mi alientoy soporte emocional que contribuyó en la consecución de mis sueños en la vida académica.

Rosalba Verónica
Paredes Veintimilla

DEDICATORIA

Al concluir este trabajo investigativo, quiero dedicar con amor a mis hijas Verónica Dahiana, Ana Cristina, Aileen Jomaira quienes son mi razón de ser, mi luz y fuerza para haber llegado al término de esta meta y cumplir con mis sueños. De igual manera, a toda mi familia por acompañarme en esta travesía de los aprendizajes, con su amor y paciencia a lo largo de estos 2 años de colegiatura han dedicado oraciones en el trayecto de este camino.

Rosalba Verónica
Paredes Veintimilla

ÍNDICE GENERAL	
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE CUADROS	VIII
INDICE DE FIGURAS	IX
INDICE DE GRÁFICOS	IX
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
KEYWORDS	12
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I LA SITUACIÓN PROBLÉMICA Y EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 LA SITUACIÓN PROBLÉMICA	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1 Objetivo General	9
1.4.2 Objetivos Específicos	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1 Antecedentes	10
2.2 Pedagogía	14
2.3 Didáctica	17
2.4 Estrategia Pedagógica	22
2.5 Reformas curriculares de Educación de bachillerato General Unificado	23
2.6 Niveles de Bachillerato General Unificado	24
2.7 Concepto de Emprendimiento y Gestión	25
2.8 Importancia	26
2.9 Objetivo de la asignatura de Emprendimiento y Gestión en tercero BGU	26
2.10 Emprendimiento y Gestión desde el currículo de BGU 2015	27
2.11 ¿Qué es un emprendimiento?	27
2.11.1 El emprendedor	28
	VI

2.11.2 Idea de negocio	28
2.12 METODOLOGÍA CANVAS	28
2.12.1 Antecedentes	28
2.12.2 Conceptualización	29
2.12.3 Análisis de los componentes del modelo CANVAS	31
2.12.4 Modelo Canvas de A. Maurya,	37
2.12.5 Modelo gráfico para Startups sector TIC: Dropbox	39
2.12.6 Modelo grafico para Startup sector TIC: QumbiaSolutions	40
2.13 HIPÓTESIS	43
2.14 VARIABLES	44
2.15 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	44
CAPITULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	46
3.1 Enfoque de la investigación	46
3.2 Métodos teórico y empírico	46
3.3 Diseño de la investigación	47
3.4 Tipos de investigación	47
3.5 Técnicas e instrumentos para recolección de datos	49
3.6 Población y muestra	49
3.7 Validación y resultados	50
3.8 Resultados de la encuesta	53
3.9 Comprobación de hipótesis del estudio	74
CAPITULO IV. PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA	78
4.1 ESTRATEGIA PEDAGÓGICA	78
4.2 INFORME DE LOGROS A ALCANZAR CON LA APLICACIÓN DE CANVAS EN ESTUDIOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES	93
4.3 VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA	100
4.4 CONCLUSIONES	103
4.5 RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXOS	117

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Aportes sobre la pedagogía	15
Cuadro 2. Aportes sobre la didáctica.....	18
Cuadro 3. Áreas de conocimiento del currículo de Bachillerato General Unificado	25
Cuadro 4. Categorías de recursos.....	35
Cuadro 5. Operacionalización de la Variable Independiente.....	44
Cuadro 6. Operacionalización de la Variable Dependiente	45
Cuadro 7. Resumen del procesamiento de casos.....	51
Cuadro 8. <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	51
Cuadro 9. Resumen del procesamiento de casos.....	52
Cuadro 10. Estadísticas de fiabilidad	52
Cuadro 11. Cruce de variables	75
Cuadro 12. Pruebas de chi-cuadrado.....	75
Cuadro 13. Preguntas de diagnóstico.....	81
Cuadro 14. Planificación de la hora clase	83
Cuadro 15. Ejemplo de aplicación de la metodología canvas	89
Cuadro 16. Rúbrica de evaluación.....	91
Cuadro 17. Matriz CANVAS-Picantería Rosita	93
Cuadro 18. Matriz CANVAS AGAVECS	94
Cuadro 19. CHECK LIST DE LA EMPRESA AGAVECS	96
Cuadro 20. Matriz Canvas DiGiorno	97
Cuadro 21. CHECK LIST DI GIORNO	99
Cuadro 22. Cuadro lógico Iadov del docente A.....	100
Cuadro 23. Cuadro lógico Iadov del docente B	101
Cuadro 24. Cuadro lógico Iadov del docente C	101

Cuadro 25. Índice de satisfacción individual y grupal	102
---	-----

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo del lienzo de modelo de negocio CANVAS	30
Figura 2. Modelo de Negocio Canvas.....	30
Figura 3. Ejemplo de Modelo grafico para Startups	40
Figura 4. Modelo grafico caso: QumbiaSolutions	41
Figura 5. Modelo de negocio de Emprendimiento social.....	42
Figura 6. Satisfacción de los docentes.....	102

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Su docente utiliza medios tecnológicos para impartir sus clases	53
Gráfico 2. Su docente estimula el pensamiento reflexivo y autónomo	54
Gráfico 3. <i>Su docente indica con claridad el tema a tratarse</i>	55
Gráfico 4. <i>Su docente brinda retroalimentación de los temas de clase</i>	55
Gráfico 5. Su profesor utiliza ejemplos que relacione el tema de clases con el campo profesional	56
Gráfico 6. Su docente promueve procesos de auto-evaluación y co-evaluación	57
Gráfico 7. <i>Se siente estimulado por su docente en el desarrollo de sus trabajos y proyectos.</i>	57
Gráfico 8. <i>Su docente tiene la capacidad de ponerse en el lugar de los alumnos y comprender sus motivos.</i>	58
Gráfico 9. <i>Su docente orienta a los estudiantes en una nueva forma de observar el entorno y las oportunidades que ofrece</i>	59
Gráfico 10. El docente crea material didáctico online.....	59
Gráfico 11. <i>El docente realiza la reunión en línea</i>	60
Gráfico 12. <i>El docente utiliza Teams, Zoom u otro software de videoconferencia para impartir su clase de emprendimiento.</i>	61

Gráfico 13. <i>Usted tiene una comunicación con el docente a través de la tecnología.</i>	61
Gráfico 14. <i>Con el uso de la tecnología usted puede reforzar sus destrezas actitudinales para realizar las tareas asignadas</i>	62
Gráfico 15. <i>Con apoyo de su docente, usted realiza actividades de refuerzo que utilice la tecnología</i>	63
Gráfico 16. <i>Usted se encuentra motivado por el aprendizaje a través de los recursos tecnológicos.</i>	63
Gráfico 17. <i>El docente motiva a que usted utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje</i>	64
Gráfico 18. <i>Con qué frecuencia el docente mantiene contacto online con usted</i>	65
Gráfico 19. <i>Conoce a un empresario dentro de su familia o entre sus amigos de cerca</i>	65
Gráfico 20. <i>Su entorno familiar favorece e incita a la creación de un emprendimiento.</i>	66
Gráfico 21. <i>Conoce de la existencia de una estructura de apoyo a los proyectos para la creación de una empresa</i>	67
Gráfico 22. <i>Has buscado información sobre los requisitos exigidos para la creación de una empresa.</i>	67
Gráfico 23. <i>Para crear un emprendimiento utiliza la metodología Canvas</i>	68
Gráfico 24. <i>Para crear un emprendimiento utilizan la metodología Business Model Innovation</i> .69	
Gráfico 25. <i>Alguna vez ha creado un emprendimiento de manera empírica, sin la utilización de la metodología Canvas</i>	70
Gráfico 26. <i>Conoce emprendimientos que utilice la metodología Canvas</i>	70
Gráfico 27. <i>Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas.</i>	71
Gráfico 28. <i>Curva de Chi-Cuadrado</i>	76

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la contribución de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión. El problema de la investigación está dado, en que los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” del cantón Cumandá, no cuenta con una estrategia pedagógica que contribuya a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y Gestión a fin de prepararlos para, una vez graduados, sean capaces de crear emprendimientos exitosos. El diseño metodológico posee un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo). Por el lugar es una investigación de campo y de tipo bibliográfica. Su diseño es no experimental. El nivel de investigación comienza como exploratorio y con posterioridad, el descriptivo, correlacional y explicativo. La técnica aplicada fue la encuesta, realizado en Google Forms y se utilizó la versión 21 de la herramienta SPSS para analizar su fiabilidad, a través de Alfa de Cronbach. La población lo constituye el total de los estudiantes del tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”. La investigación confirma la hipótesis de que la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas contribuye a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión.

Palabras clave: Metodología Canvas, estrategia pedagógica, emprendimiento y gestión; las Tic en la educación.

ABSTRACT

The aim of the present research work is to determine the contribution of the pedagogical strategy through the Canvas methodology in the teaching-learning process of the Entrepreneurship and Management subject. The research problem is given, the students of the third year at Sultana de los Andes School in Cumandá, do not have a pedagogical strategy that helps to prepare them for the creation of new educative ventures. The methodological design has a quantitative and qualitative data and analyses both together. It is a field bibliographic, and non-experimental research. The research level begins as exploratory and then the descriptive, correlational and explanatory meths. The applied technique was the survey, carried out in Google Forms and version 21 of the SPSS tool was used to analyze its reliability, through Cronbach's Alpha. The population is made up of the total number of students from the "Sultana de los Andes" Educational Unit and non-probability sampling was used of the third year high school students. This research confirms the hypothesis that the pedagogical strategy through the Canvas methodology contributes to improving the teaching-learning process of the Entrepreneurship and Management subject.

KEYWORDS

Canvas methodology, pedagogical strategy, entrepreneurship and management; ICTs in education

DORIS
ELIZABETH  Firmado
digitalmente por
DORIS ELIZABETH

VALLE
VINUEZA VALLE VINUEZA
Fecha: 2021.11.17
12:37:54 -05'00'

Reviewed by:

Mgs. Doris Valle V.

ENGLISH PROFESSOR

C.C 0602019697

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como tema el estudio de la metodología Canvas como estrategia pedagógica, con el objetivo de determinar la contribución de dicha metodología al proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión de los estudiantes de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” del cantón Cumandá. Su importancia radica, en que los docentes de dicha unidad educativa no cuentan con una estrategia pedagógica adecuada y acorde a las necesidades, para desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje en la asignatura de Emprendimiento y gestión.

El trabajo investigativo se fundamentó en la búsqueda bibliográfica en revistas indexadas (Latindex, DOAJ, Scielo) y Google Académico, sobre el tema, evidenciándose que si bien existen trabajos por separado sobre la metodología Canvas y sobre emprendimiento y gestión; la autora no logró encontrar trabajos que trataran la utilización del método Canvas como método pedagógico para desarrollar la asignatura de Emprendimiento y gestión. También, evaluar los conocimientos que los estudiantes tienen sobre el trabajo del docente y de estos últimos sobre los componentes de la asignatura y metodología Canvas, con la utilización de un instrumento de recolección de datos, previamente, validado en la versión 21 del programa estadístico SPSS a través de Alfa de Cronbach; la segunda es proponer como estrategia pedagógica la metodología Canvas, acorde a las necesidades de la asignatura de Emprendimiento y Gestión, para luego aplicar y obtener informes de los estudiantes.

Los principales resultados obtenidos por la investigación, apuntan al impacto que puede tener la metodología Canvas en la estrategia pedagógica para desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión. También pone de

manifiesto, el interés de los estudiantes de tercero de bachillerato general unificado, en utilizar la metodología Canvas para crear emprendimientos, lo que está influenciado por la motivación que ejerce el docente en función de que los estudiantes busquen y utilicen recursos tecnológicos online para mejorar su aprendizaje. Como conclusión principal de la investigación, a partir de sus resultados, la autora considera que una estrategia pedagógica con la metodología Canvas y que se estructure en los siguientes componentes o fases: diagnóstico, planificación, aplicación y control; contribuye, de forma sistemática, en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión, orientada a crear nuevos emprendimientos.

La propuesta de estrategia pedagógica con el método Canvas para su aplicación en la asignatura de Emprendimiento y gestión, trasciende lo que hasta el presente se ha investigado y propuesto, por separado, en relación a ambas categorías, su impacto está dado en el aporte al campo teórico y metodológico, tanto a la línea de investigación, como en general al área del conocimiento en el que se inserta, al hacer una relación biunívoca entre ambas para aplicarse en el campo educativo, lo que servirá como referente para docentes de otras asignaturas. También aporta en la línea de investigación de las TIC, ya que se utilizó recursos de tipo tecnológicos para realizar algunos de los componentes del lienzo Canvas, como la propuesta de valor en el diseño del logotipo de la marca del producto.

A continuación, la autora presenta la estructura del presente trabajo.

El Capítulo I La situación problémica y el problema de investigación, en este capítulo se encuentra la situación problemática relacionada con el tema, de la cual se deriva la formulación del problema y las preguntas científicas, que brindan un punto de

partida para la formulación de los objetivos de investigación.

En el **Capítulo II Marco teórico**, en el capítulo se describen los antecedentes de la investigación, que involucran trabajos similares en las variables de la investigación, este capítulo cuenta con aportes de autores sobre pedagogía, didáctica y estrategia pedagógica; además, de la fundamentación teórica de las variables de estudio. Además, cuenta con hipótesis general y específica de la investigación; así como las variables de estudio.

En el **Capítulo III Diseño Metodológico**, en este capítulo incluye el enfoque, tipo, diseño y nivel de investigación, además, la técnica y el instrumento de recolección de datos que se utilizó en el objeto de estudio, como también, la población y muestra, validación del instrumento, resultados y comprobación de hipótesis.

En el **Capítulo IV Propuesta de la Estrategia Pedagógica**, en este capítulo se encuentra la propuesta de la estrategia pedagógica en la asignatura de emprendimiento y gestión, así también, la validación de la estrategia mencionada.

Se presentan las conclusiones de la investigación y las recomendaciones de la autora.

A continuación, se relaciona la bibliografía citada y consultada y; por último, los anexos de los instrumentos de recolección de datos utilizados.

Es de señalar, que los resultados parciales del proyecto de investigación fueron socializados en el VIII Taller Internacional Virtual “La enseñanza de las disciplinas humanísticas”, desarrollado en junio del presente año 2021 en la Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos” de Cuba. (Ver anexo 7)

CAPÍTULO I LA SITUACIÓN PROBLÉMICA Y EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 LA SITUACIÓN PROBLÉMICA

El emprendimiento es entendido como una forma de pensar, sentir y actuar para la creación de valor, lo cual, permite a la comunidad educativa proponer espacios y escenarios de formación para construir conocimientos y desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y la transformación del entorno y la sociedad. La práctica pedagógica es el escenario, donde el maestro dispone de todos aquellos elementos propios de su personalidad académica. Se puede deducir que las prácticas pedagógicas se basan en estrategias pedagógicas que utiliza el docente, donde tiene la oportunidad de desarrollar actitudes y valores necesarios en el estudiante, para crear e innovar propuestas de valor y mejorar la calidad de vida del egresado.

El uso de la tecnología de la información y las comunicaciones, es casi indispensable en todas las áreas de la sociedad es por eso que la educación no puede quedarse exenta de este cambio, en vista de estos avances se inclinan hacia la aplicación de elementos pedagógicos que incorporen estas herramientas que por su enfoque ofrecen un soporte innovador y desarrollan entornos de aprendizaje didácticos que favorecen la construcción de nuevos conocimientos que consiga así mejorar el aprendizaje y un alto nivel cognitivo en los estudiantes (Quezada, 2018). Es decir, es positivo que en la Unidad Educativa Sultana de los Andes” se impartan dentro de las horas clase componentes en la parte tecnológica con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

Al respecto, la Universidad Internacional de La Rioja considera que “El uso de las

tecnologías en el ámbito educativo impacta de manera positiva en el aprendizaje académico. Por un lado, aumenta la motivación e interactividad de los estudiantes. Por otro, fomenta la cooperación entre alumnos e impulsan la iniciativa y la creatividad.” (UNIR, 2020, pág. s/n)

En la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 347, numeral 8, se establece que es responsabilidad del Estado el “Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales” Por lo tanto, es viable y obligatoria la incorporación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), en el quehacer cotidiano de los docentes y estudiantes.

La situación problemática está dada en que los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” del cantón Cumandá, carecen, en la asignatura de Emprendimiento y Gestión, de una estrategia pedagógica a partir de una metodología actual, como Canvas, que contribuya a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura y les permita la creación de nuevos emprendimientos; a lo que se agrega, que no tiene horas de clase en la parte tecnológica. Esta última problemática, tiene entre sus causas, que en el pensum académico no existen componentes de tipo tecnológico; por ende, hoy en día que se trabaja de manera virtual debido a la emergencia sanitaria de la Covid-19 se debe innovar, ya que la mayoría de los emprendimientos utilizan las tecnologías de la información y comunicación, aspecto que aun después de superada la pandemia se mantendrá.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Es factible la realización de la presente investigación con los estudiantes de tercero de

bachillerato general unificado de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, ya que la autora de la investigación cuenta con trece años de experiencia como docente y cinco como profesora de la asignatura de Emprendimiento y Gestión; lo que unido a que en todos estos últimos años investigó sobre el tema y compartió criterios con otros docentes, lo que le da el aval para hacerla. Por otra parte, se cuenta con el interés y el apoyo de autoridades y docentes; así como los estudiantes están motivados con la propuesta.

La importancia de la investigación radica en su valor teórico al contribuir al estudio del método Canvas y profundizar en la importancia de seleccionar para cada asignatura una particular estrategia pedagógica. La actualidad del tema se fundamenta en primer lugar en el nivel de aceptación que tiene el método Canvas en la creación de emprendimientos, lo que queda evidenciado en la cantidad de artículos y comentarios que sobre él existen y su aplicación generalizada en el mundo empresarial; pero también en la necesidad de que se incorpore a la docencia sobre el emprendimiento, métodos que, además de estar avalados por los investigadores, tengan resultados en su aplicación práctica.

Por su parte, la originalidad estriba en proponer el método Canvas como estrategia pedagógica en el campo educativo y, especial en la asignatura Emprendimiento y Gestión, aspecto que no cuenta con suficientes estudios por parte de los especialistas del tema, ni por los docentes-investigadores.

Su mayor trascendencia e impacto se da en la parte práctica, al lograrse que los estudiantes aprendan a utilizar una metodología que les permita la creación de nuevos emprendimientos y a utilizar los métodos y herramientas tecnológicas de

actualidad, lo que les servirán de apoyo en la generación de emprendimientos con éxito; de ahí la necesidad de contar con una metodología de innovación que al intervenir en el proceso de enseñanza-aprendizaje, proporciona seguridad y viabilidad en la creación de nuevos emprendimientos; lo cual redundará en un impacto social al crear nuevas fuentes de trabajo, tanto para los emprendedores, como para el resto de la población económicamente activa que se le asocia. Por último, y no menos importante, es la influencia positiva que aporta a los docentes de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, tanto desde el punto de vista específico de la asignatura de Emprendimiento y gestión, como a la importancia de la investigación científica y su aplicación en otros temas de interés educativo.

De los párrafos anteriores se desprende, que los principales beneficiarios de la investigación, serán los estudiantes que no acceden a universidades o los que deseen alternar trabajo y estudio, los que estarán apalancados por la metodología Canvas, que les asegurará el éxito en sus emprendimientos; aspecto que incidirá en sus respectivas familias. También la sociedad se beneficia, al contar con jóvenes emprendedores que, por su preparación, crearán nuevas fuentes de empleo y contribuirán al mejoramiento de la economía de su territorio y del país.

Un aspecto que tuvo en cuenta la autora de la investigación fue lo relativo a la factibilidad y viabilidad de la propuesta de estrategia pedagógica. La factibilidad de su aplicación se sustenta en que da respuesta a una necesidad del proceso docente en cuanto a la formación en los jóvenes estudiantes sobre el emprendimiento. En contar con el personal docente capaz de aplicar la metodología Canvas como estrategia pedagógica en la asignatura Emprendimiento y Gestión Estar los estudiantes

motivados por adquirir nuevas metodologías que le ayuden a lograr emprendimientos exitosos. Tener el apoyo para su implementación por parte de la dirección de la Unidad Educativa y no existir ningún aspecto legal que lo impida. A lo que se agrega, que sus resultados son de interés para la sociedad en general por el bien que produce en cuanto a la economía y el empleo y, en particular, para las familias de los estudiantes, quienes ven en ello un futuro promisorio para sus hijos.

Por su parte, la viabilidad de la propuesta se sustenta en que la propuesta está en concordancia con la importancia que se le da al emprendimiento, por lo que tiene gran aceptación todo lo que se proponga que ayude a su aplicación. Su implementación, parte de la preparación de los docentes, la base material de estudio necesaria y su instrumentación está planificada por etapas.

Concluyendo, la autora tuvo en cuenta que un proyecto es factible si cumple con las exigencias técnicas, ambiental, financiera y socioeconómicamente; razones por las que también será viable. Lo cual está presente en la propuesta.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El problema de la investigación está en definir: ¿Qué estrategia pedagógica contribuiría a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y Gestión, a fin de preparar a los estudiantes del tercer año de bachillerato para que sean capaces de crear emprendimientos exitosos?

PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- a) ¿Utilizan los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes la metodología Canvas en la generación de nuevas ideas de emprendimiento”?
- b) ¿Qué relación existe entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y

la generación de nuevas ideas de emprendimiento?

c) ¿Qué elementos o parámetros técnicos se deben considerar para elaborar una estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas para la asignatura de Emprendimiento y gestión?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Fundamentar la propuesta de estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y Gestión, por su contribución en la generación de nuevas ideas de emprendimiento.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar lo que la literatura nacional e internacional refiere sobre la metodología Canvas y su utilización como estrategia pedagógica.
- Diagnosticar el criterio de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, sobre el uso de la metodología Canvas en la generación de nuevas ideas de emprendimiento.
- Determinar la relación que existe entre estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento por medio del estadístico Chi-Cuadrado de Pearson.
- Diseñar la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas para la asignatura de Emprendimiento y gestión basada en fuentes académicas.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En la investigación se revisó los repositorios de universidades nacionales e internacionales, y se encontró trabajos investigativos relacionados con el presente tema de investigación:

En la revisión de la literatura internacional, se presenta un trabajo de investigación de fecha 2013 a través de un ensayo para optar por el Título en Especialista en Alta Gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada Bogotá/Colombia titulado: “Innovación en modelos de negocios: metodología Lean Canvas en una startup de base tecnológica”, cuyo autor es Fino Garzón Diego Mauricio. En el cual se plantea como objetivo general: Precisar el origen, los avances, las ausencias, las posibilidades y las perspectivas de los modelos de negocios para empresas del siglo XXI. Para ello, se referencian algunos trabajos teóricos y modelos conceptuales como Osterwalder (2010), Ries (2011), Maurya (2012), Coll y Yodkovitz (2013), Blank (2003, 2012 y 2013) entre otros, más invaluable aportes como marco de referencia, para consolidar el modelo de negocios Lean Canvas, en emprendedores con ideas e iniciativas dentro del sector del conocimiento TIC.

De dicho trabajo investigativo se determinaron las siguientes conclusiones:

- En la última década el concepto de “modelo de negocio” ha presentado varios cambios profundos gracias a las innovaciones digitales que han permitido que sea más sencillo y claro, pero no menos preciso. Esto beneficia tanto a emprendedores como inversionistas quienes pueden identificar brevemente la esencia de propuestas, proyectos y startup.

- Los startup son una oportunidad de desarrollo económico, sobre todo aquellas de base tecnológica, entre las que se incluirían las apps (aplicaciones para dispositivos móviles y tabletas), software (incluye programación), media (redes sociales) y conocimiento TIC entre otros. En esto incide el fortalecimiento de los ecosistemas de emprendimiento, que viene trabajándose desde el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como por parte de otros entes distritales y de inversionistas extranjeros que ven en Colombia y la región una relación costo-beneficio muy alta.
- El modelo de negocio Canvas es un referente para emprendedores y grandes compañías pues ha permitido transformar la manera en que se percibían y hacían negocios, que sobrevaloraba un extenso plan de negocios desgastando el primer contacto entre emprendedor e inversionista. El Lean Canvas es consecuencia de innovar sobre un modelo de negocio innovador, y en el caso de QumbiaSolutions, el modelo de negocio Lean Canvas responde a mejores necesidades de un startup de base tecnológica que, como esta, se encuentra en un estado de prematuro y de incertidumbre alto.

En la revisión de la literatura nacional, se analizó el trabajo de investigación del 2016 de los autores Saldaña Lucía Alejandra y Ávila Julio Cesar, titulado “Diseño del modelo de negocios mediante la metodología Canvas”; editado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia de la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

El objetivo planteado por los autores fue el formular por medio del modelo de negocio Canvas el proyecto de emprendimiento social propuesto a lo largo del curso, para identificar de forma contundente los aspectos claves del proyecto y definir la estrategia empresarial de una forma dinámica que permita plasmarla la idea en un solo plano de forma versátil y

creativa, con el objetivo de realizar una presentación y establecer un vínculo emocional a través de un pitch de forma verbal y visual para captar inversionistas y socios claves.

La metodología aplicada en el proyecto fue con un pitch o presentación del proyecto social que contempla una técnica novedosa para buscar posibles inversores para el proyecto, este soporte audiovisual, se realiza de la forma más atractiva posible para captar la atención y lograr convencer a inversores, clientes o socios claves de una forma única e incomparable.

Las conclusiones que se determinaron por los autores fueron las siguientes:

- Se plasma de una manera didáctica por medio de un Lienzo Canvas la idea de negocio que se viene desarrollando a lo largo del curso, que es darle solución al déficit de vivienda en el Municipio de San Sebastián de Mariquita, con la elaboración de esta herramienta (Canvas), proyectando el modelo de negocio de una manera más simple, objetiva, y sustentable en base a la propuesta de valor planteada. Esta herramienta permitió identificar los puntos claves que se quería abordar, como por ejemplo socios, clientes, costos, canales, entre otros.
- La elaboración de este tipo de actividades encaminadas a la proyección de desarrollo de ideas de negocio convertidas en proyectos permite crear habilidades y destrezas en los estudiantes acercándolos a una posible situación que podría presentársele cuando este se encuentre organizando y llevando a cabo sus proyectos propios.
- Se puede concluir que existen varias herramientas y maneras de llegar al cliente, dentro de las cuales se encuentra el Pitch, un método apropiado para dirigirse a posibles inversores y clientes potenciales, una manera de abordar muy práctica, ya que tiene que ser rápida pero muy concreta, en un tiempo muy corto, se debe dejar en claro la

información relevante, este método es muy apropiado ya que se vive en un mundo en el cual no se cuenta con el tiempo suficiente para escuchar información extensa.

Por lo mencionado, el modelo de negocio Canvas puede ser utilizado en múltiples nuevos emprendimientos que nacen de ideas propias e innovadoras de los estudiantes, para ello como ejemplo se puede manejar esta investigación como referente de sus trabajos posteriores. Lo educativo de esta investigación es que tiene relación con la presentación del tema por medio de TIC en un video (https://youtu.be/x_N9lpBnPNM) donde se explica con claridad la sustentación de su proyecto.

En la literatura nacional se presenta un trabajo investigativo de Mayra Monserrate Mendoza Briones (2015) de la Universidad Técnica de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos, Ecuador titulado: “Métodos, técnicas y estrategias pedagógicas en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión con los estudiantes del tercer año de bachillerado en la Unidad Educativa Quevedo del cantón del mismo nombre.

El objetivo que se planteó la autora, fue el determinar la relación entre los métodos técnicos y estrategias pedagógicas en el proceso de aprendizaje en la asignatura de Emprendimiento y gestión, con los estudiantes del tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa “Quevedo”, cantón del mismo nombre; correspondiente al periodo 2015-2016.

Los métodos utilizados fueron el inductivo y el deductivo: mientras que la técnica utilizada fue la encuesta, dirigida a estudiantes de Emprendimiento y Gestión de la Unidad Educativa “Quevedo”

La autora planteó las siguientes conclusiones sobre su trabajo:

- Los docentes consideran que no todos los métodos son adecuados al momento de dictar las clases, ya que no se logra un correcto desarrollo de enseñanza aprendizaje en los estudiantes.
- Los docentes no siempre se capacitan con tema de utilización de métodos y técnicas pedagógicas que mejoren el proceso de aprendizajes en la asignatura de Emprendimiento y gestión.
- La institución no siempre realiza curso de capacitación continua dirigida a los docentes de emprendimiento y gestión, lo que no permite su entera capacitación con respecto a los temas del día a día y así brinda un mejor desenvolvimiento en el salón de clases.

Dado que en el cantón Cumandá, en la actualidad no existen investigaciones similares, las investigaciones antes descritas, coadyuvaron a la ejecución de la investigación, en la Unidad Educativa Sultana de los Andes, sobre la utilización de la metodología Canvas, como estrategia pedagógica en la asignatura de Emprendimiento y Gestión.

2.2 Pedagogía

Luego de un análisis sobre los aportes de la Pedagogía, (Cuadro 1), se concluye 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 la pedagogía

Autores	Aporte	Observación
(Vasco, 1990)	<p>“Práctica, reflexión y praxis” Argumenta que la relación de estas tres palabras constituye lo que es la pedagogía. La pedagogía hace caso a una buena formación de docentes y posteriormente a una evaluación de las instituciones; por ello, la pedagogía viene a ser una de las prácticas educativas o lo que es lo mismo la praxis pedagógica. Según Vasco, considera a la didáctica no como la práctica misma de enseñar, sino como el sector más o menos bien definido como el saber pedagógico que ocupa explícitamente la enseñanza. Así la didáctica regularía a la acción de enseñar, que genera un ente epistemológico del conocimiento, denominado praxis pedagógica.</p>	<p>La pedagogía es una de las prácticas educativas que es realizado por un docente. La didáctica en cambio es el saber pedagógico que se ocupa de la enseñanza. En otras palabras, la didáctica regula la acción de enseñar.</p>
(Flórez, 1994)	<p>la pedagogía como disciplina abarca desde el nivel I teórico-formal, hasta el nivel III de ejecución experimental en la enseñanza. la disparidad de los paradigmas y modelos pedagógicos con que trabajamos no perjudica, sino que enriquece la diversidad conceptual de la teoría pedagógica, si reconociéramos en primer lugar algún criterio de validación unificada que permitiera la confrontación y acumulación de saberes de un modelo a otro.</p>	<p>La pedagogía abarca desde lo teórico hasta lo experimental de la enseñanza.</p>

<p>(Acosta, 2005)</p>	<p>Las ideas pedagógicas se hacen manifiestas por la diferenciación social, ya que resulta una consecuencia del devenir histórico de la humanidad.</p> <p>La burguesía surge como producto del desarrollo social progresista.</p> <p>La pedagogía eclesiástica de los Jesuitas, surgida en los siglos XVI y XVII para posteriormente ser desarrollada en el siglo XIX. Los enfoques de la pedagogía que comparan son: Tradicionalista, Histórico Cultural, los cuales hace relación en su evolución desde lo tradicional hasta lo histórico cultural que da inicio Vygotsky en el siglo XIX, donde hace énfasis la relación profesos - alumno.</p>	<p>La pedagogía se da como consecuencia de la historia de la humanidad.</p>
<p>(Rojano, 2008)</p>	<p>La pedagogía ha tenido varias concepciones, algunos consideran que es un arte, y otros creen que son saberes o ciencia. En relación a estas concepciones, cada posición tendrá su aceptación, que depende del enfoque que le den, ya que como arte se apoyará en reglas o normas para ejercer la acción educativa que le corresponda, mientras que como saberes la idea está referida al cúmulo de saberes que aporta a la formación del hombre como ser social.</p>	<p>La pedagogía es un arte y una ciencia.</p>

(Juliao, 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 y en la teoría, la práctica y la investigación, que da origen a la pedagogía.	La pedagogía está constituida por teoría, práctica e investigación.
(Diaz, 2018)	Lo que sabemos de la pedagogía lo hemos 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.

Fuente: Bibliografía especializada
Elaborado por: Rosalba Paredes

- La pedagogía es un arte que lo práctica toda persona que enseña de manera individual o colectiva, para ello, hace uso de estrategias, métodos y técnicas que le lleven a construir el conocimiento y plasmarlo en el estudiante.
- Se puede mencionar que la pedagogía se vale de la didáctica en el proceso de la enseñanza-aprendizaje del estudiante.

2.3 Didáctica

Se establecen varios aportes sobre la didáctica (ver cuadro 2), luego de un análisis se establece que la didáctica estudia las prácticas de la enseñanza, el contexto en que se aprende, el papel del docente y del estudiante, los cuales mantienen cambios

permanentes, constantes, e innovadores en el tiempo.

Cuadro 2. Aportes sobre la didáctica

Autores	Aporte	Observación
Brown, Collins & Duguid,1989)	Sostienen, que muchas prácticas de la enseñanza suponen de manera implícita que el conocimiento conceptual puede ser abstraído de las situaciones en las que fue aprendido y empleado. Por eso, afirman, existe una brecha en el aprendizaje de los alumnos entre conocer qué (conocimiento conceptual) y conocer cómo (conocimiento procedimental), o entre saber decir y poder emplear el conocimiento.	Las prácticas de la enseñanza tienen que ver con las situaciones en que se aprende.
(Lave & Wenger, 1991)	La concepción de que lo que se aprende lleva la marca de la situación y el contexto en que fue aprendido, replantea un viejo problema de la didáctica.	La didáctica es implícita del contexto en el que fue aprendido.
(Bruner, 1996)	La didáctica ordinaria incluye mitos arcaicos sobre el papel de los docentes, sobre los tipos de docentes y los tipos de alumnos. Plantea de modo firme ideas acerca de qué es enseñar y cuáles son sus posibilidades y sus límites.	Plantea que es enseñar y que papel cumple el docente, inclusive tipo de docentes y alumnos.

<p>(Camilloni, 1997; Rodríguez, 1999; Schnotz, Vosniadou & Carretero, 2006)</p>	<p>Los muchos trabajos de investigación que se proponen comprender los procesos de cambio conceptual, ubicados disciplinariamente en el campo de la psicología del aprendizaje o de la didáctica según el énfasis está puesto en el aprendizaje, en la enseñanza o en la intersección de ambas disciplinas, se asientan sobre teorías de la formación de conceptos y concepciones y sobre teorías acerca de cómo se producen los cambios de unos y otras</p>	<p>La interpretación de la didáctica es como está puesto en la enseñanza, en el aprendizaje y de los cambios que se producen.</p>
<p>(Korner, 2002)</p>	<p>la Didáctica se centra en el estudio del arte y la ciencia de la enseñanza y el aprendizaje.</p>	<p>Es un arte y una ciencia</p>
<p>(Camilloni, 2007)</p>	<p>la didáctica es una disciplina teórica que se ocupa de estudiar la acción pedagógica, es decir, las prácticas de la enseñanza, y que tiene como función describirlas, explicarlas, fundamentar y enunciar normas para la mejor resolución de los problemas que estas prácticas plantean a los profesores.</p>	<p>Estudia las prácticas de la enseñanza.</p>

<p>(Chrobak & Leiva, 2008)</p>	<p>La Didáctica se encarga de explicar los procesos de enseñanza y aprendizaje en el ámbito áulico, con el fin de fundamentarlos para que se concreten en modelos de trabajo docente. Sin embargo, posteriormente afirman que esta concepción ha sufrido cambios a través del tiempo; antes trataba de prescribir las condiciones ideales de enseñanza para un aprendizaje eficaz; ahora su función es la de brindar a los docentes, posibilidades de reflexión sobre su práctica, para que se puedan tomar decisiones adecuadas respecto al propio proceso de enseñanza - aprendizaje que se lleva a cabo con sus alumnos.</p>	<p>Explica los procesos de enseñanza aprendizaje en el aula.</p>
<p>(Moreno, 2011)</p>	<p>La Didáctica como la ciencia de la educación que estudia todo lo relacionado con la enseñanza; diseño de las mejores condiciones, ambiente y clima y luego agrega que todo ello es para conseguir un aprendizaje valioso y el desarrollo pleno del alumnado.</p>	<p>Estudia todo lo que está relacionado con la enseñanza para conseguir un aprendizaje.</p>
<p>(Costica, 2014)</p>	<p>La Didáctica estudia la relación y la interacción entre el profesor y el alumno en el proceso de enseñanza – aprendizaje.</p>	<p>Estudia la relación entre docente y el estudiante en el proceso de enseñanza.</p>

<p>(Augustsson &Boström, 2016)</p>	<p>La Didáctica orienta a los docentes para las elecciones del contenido y los métodos de enseñanza, que está relacionada con la enseñanza o instrucción sistemática y con la manera de enseñar y comunicar el conocimiento y que conduce inevitablemente a la pregunta ¿cómo los docentes dirigen el aprendizaje de los alumnos? La integración de la enseñanza y al aprendizaje en un proceso único no es un argumento convincente para estos autores, los conciben independientes, aunque relacionados por la lógica de la continuidad. Sus posiciones son contrarias a quienes consideran que la enseñanza y el aprendizaje son procesos diferentes, sino una unidad dialéctica.</p>	<p>La didáctica orienta y dirige al docente en elegir el contenido y método de enseñanza.</p>
--	--	---

(Abreu et al., 2017)	El proceso educativo es una categoría de máxima dimensión en la educación organizada institucionalmente con un carácter sistemático, formativo y profesional y es incluyente e integrador de las acciones educativas que se producen en tal contexto que puede ser de un centro educativo, de los medios de comunicación, de la familia, en cuyo marco tienen lugar otros procesos como el de enseñanza - aprendizaje. El primero debe ocurrir con una fundamentación pedagógica y el segundo con un sustento didáctico. Ambos tienen una relación tan dialéctica que se complementan	Tanto la enseñanza y aprendizaje se complementan. Por lo tanto, la pedagogía y la didáctica se contienen la una con la otra.
(Barreto da Cruz y Andrade, 2017)	El objeto de la Didáctica, el proceso de enseñanza - aprendizaje, ocupa un lugar central en el estudio de esta.	La finalidad de la didáctica es el proceso de enseñanza aprendizaje.

Fuente: Bibliografía especializada
Elaborado por: Rosalba Paredes

- La didáctica son los medios que se utiliza por el docente en el aula para el proceso de enseñanza- aprendizaje.
- Es el intermediario en la relación intrínseca entre docente-estudiante.
- A través de la didáctica el docente puede practicar el accionar pedagógico.

2.4 Estrategia Pedagógica

De acuerdo a J. Bravo (2008; citado por Mora, M.; Sandoval, Y. y Acosta, M.; 2013), las estrategias pedagógicas son todas las acciones realizadas por el docente, con el fin de facilitar la formación y el aprendizaje de los estudiantes. “Componen los escenarios

curriculares de organización de las actividades formativas y de interacción del proceso de enseñanza y aprendizaje donde se logran formación” (pág.101). En concordancia a lo expresado, las estrategias pedagógicas son una invaluable alternativa de solución en el proceso de formación; que se desperdicia por falta de discernimiento y planeación pedagógica, lo cual influye de manera negativa en el aprendizaje.

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.

2.5 Reformas curriculares de Educación de bachillerato General Unificado

En el currículo de educación, según documento emitido Ministerio de Educación del Ecuador (MINEDUC, 2016), indica que en 2011 entra en vigor el currículo para el Bachillerato General Unificado, mediante acuerdo ministerial Nro. 242-11; este documento surgió con un propósito de brindar a los estudiantes una formación general de acuerdo a su edad y vino a sustituir un conjunto de planes y programas por especializaciones que se empleaban hasta el momento para el nivel educativo, el que articula con la oferta educativa vigente de Educación General Básica.

Este ajuste al currículo, parte de los diseños curriculares previos y recoge la experiencia de docentes en su implementación, la que presenta una propuesta abierta y flexible, con el objetivo de brindar mejores herramientas para atender a la diversidad

de estudiantes en los diferentes contextos educativos de todo el país, tal y como se promueve en el artículo 10 del Reglamento de la Ley Orgánica de Educación Intercultural (MINEDUC, 2016). En atención a lo expresado el propósito del ajuste al currículo es para cambiar de especialidades a un perfil de salida interdisciplinar de los estudiantes ecuatorianos, como también brinda una propuesta abierta y flexible, dada la diversidad de personalidades y en distintos contextos educativos.

2.6 Niveles de Bachillerato General Unificado

El avance de la ciencia, intereses y necesidades del país y el requerimiento de proporcionar a los docentes un currículo abierto y flexible, que se pudiera adaptar de una mejor manera a los estudiantes, hizo necesario la revisión del perfil de salida del bachiller ecuatoriano, el que se llevó a cabo con la participación de actores involucrados en la educación, padres de familia, docentes con experiencia, estudiantes y representantes del sector productivo del país (MINEDUC, 2016). En este sentido el perfil tiene un conjunto de fines educativos que se expresan en el marco legal educativo y ofrecen horizontes a alcanzar por nuestros estudiantes, a partir del trabajo en las diferentes áreas presentes en la propuesta; entre ellas el área de Emprendimiento y gestión, como área de conocimiento interdisciplinar.

Además, cabe recalcar que el perfil de salida del estudiante se enmarca en la justicia, innovación y solidaridad, tanto para la Educación General Básica como para el Bachillerato General Unificado, el estudiante para avanzar a su perfil de salida debe recibir las siguientes áreas de conocimiento: Lengua y Literatura, Matemáticas, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales, Lengua extranjera, Educación Física y Educación cultural y artística; se desarrollan a través de las siguientes asignaturas (MINEDUC, 2016).

Cuadro 3. Áreas de conocimiento del currículo de Bachillerato General Unificado

AREAS DE CONOCIMIENTO	ASIGNATURAS PARA BGU
Lengua y Literatura	Lengua y Literatura
Lengua Extranjera	Ingles
Matemática	Matemática
Ciencias Naturales	Química Biología Física
Ciencias Sociales	Historia Filosofía Educación para la ciudadanía
Educación Física	Educación Física
Educación Cultural y Artística	Educación Cultural y Artística
Interdisciplinar	Emprendimiento y Gestión

Fuente: Currículo de los Niveles de Educación Obligatoria

2.7 Concepto de Emprendimiento y Gestión

K. M. Pérez y C. L. Anchundia (2016) definen 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 anteriormente 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.

2.8 Importancia

Para Pérez y Anchundia (2016), el análisis de modelos de emprendimiento recientes, refleja también la importancia del Capital Humano desde el punto de vista de la creatividad, el conocimiento, la cultura, la formación, la necesidad de desarrollar capacidades para la solución de problemas, la innovación y su vínculo con la formación en diferentes áreas tales como en emprendimiento y en el uso de las TIC. En relación a lo indicado, si se habla de emprendimiento, automáticamente, el que juega en él un papel muy importante es el capital humano, puesto que, sin duda, pone a disposición todas sus capacidades en el campo que se desarrolle.

Por su parte, Bittan (2020), considera como emprendedoras a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos para explotar estas oportunidades. Se concibe al emprendedor vinculado directamente con el término innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento económico con responsabilidad social. Con respecto a lo expresado las personas tienen un sentido especial para detectar oportunidades donde no todos lo ven para asumir riesgos como también, innovar y crear con responsabilidad.

2.9 Objetivo de la asignatura de Emprendimiento y Gestión en tercero BGU

El objetivo de la asignatura de Emprendimiento y Gestión (MINEDUC, 2015), en el tercero de Bachillerato General Unificado (BGU), es garantizar la producción y

reproducción de las condiciones que posibiliten el Buen Vivir, concomitante con la estructuración de una política económica consecuente que asegure estabilidad económica, propicie el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes como eficientes, que vincule lo económico, cultural y social; todo ello apoyado con una política financiera y comercial que fortalezca y dinamice los mercados internos, y promueva las exportaciones de pequeños y medianos productores. En referencia a lo expresado, el objetivo es viabilizar al estudiante hacia una estabilidad económica a través de intercambio de bienes o servicios en un mercado diverso e intercultural que promueve *Startups* y PYMES.

2.10 Emprendimiento y Gestión desde el currículo de BGU 2015

Según el Ministerio de Educación (MINEDUC, 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 en sí mismos y esperanza para el país.

2.11 ¿Qué es un emprendimiento?

Según Sanabria (2010), el término emprendimiento hace referencia a distintos aspectos del ser humano, define la manera como las personas enfrentan diferentes situaciones y la

forma en que se toma decisiones. Encierra componentes actitudinales, sociales, y personales. Algunos de estos aspectos son los conocimientos y la capacidad de aprendizaje de la persona y la constante búsqueda de beneficio bien sea económico, social, ecológico, cultural o de otra naturaleza. En este sentido, se puede apreciar que un emprendimiento es la manera en que las personas han encontrado la forma de enfrentar diferentes situaciones de índole económico, social o cultural.

2.11.1 El emprendedor

Para Bittan (2020), emprendedor viene derivado de la palabra latino *prenderé* que significa acometer e intentar. Es quién requiere voluntad para iniciar, responsabilidad para realizar y persistencia para continuar. Es decir, es una persona con visión, el cual, observa una oportunidad donde los demás no lo ven.

2.11.2 Idea de negocio

En el criterio de la Goodwill Community Foundation (2021), la idea de negocio es, básicamente, el servicio o producto que se quiere ofrecer, la forma en que se conseguirán los clientes y cómo se espera recibir ganancias de esta. Desde aquí se tendrán en cuenta todos los aspectos de la creación de la empresa y de las decisiones que aquí se tomen dependerá en gran parte el éxito de la misma. Es decir, de la manera como se plantee el producto o servicio que se va a ofrecer al cliente, dependerá el éxito o fracaso de la idea de negocio.

2.12 METODOLOGÍA CANVAS

2.12.1 Antecedentes

Según García (2010; citado por D. Ferreira, 2015), la ontología propuesta por Osterwalder representa un avance importante en la denominada innovación de tipo

organizacional. Su creciente reconocimiento internacional así lo demuestra. Se destaca su utilización como una importante herramienta en la comunicación, el análisis y la evaluación de modelos de negocio, así como en la innovación. En este sentido, mi criterio es que el modelo de negocio en una empresa es la base de la creación, organización e innovación de la misma.

2.12.2 Conceptualización

La conceptualización es una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder en el 2004, en su tesis doctoral. Es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor (Osterwalder, 2004).

Para Blank (2013, citado por Carvajal, 2018), la metodología Canvas, es un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio, que muy por el contrario de ser abstracta termina en ser concreta para conseguir la técnica de *buiding blocks*, misma que permite observar los nueve bloques del negocio en una sola página, donde se pueden analizar las hipótesis de cada bloque del modelo. Por ello, en opinión de la autora, este modelo fue diseñado específicamente para guiar los nuevos emprendimientos, al igual que los que ya creados, con la finalidad de establecer su plan de negocios con una metodología organizada, acorde y fácil de acoplar a cualquier tipo de empresa. Además, el modelo Canvas es un lienzo dividido en nueve bloques donde, el empresario puede dar forma a su negocio que permite la rápida evaluación de una idea. Para una mejor comprensión del funcionamiento de la metodología se describen a continuación cada uno de los bloques en el orden del diseño metodológico:

- Segmento de clientes

- Alianzas claves
- Propuesta de valor
- Actividades
- Canales
- Flujo de ingresos
- Estructura de costos
- Recursos clave
- Relaciones con los clientes

Figura 1. Modelo del lienzo de modelo de negocio CANVAS



Fuente: (Osterwalder, Pigneur, y Vázquez 2012, 18–19)
Elaboración: Osterwalder Alexander, Pigneur Yves

A continuación, se presenta el modelo de negocios Canvas con números que indica el orden en el que se deben diligenciar los bloques:

Figura 2. Modelo de Negocio Canvas

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con los clientes	Segmentos del cliente
8	7	2	4	1
	Recursos clave		Canales	
	6		3	
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
9		5		

Fuente: (Garzón, 2013)

2.12.3 Análisis de los componentes del modelo CANVAS

2.12.3.1 Segmento de mercado

Las empresas deben identificar de manera prioritaria el mercado sobre el que se van a enfocar, así lo dice Lambin et al (2004, citado por Carvajal, 2018), quien indica que una empresa podrá identificar su estrategia de presencia que se haya identificado su mercado de referencia, lo cual, implica “La partición del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y de motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos” (pág. 23). Por ello, para identificar la estrategia de mercado del negocio, primero se debe que segmentar el mercado al cual se dirige, que constituye la prioridad del mismo.

2.12.3.2 Propuesta de valor

Según Kotler y Armstrong (2006, citado por Carvajal, 2018, pág. 25), “La propuesta de valor de una compañía es el conjunto de propuestas o valores que pretende entregar a los consumidores para satisfacer sus necesidades”. En este sentido la propuesta de valor de una empresa es la idea por la que una u otra empresa se distingue frente al cliente.

Por su parte, Daylin Medina, Alberto Medina León y **Dianelys** Nogueira (2017), indica que la creación de valor es uno de los pilares fundamentales en la estrategia empresarial, dado que “En la capacidad de ofrecer productos y servicios más valiosos para otros reside a largo plazo, la prueba, uso y preferencia de los mismos. Una organización aporta productos y servicios útiles para otros la demanda se activa y el negocio crece”. (pág. s/n)

En concordancia a lo expresado se demuestra que, aquellas empresas que conocen de manera profunda a sus clientes se encuentran en la capacidad de brindar propuestas de

valor atractivo y personalizado, que solucione problemas y necesidades de forma rápida y oportuna, para ganarse la preferencia del nicho de mercado.

Los autores Osterwalder et al (2015, citado por Carvajal, 2018, pág. 26), expresan que “Con el perfil del cliente aclaras la comprensión que tienes sobre él. Con el mapa de valor describes como pretendes crear valor para este cliente”; es decir ven a la propuesta de valor como un nuevo lienzo, en consecuencia, separan el nuevo lienzo en dos partes primordiales, primero invita a conocer profundamente al cliente y mediante este conocimiento diseñar la propuesta de valor que busca satisfacer sus necesidades y anhelos. En definitiva, la propuesta de valor es el corazón de un modelo de negocios, sin él, aunque el modelo de negocio sea excelente, pero sin una propuesta de valor bien fundamentada puede ser un fracaso o viceversa.

2.12.3.3 Canales

De acuerdo al criterio de Paz (2008; citado por Carvajal, 2018, Pág. 27), un canal se define como “Todas las actividades necesarias para poner el producto al alcance del consumidor meta, con el objetivo de facilitar su compra. Basándose en este criterio, son las acciones que realiza de forma directa o indirecta un grupo de interés con el objetivo de realizar ventas de productos o servicios

Según Best (2008), existen tres sistemas canales, sistema directo que tiene la empresa mantiene la propiedad de los productos y la responsabilidad de las ventas, distribución, servicio u otros que añadan valor y demanden los clientes; sistema indirecto aquí el intermediario adquiere la propiedad de los productos y en la mayoría de los casos el control de las ventas y logística; sistema mixto que la empresa realiza por sí mismo las ventas y adicional utilizan distribuidores locales donde se realizan las tareas de almacenar el producto, entrega y servicio. Dicho esto, la empresa debe decidir qué tipo

de canal va a utilizar para llegar con su propuesta de valor a su segmento de mercado.

2.12.3.4 Relaciones con clientes

Para Cavazos y Gnombiuliani (2008), las relaciones con los clientes, llamado también marketing relacional, son un compromiso de interrelaciones que se genera entre la empresa y los clientes, donde la empresa busca revelar que cuenta con los medios necesarios para atender las necesidades de los clientes de manera diferenciada. En este sentido el proceso de relaciones que la empresa maneja con sus clientes es de suma importancia en el modelo de negocio.

Considera Alexander Osterwalder, Yves Pigneur y Lara Vázquez (2012), que las relaciones que existen entre la empresa y sus clientes deben consolidarse en el conocimiento a profundidad de las aspiraciones del cliente, de esta manera se puede optar por relaciones personales o automatizadas, que se basa en capacitación al cliente, fidelidad o estimulación en las ventas, a través de ventas atractivas. De esta manera puede hacer un análisis profundo al cliente y lograr una relación de éxito y oportunamente.

2.12.3.5 Fuentes de ingreso

En el criterio de Zapata (2011), las fuentes de ingreso se refieren a los ingresos que perciben las empresas, que de acuerdo a la óptica contable los ingresos pueden clasificarse en operacionales y no operacionales, donde lo primeros son aquellos que se obtienen producto de las actividades para las que fue creado el negocio; en tanto que los segundos son aquellos que se obtienen producto de actividades no relacionadas al giro del negocio. Entonces de acuerdo a lo referido una empresa puede percibir ingresos por la propuesta de valor, como también por actividades no relacionadas al negocio.

Además, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur y Lara Vázquez (2012) indican que un modelo de negocio puede implicar dos tipos de ingreso que son: “1. Ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de los clientes; 2. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente” (pág. 22). Esto quiere decir que en el primer tipo de fuentes de ingreso el cliente paga por un producto o servicio en particular que cierra una transacción puntual, que no cuenta con una periodicidad específica. En cambio, en el segundo tipo de fuente de ingreso el cliente paga de manera recurrente en un lapso de tiempo por un producto o servicio prestado de forma repetitiva y con una periodicidad específica.

En conclusión, la fuente de ingreso es necesaria para que un negocio pueda seguir y opere, por lo tanto, los activos de la empresa aumentan, de esta manera genera la posibilidad de disminución de pasivos y mejoraría el patrimonio, como también mantiene el giro del negocio y el éxito del mismo.

2.12.3.6 Recursos clave

Consideran Krugman y Robin Wells, (2012), que para el funcionamiento de cualquier modelo de negocios se necesitan de medios a ser utilizados con la finalidad de conseguir los objetivos planteados, es decir, los recursos son aquellos elementos que una empresa necesita para producir un bien o un servicio. Así desde el punto de vista económico “Los recursos son escasos y las cantidades que se disponen de él no son suficientes para satisfacer todas las necesidades productivas” (pág. 12). En este sentido, si son escasos tanto la empresa como el cliente debe decidir sobre ellos para alcanzar sus objetivos para satisfacer sus necesidades ya sea total o parcial. Según varios autores los

recursos se clasifican en grandes categorías:

Cuadro 4. Categorías de recursos

AUTORES	CATEGORIAS
(McEachern, 1998)	Tierra, trabajo, capital y Habilidades gerenciales
(Burneo y Larios, 2015)	Tierra, trabajo, capital y habilidades empresariales
(Mochón, 2006)	Tierra, trabajo y capital

Fuente:Carvajal,2018

En referencia a los autores citados se analiza que coinciden en las categorías que se deben de tomar en cuenta para el estudio de recursos clave, Tierra comprende todos los recursos naturales necesarios para el proceso productivo, Trabajo comprendido como el tiempo y esfuerzo humano tanto físico como intelectual dedicado al proceso productivo, Capital se divide en capital físico que los bienes tangibles e intangibles dedicados al proceso productivo y capital humano que son las destrezas, habilidades y conocimientos adquiridos por las personas y empleados en el proceso productivo; por consiguiente, Habilidades gerenciales y empresariales que son las destrezas con las cuales el empresario logra combinar los recursos dentro del proceso productivo para crear una propuesta de valor. Dicho de otra manera, los recursos son necesarios para generar de manera eficaz y eficiente los módulos estudiados de dicha metodología como es la propuesta de valor, los canales de distribución, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso ya que, en todos ellos se necesita emplear recursos físicos, intelectuales, económicos y humanos.

2.12.3.7 Actividades Clave

C. J. Carvajal (2018), señala que, para crear una propuesta de valor, la empresa tendrá que

cumplir tantas actividades como lo requiera cada proceso dentro de su giro de negocio. La empresa tendrá que generar una estructura definida. En este mismo sentido, Hernández y Rodríguez (2002), en su libro *Introducción a la Administración*, indica que crear una propuesta de valor, es un “Ensamblaje de una construcción, una ordenación relativamente duradera de las partes de un todo y su relación entre ellas” (pág.286). Este concepto indica que la empresa tendrá actividades agrupadas por homogeneidad a través de áreas que trabajan de forma interrelacionada para cumplir con sus objetivos.

Por su parte, Maldonado (2011, citado por C. J. Carvajal Cajas, 2018), lo define como “Un conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin, desde la producción de un objeto o prestación de un servicio hasta la realización de cualquier actividad interna” (pág. 25). En concordancia a lo expresado los procesos conjuntos de actividades actúan de manera interrelacionada entre sí, para convertirse en lo que será la propuesta de valor que entregue la empresa a su nicho de mercado.

2.12.3.8 Asociaciones clave

De acuerdo a al criterio de Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, y Lara Vázquez (2012), las empresas deciden asociarse para con el fin de mejorar sus modelos de negocio, conseguir recursos o mitigar riesgos mediante alianzas estratégicas, relaciones cliente-proveedor, y de ser necesario una asociación estratégica con empresas competidoras. En tal sentido, las asociaciones que generan las empresas son muy importantes para los modelos de negocio a la hora de generar ventajas competitivas.

2.12.3.9 Estructura de costos

Para el funcionamiento de un modelo de negocio debe existir una estructura de costos,

por tanto, es indispensable comprender el significado de costos, sus elementos y su clasificación. Zapata (2007), señala que los elementos del costo se clasifican de acuerdo a su tratamiento, es así que su tratamiento es por alcance, los costos pueden ser totales o unitarios; por identidad los costos pueden ser directos o indirectos; por su relación con la producción o comportamiento los costos serán fijos o variables; por el momento en que se determinan los costos pueden ser históricos o predeterminados. En relación a lo expuesto el costo tiene un tratamiento muy minucioso el cual debe ser muy bien estructurado y es clave en un modelo de negocio.

Por otro lado, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, y Lara Vázquez (2012), coinciden en que la estructura de costos describe todos los costos que incurre el modelo de negocio, ya sea en la creación y entrega de valor, mantener relaciones con los clientes, actividades, recursos, relaciones clave, el análisis del segmento de mercado y fuentes de ingreso, generaran un costo para la empresa, esto a su vez debe ser debidamente registrado y no será complicado al haber definido con anterioridad recursos, actividades y asociaciones clave, pero si se debe tener claro su cálculo. En definitiva, la estructura de costos tendría que tener un cálculo claro y exacto en cada actividad del modelo de negocio, de esta manera se genera con éxito su funcionamiento.

2.12.4 Modelo Canvas de A. Maurya,

Maurya, (2012, citado por Ana Lidia Castillo, 2018), propone una adaptación al modelo de negocio Canvas de Osterwalder, el que se enfoca en las *Startups*. Este nuevo modelo se conoce como Lean Canvas. Por tanto, esta adaptación conlleva a identificar las áreas de mayor riesgo y hacer cumplir la honestidad intelectual, y sobre todo es un modelo artífice para los nuevos emprendimientos.

A continuación, los nueve bloques que diseñó el autor, seguido de las preguntas que propone para el respectivo relleno del lienzo:

- Problema

Se enlistan el mayor o los tres mayores problemas.

Pregunta: ¿Has identificado los verdaderos problemas que la gente sabe que tiene?

- Segmento del cliente

Se enlista el cliente objetivo y usuarios.

Pregunta: ¿conoces tus mercados objetivos?

- Propuesta única de valor Mensaje claro, único y persuasiva

Pregunta: ¿Has encontrado una manera clara, distintiva, recordable de explicar porque eres mejor o diferente?

- Solución

Dibuje una posible solución a cada problema

Pregunta: ¿Puedes solucionar los problemas de la manera adecuada?

- Canales

Enliste sus caminos hacia los clientes

Pregunta: ¿Cómo llevaras tu producto o servicio a tus clientes, y su dinero de vuelta a ti?

- Ingresos

Enliste su fuente de ingresos

Pregunta: ¿De dónde sale el dinero? ¿Llegará una sola vez, o será recurrente?

- Costes

Enliste sus costos fijos y variables.

Pregunta: ¿Cuáles son los costos directos, variables e indirectos que tendrás que

pagaren tu negocio en marcha?

- Métricas clave

Enliste los números clave que le dirán como lo hace en su negocio

Pregunta: ¿Conoces cuales números seguir, rastrear para entender su proceso?

Ventaja injusta

Qué es eso que tiene usted, pero, que no puede ser fácilmente copiado o comprado

Pregunta: ¿Cuál es la “fuerza multiplicadora” que hará que tus esfuerzos tengan mayor impacto que tus competidores?

2.12.5 Modelo gráfico para Startups sector TIC: Dropbox

Dropbox es el servicio de almacenamiento en línea *freemium* (cuentas gratuitas y pagas), más grande del sector. Admite que millones de usuarios alojen documentos y puedan actualizarlos a través del sitio www.dropbox.com. A continuación, se presenta el lienzo para este exitoso Startup (Garzón, 2013).

Figura 3. Ejemplo de Modelo grafico para Startups

Problema	Solución	Propuesta única de valor	Ventajas injustas	Segmentos del cliente
1 1) No hay una manera fácil de compartir archivos en internet 2) No hay una manera de sincronizar archivos entre PCs 3) Problema al compartir grandes archivos Alternativas existentes: Google Docs (Drive), Intranets, FTP	4 Trabajar en segundo plano, con seguimiento de los cambios en directorio compartido (problema 1 y 2) Directorio de archivos local donde la gente pueda actualizar archivos y compartirlos usando un enlace 'público' (problema 3)	3 Dropbox – ya no volverás a necesitar tu memoria USB	9 Conocimiento técnico (El cofundador era de MIT)	2 Pequeñas y medianas empresas sin una Intranet Personas con un solo computador, en casa Early adopters (innovadores): Usuarios de Google Docs (Drive)
	Métricas clave 8 Cantidad de datos compartidos Número de invitaciones enviadas		Canales 5 Marketing viral Blog	

Estructura de costos	Flujo de ingresos
7 Hosting (100 USD cada 1000 usuarios) Salario (CEO + Desarrollador 10.000 USD/mes) Punto de ruptura: 700 usuarios pagos	6 14 días de período de pruebas gratuito (en una cuenta de 10USD mes, capacidad de almacenamiento hasta 20 GB) 14 días de período de pruebas gratuito (en una cuenta de 20 USD/mes, capacidad de almacenamiento hasta 50 GB)

Fuente: (Garzón, 2013)

2.12.6 Modelo grafico para Startup sector TIC: QumbiaSolutions

Fino Garzón (2013), presenta uno de los lienzos-prototipos, basado en el modelo de negocios Lean Canvas que se han elaborado durante la distribución de este proyecto. Por lo tanto, es un modelo aplicado y que sirve de referente para todo tipo de emprendimiento de acuerdo a la necesidad que se demande.

Figura 4. Modelo grafico caso: QumbiaSolutions

Problema	Solución	Propuesta única de valor	Ventajas injustas	Segmentos del cliente
1 1) Falta de cultura informacional en empresas 2) En la pequeña y mediana empresa no se toman decisiones basadas en información 3) Análisis y procesamiento de grandes cantidades de datos	4 Capacitación (problema 1) Consultoría en la gestión de la información (vigilancia tecnológica e inteligencia estratégica (problema 2) Soluciones de inteligencia estratégica y el análisis y procesamiento de grandes cantidades de dato (problema 3)	3 Aplicación enfoque de la Ciencia de la Información	9 Conocimiento técnico y experiencia (océano azul)	2 Empresas pequeñas y medianas Universidades (grupos de investigación) Laboratorios y observatorios (privados y gubernamentales) Unidades de información (bibliotecas, centros de documentación)
	Métricas clave		Canales	
	8 Cantidad de proyectos cotizados/Cantidad de proyectos ejecutados		5 Google AdWords Marketing viral Voz a voz Blog	

Estructura de costos	Flujo de ingresos
7 Salarios (tres socios) Desarrollo de software Software	6 Capacitación personal (cultura informacional) Consultoría en gestión de información (VTIC) Implementación de soluciones (Big Data y Visualización de información)

Fuente: (Garzón, 2013)

Saldaña Santos y Ávila Hernández (2016), indican en su investigación que el lienzo Canvas como prototipo de un proyecto de emprendimiento social la cual, pretende dar una solución innovadora a la problemática de la comunidad de Tolima y busca de una forma ambiciosa superar el déficit de vivienda del mismo, de una manera sustentable e innovadora.

Figura 5. Modelo de negocio de Emprendimiento social

Fuente: (Saldaña & Ávila, 2016)

<p>Socios claves</p> <p>Para que el modelo de negocio funcione, se requiere de alianzas estratégicas con; proveedores de sementó, fabricantes de cal, productores de arena de sílice, fabricantes de bese de aluminio y fabricantes de estructuras en hierro.</p> <p>Con el fin de asegurar y optimizar los recursos esenciales para adquirir las materias primas para que el modelo de negocio sea sostenible.</p>	<p>Actividades claves</p> <p>La actividad comercial comprenderá la producción de piezas en material de hormigón celular, para fabricar casas unifamiliares autoconstruibles, según las necesidades del cliente a un precio asequible y con lo último en tecnología.</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>-Dar solución al déficit de vivienda del departamento y del país de forma sustentable.</p> <p>Brindar vivienda competitiva, a través de procesos innovadores.</p>	<p>Relación con los clientes</p> <p>-La conexión con los clientes será de una forma efectiva y satisfaciendo cada una de sus necesidades para cultivar relaciones fieles a largo plazo.</p> <p>-Demostrando gratitud y</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Segmento uno:</p> <p>-Personas que compongan un núcleo familiar con edades entre los 20 a 40 años.</p> <p>-De estratos 3 y 4 que no tengan vivienda propia y que vivan en el departamento del Tolima.</p> <p>Segmento dos:</p> <p>-Organizaciones gubernamentales que generen proyectos de viviendas sociales.</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>Recursos humanos; se requieren 4 operarios para la fabricación de las piezas, 2 agentes de ventas, 2 personas para la distribución e instalación de las piezas.</p> <p>Infraestructura; Maquinaria, planta de producción, camión y local.</p> <p>Capital; el aporte del capital será del 50% de socios y el otro 50% a través de préstamo.</p> <p>Tecnología; página web, dominio, hosting y wi -fi.</p>	<p>-Otorga bienestar y desarrollo a precios bajos.</p> <p>-Transmitir Seguridad y confianza en cada proceso de pre y post venta.</p> <p>-Contribuir al desarrollo del país, generando empleo y mejores niveles de vida.</p>	<p>Canales</p> <p>Comunicación; se realizara a través de página web, redes sociales y anuncios publicitarios.</p> <p>Distribución y canales de venta; se llevaran a cabo de forma directa por tiendas propias y con representantes de fábrica.</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>El conjunto de erogaciones o costos y gastos para que todos los engranajes de la empresa funcionen son los siguientes:</p> <p>Costos; 01-Alquiler de planta de producción = 5.000.000. 02- Pago de honorarios a operarios y demás recursos humanos requeridos = 5.800.000. 03-Agua, luz y combustible = 2.500.000. 04- Materia prima para el primer mes de producción = 80.000.000.</p> <p>Total costos = 93.3000.000. Al mes</p> <p>Monto de inversión: Maquinaria = 20.000.000 - Camión = 50.000.000. Muebles y enseres = 15.000.000. Diseño página web = 1.000.000. Permisos = 8.000.000. Gastos notaria = 3.000.000. Seguros = 5.000.000.</p> <p>Total inversión activos fijos y tangibles = 102.000.000.</p> <p>Gastos; 01-Hosting y wifi = 200,000 - 02- Mantenimiento de maquinaria = 2.000.000 - 03- Comisiones de los agentes de ventas = 4.000.000 - 04- Anuncios publicitarios = 1.500.000. 05-Alquiler de tienda de venta 2.000.000</p> <p>Total gastos = 9.700.000. Al mes.</p>		<p>Fuente de ingresos</p> <p>Ingresos; La fuente de ingresos se da por venta de piezas prefabricadas, con su sistema de instalación. Asesoría y apoyo en el proceso autoconstruible, que tienen un valor de 40.000.000. Millones de pesos por cada vivienda terminada.</p> <p>Ingresos totales proyectados consta de la venta de tres casas por mes, para un total de 120.000.000 millones.</p> <p>Forma de pago; dado el perfil de clientes del primer segmento, los pagos se realizarán a través de un pago inicial del 5% del valor total de la casa y pagos recurrentes o cuotas mensuales con una proyección a 120 meses de 316. 666 pesos, en efectivo, tarjeta de crédito, débito etc.</p> <p>Para el segundo segmento, se serializara mediante acuerdo escrito con un plazo máximo de dos meses y mediante consignación bancaria, que será el 50% del costo total que tendrían un valor de 30.000.000 por casa terminada cuando sean más de 20 casas, y el otro 50% al culminar el proyecto de vivienda.</p>		

Fuente: (Saldaña & Ávila, 2016)

2.13 HIPÓTESIS

2.13.1 Hipótesis general

Hi: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas es la indicada en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y Gestión.

Ho: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas no es la indicada en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y Gestión.

2.13.2 Hipótesis específicas

H1: La utilización de la metodología Canvas mejorará la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”

Ho: La utilización de la metodología Canvas no mejorará la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”

H2: Existe relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento.

Ho: No existe relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento.

H3: El diseño de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas influye positivamente en la asignatura de emprendimiento y gestión.

Ho: El diseño de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas no influye positivamente en la asignatura de emprendimiento y gestión.

2.14 VARIABLES

2.14.1 Variable Independiente

Estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas

2.14.2 Variable Dependiente

Nuevas ideas de emprendimiento

2.15 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 5. Operacionalización de la Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
Estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas	<p>las estrategias pedagógicas son todas las acciones realizadas por el docente, con el fin de facilitar la formación y el aprendizaje de los estudiantes.</p> <p>Es una herramienta para el análisis de ideas de negocio. Es un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio.</p>	<p>Estrategia pedagógica</p> <p>Acciones Aprendizaje</p> <p>Herramienta</p> <p>Ideas de negocio</p> <p>Lienzo</p>	<p>Fases de la estrategia</p> <p>Capacitación</p> <p>Conocimientos nuevos</p> <p>Utilidad del instrumento</p> <p>Crear nuevos emprendimientos</p> <p>Bloques del lienzo</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario de preguntas</p> <p>Observación</p> <p>Guía de observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Cuestionario de preguntas</p>

Fuente: Módulo Diseño de la Investigación Educativa de la Maestría en Educación mención Tecnología e Innovación Educativa.

Elaborado por: Rosalba Paredes

Cuadro 6. Operacionalización de la Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
Ideas de emprendimiento	La idea de negocio es el servicio o producto que se quiere ofrecer, la forma en que se conseguirán los clientes y cómo se espera recibir ganancias de ella.	Producto Clientes Ganancia	Identificación del producto Segmento de mercado Niveles de utilidad	Encuesta Cuestionario de preguntas Observación Guía de observación

Fuente: Módulo Diseño de la Investigación Educativa de la Maestría en Educación mención Tecnología e Innovación Educativa.

Elaborado por: Rosalba Paredes

CAPITULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

En la investigación se aplicó un enfoque mixto (cuali-cuantitativo). Si bien en las Ciencias Sociales y Humanísticas, lo que prevalece es uso del paradigma cualitativo, ello no excluye la utilización del cuantitativo, como es el caso del presente trabajo, el cual lo aplica en el análisis de las preguntas cerradas de las encuestas.

Según Cuenya, y Ruetti, (2010, pág. 273), “En aspectos de validez se hace referencia a la alta validez interna de la investigación cualitativa, sin embargo, este enfoque presenta limitaciones al momento de generalizar los resultados obtenidos, a diferencia de la investigación cuantitativa, en donde se observa como aspecto de fortaleza su alta validez externa, que hace referencia a la generalización de los resultados obtenidos” En función de esta idea, la autora decidió utilizar el paradigma mixto y así salvar ambas exigencias.

Se utilizó la versión 21 de la herramienta SPSS para el análisis de fiabilidad a través de Alfa de Cronbach en la recolección y análisis de los datos que responden a las preguntas de investigación que revelaron sus resultados e impactos en el proceso de interpretación.

3.2 Métodos teórico y empírico

Se emplearon los métodos teóricos Analítico-sintético e inductivo-deductivo y, en el caso del empírico el análisis documental.

El análisis y síntesis permitió analizar la bibliografía consultadas y extraer los aspectos más significativos. El inductivo-deductivo, permitió emitir conclusiones con base en una premisa que se asume como verdadera. En cuanto al análisis documental facilitó la

búsqueda de las fuentes de información y su utilización en el marco de la investigación

La presente investigación se inicia a partir del análisis general de lo que es pedagogía y didáctica, para luego establecer la estrategia pedagógica que se propone en la investigación; la cual tiene como finalidad el contribuir e innovar el contenido de la asignatura de Emprendimiento y Gestión que se imparte en el tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue “no experimental”, dado que no se manipuló ninguna variable. Al respecto Hernández Samper (2004), en su libro “Metodología de la Investigación”, refiere que “La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables”- señalando en el mismo párrafo que lo que se hace en una investigación no experimental - “...es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (pág.195)

El mismo autor junto a otros (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), precisa que las investigaciones de tipo no experimental, “Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural” (pág. 150). En este sentido, la investigación se le realizó en un solo curso, se observó las relaciones entre variables tal y como ocurrieron en su contexto de forma natural, sin intervenir de manera alguna.

3.4 Tipos de investigación

- **Según el diseño:** tiene como paradigma el método cualitativo y utiliza también el cuantitativo en las encuestas. Es no experimental y etnográfico, dado que predomina lo explicativo. Según Nocedo de León (2009) “Se trata de reconstruir la realidad

rescatando su complejidad en toda la magnitud que tienen las relaciones subjetivas que se establecen”

- **Por el nivel o alcance:** El alcance de la investigación se le considera en un primer momento como exploratorio y luego como descriptivo, correlacional y explicativo; ya que describe las categorías presentes en la investigación, identifica la relación intrínseca entre las variables de estudio, en este caso específico la relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de ideas de emprendimiento y, expone las características de la investigación y sus resultados incluyendo la propuesta.
- **Por el lugar.** - La investigación es de campo, ya que se realizó en el lugar de los hechos o contexto polémico, es decir, en la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” con los estudiantes de tercer año de bachillerato, en la cual, la autora labora como docente desde el año 2016, con pleno conocimiento de la situación problemática y es donde está inmersa la investigación.
- **Según la fuente de investigación:** fue bibliográfica-documental, porque se obtuvo información de varias fuentes y referencias bibliográficas, como artículos científicos, libros y resultados de otras investigaciones, los cuales, se encontraron en Google académico, revistas indexadas como Latindex, DOAJ, Scielo, que permitieron la comprensión de la problemática.
- **Por el tiempo:** es Longitudinal, porque se analizó los cambios en dos momentos diferentes del problema de investigación, ya que se determinó en un primer momento los resultados al aplicar el instrumento de recolección de datos a los estudiantes y relacionar los conocimientos sobre las variables de estudio;

luego, en un segundo momento, al aplicar la estrategia pedagógica en los estudiantes donde se obtuvo informe de trabajos realizados.

3.5 Técnicas e instrumentos para recolección de datos

3.5.1 Técnica

Se aplicó la encuesta, por ser es una técnica de investigación cualitativa, la que luego de procesar sus resultados cuantitativamente, permitió cumplir con los objetivos, dimensiones e indicadores de las variables de estudio, la metodología Canvas y la estrategia pedagógica; a través del aplicativo *online office* enviado a los grupos de WhatsApp.

3.5.2 Instrumento

Cuestionario: Se determinará un cuestionario de 33 preguntas, de las cuales 27 específicamente cerradas con el método de medición escala de Likert y 6 preguntas abiertas para su validación se utilizó Alfa de Cronbach; de acuerdo al tema de investigación la encuesta fue dirigida a los señores y señoritas de tercero de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” para su posterior análisis. Además, se utilizó el instrumento mediante la aplicación <https://bit.ly/2Yu6TOT> enviado a los grupos de WhatsApp para su contestación virtual.

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La población objeto de la investigación, son todos los estudiantes de tercero de bachillerato de Unidad Educativa “Sultana de Los Andes”. Según Bravo (1998, citado por Mora, Sandoval y Acosta, 2013, pág.3), el universo está conformado por toda la población o conjunto de unidades que se quiere observar y que podrían ser observadas

individualmente en el estudio. En el criterio de Hernández Samper (2016); “...una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. En este sentido, ambos concuerdan en que población o universo se refieren al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones.

3.6.2 Muestra

Se utilizó el método probabilístico, abarcando a toda la población del tercero de bachillerato compuesta por 53 estudiantes, por lo que no fue necesario determinar ningún cálculo muestral. Según Hernández Samper (2004), la muestra probabilística “...son esenciales en los diseños de investigación por encuestas en donde se pretender hacer estimaciones de variables en la población” – señalando más adelante- “...se presupone que la muestra es probabilística donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos” (pág. 2019).

3.7 Validación y resultados

3.7.1 Análisis de fiabilidad

- En relación al análisis de fiabilidad, Frías-Navarro (2014), considera que el método de consistencia interna basado en el coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o una única dimensión teórica de un constructo latente. Es decir que el Alfa de Cronbach es el que permite evaluar un análisis de fiabilidad a un instrumento determinado y fue el que utilizó la autora en la investigación.

3.7.2 Alfa de Cronbach

Según R. García-Bellido y J. González (2010), el coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los

ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría o empeoraría la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem. Por tanto, la validación es muy importante ya que si se presenta una información que es confiable por consiguiente los resultados también lo serán, lo cual permite plantear mejores estrategias.

Para realizar el proceso de validación del instrumento en este caso se realizó un análisis de fiabilidad a través de la herramienta de Alfa de Cronbach de lo cual se obtuvo lo siguiente:

Cuadro 7. Resumen del procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	4	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	4	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: A partir de SPSS

En el cuadro 8, se muestra que de un total de estudiantes que fueron objeto de estudio de la prueba piloto, se analizaron el total de casos; por consiguiente, no se excluyó ninguno.

Cuadro 8. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	27

Fuente: A partir de SPSS

Como se muestra en el cuadro 9, el cuestionario que se validó por Alfa de Cronbach obtuvo un valor de 0.98 que equivale dentro de la escala como un instrumento de recolección de datos Excelente. Por lo cual, es apto y se aplicó a la totalidad de la

muestra.

En consecuencia, por el resultado obtenido en la encuesta piloto se realizó el análisis de fiabilidad a través de la herramienta Alfa de Cronbach a la muestra que es el total de la población aplicada a tercero de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, con un total de 53 estudiantes.

Cuadro 9. Resumen del procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válidos	53	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: A partir de SPSS

En el cuadro 10, se muestra que de un total de estudiantes que fueron objeto de estudio de la muestra de la población, se analizaron el total de casos; por consiguiente, no se excluyó ninguno.

Cuadro 10. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	27

Fuente: A partir de SPSS

Como se muestra en el cuadro 11, el cuestionario que se validó por Alfa de Cronbach obtuvo un valor de 0,92 que equivale dentro de la escala como un instrumento de recolección de datos excelente. Por lo cual, es apto para aplicar la propuesta de investigación.

3.7.3 Comprobación de hipótesis

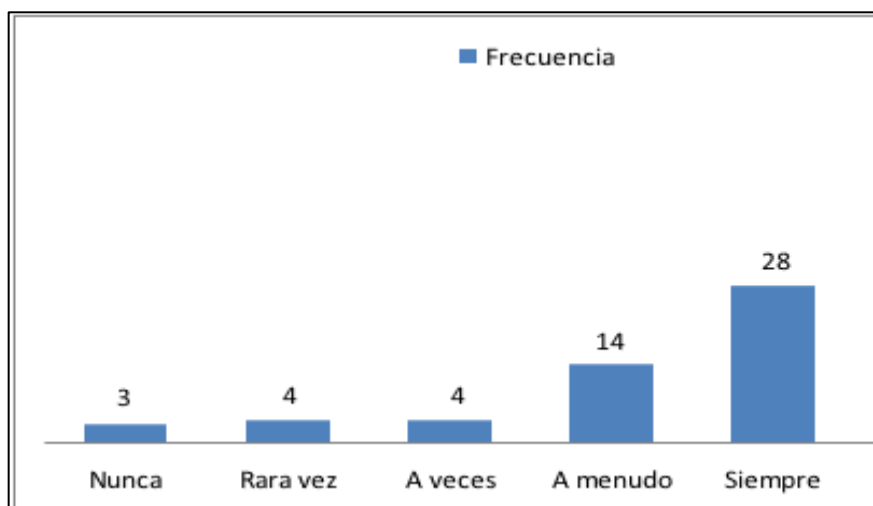
En la presente investigación se utilizará el estadístico Chi-Cuadrado para la comprobación

de las hipótesis planteadas, al ser una herramienta para “...valorar la bondad del ajuste de los datos a una distribución de probabilidad conocida y se ha establecido como el procedimiento de elección para el contraste de hipótesis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2017, pág. 294). En concordancia a lo expresado, para verificar las hipótesis se va a utilizar esta herramienta que evidencia la relación entre las variables.

3.8 Resultados de la encuesta

Se realizó un levantamiento de datos en base a una encuesta realizada en Google Forms, con el fin de evitar el contacto físico con los 53 estudiantes de tercero de bachillerato. Debido a la pandemia covid19, se procedió a realizar el envío del link de la encuesta, para llenar los formularios, a través de la red social WhatsApp, con el objetivo de recabar datos sobre metodología Canvas como estrategia pedagógica en la asignatura de Emprendimiento y Gestión. A continuación, se detallan los resultados obtenidos

Gráfico 1. Su docente utiliza medios tecnológicos para impartir sus clases

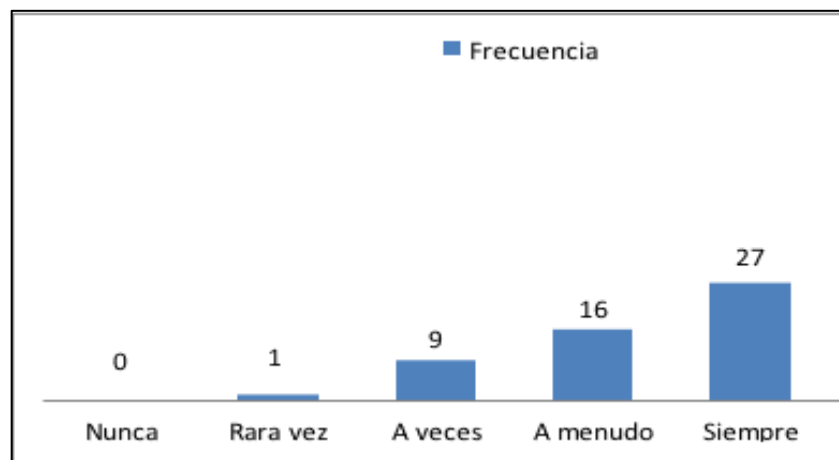


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 1, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 5,6% de estudiantes que nunca utiliza medios tecnológicos; seguidamente el 7,6% expone que rara vez y a veces utiliza; de la misma manera el 26,4% opina que a menudo; mientras que el 52,8% consideran que siempre utiliza medios tecnológicos.

Interpretación: En base al gráfico 1, podemos interpretar como principal hallazgo que el docente imparte sus clases con la utilización de medios tecnológicos, debido a que por la pandemia Covid19 las clases son virtuales, que es opinión mayoritaria de 28 estudiantes.

Gráfico 2. Su docente estimula el pensamiento reflexivo y autónomo



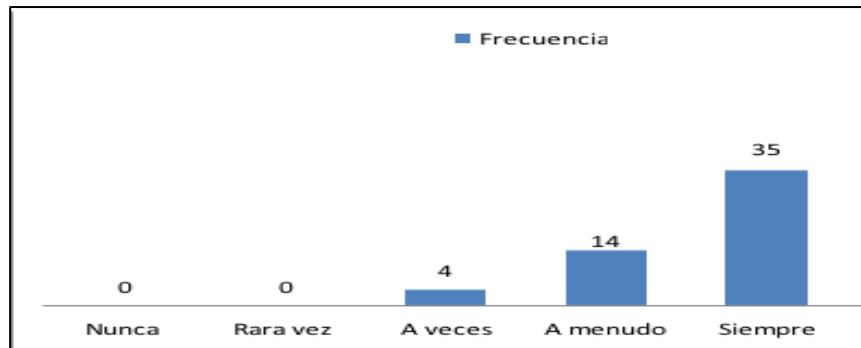
Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 2, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 16,98% de estudiantes contesta que a veces el docente estimula el pensamiento reflexivo y autónomo; luego el 30,19% que a menudo estimula; mientras que el 50,94% considera que siempre el docente estimula el pensamiento reflexivo.

Interpretación: En base al gráfico 2 se puede apreciar que el principal hallazgo es que el docente siempre estimula el pensamiento reflexivo y autónomo, por lo cual, ellos están preparados para conocer una metodología innovadora como lo es Canvas,

con la opinión de 27 estudiantes que son la mayoría.

Gráfico 3. *Su docente indica con claridad el tema a tratarse*

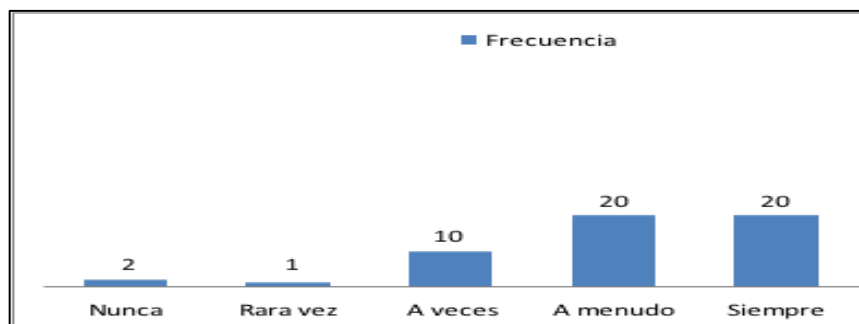


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 3, se evidencia el 100% de las encuestas realizadas, el 8% considera que a veces indica con claridad el tema a tratarse; mientras que el 26% opina que el docente tiene claridad en el tema a tratarse; y, por último, el 66% indica que siempre hay claridad en el tema a tratarse.

Interpretación: En base al gráfico 3, se interpreta, como principal hallazgo que 35 estudiantes que son la mayoría piensan que el docente indica con claridad el tema a tratarse, es decir los estudiantes comprenden a su docente con claridad y de manera sencilla.

Gráfico 4. *Su docente brinda retroalimentación de los temas de clase*

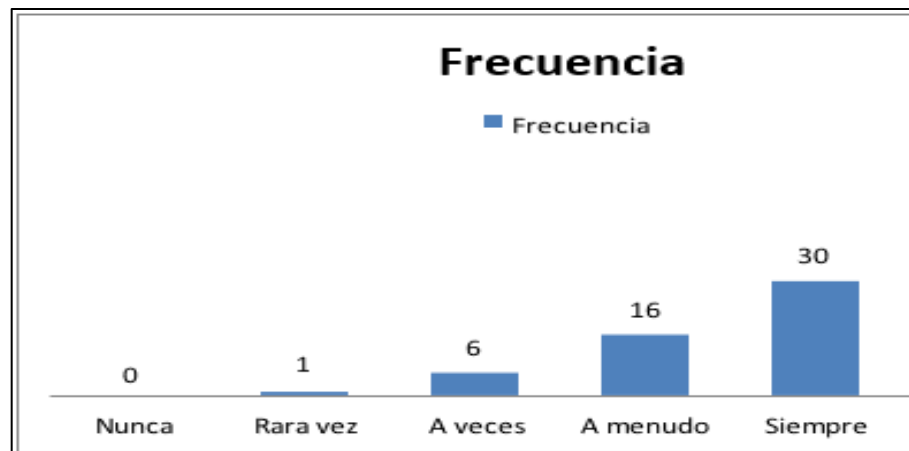


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 4, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% opina que a veces; el 38% indica que a menudo; mientras que otro 38% dice que siempre el docente brinda retro alimentación de los temas de clase.

Interpretación: Se interpreta en base a gráfico 4, como principal hallazgo que del total de la población 40 estudiantes que son la mayoría concuerdan que a menudo y siempre el docente brinda retroalimentación de los temas de clase, por tal razón, los estudiantes están preparados para adquirir nuevas metodologías de enseñanza.

Gráfico 5. Su profesor utiliza ejemplos que relacione el tema de clases con el campo profesional

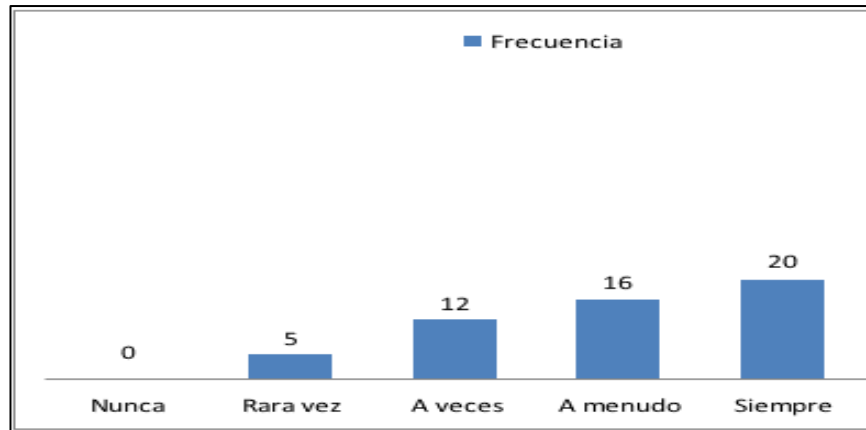


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 5, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 30% indica que a menudo el profesor utiliza ejemplos relacionado al campo profesional; mientras que el 57% opina que siempre el docente ejemplifica los temas de clase con el campo profesional.

Interpretación: En base a gráfico 5, se encuentra como principal hallazgo, que 30 estudiantes que son mayoría afirman que el docente relaciona el tema de clases con el campo profesional, por lo tanto, los estudiantes realizan prácticas con ejemplos de la vida cotidiana.

Gráfico 6. Su docente promueve procesos de auto-evaluación y co-evaluación

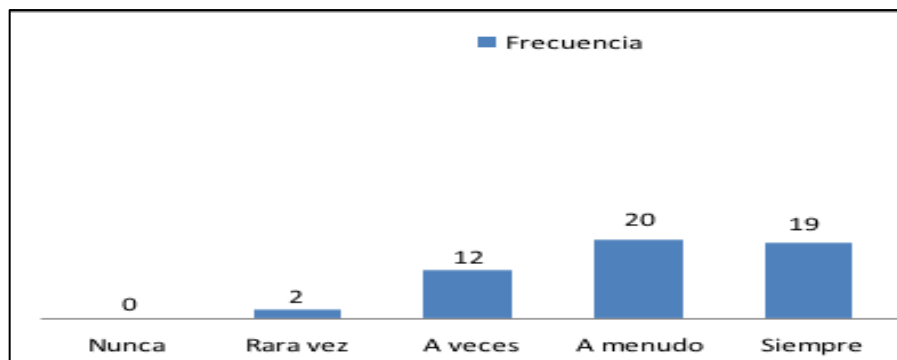


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 6, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 23% indica que a veces; el 30% dice que a menudo; mientras que el 38% opina que siempre el docente promueve procesos de auto- evaluación y co-evaluación.

Interpretación: En base al gráfico 6, su principal hallazgo es que 20 estudiantes que son mayoría realizan procesos de auto-evaluación y co-evaluación en el aula de clases, es decir, son críticos para sí mismos y para sus compañeros.

Gráfico 7. Se siente estimulado por su docente en el desarrollo de sus trabajos y proyectos.



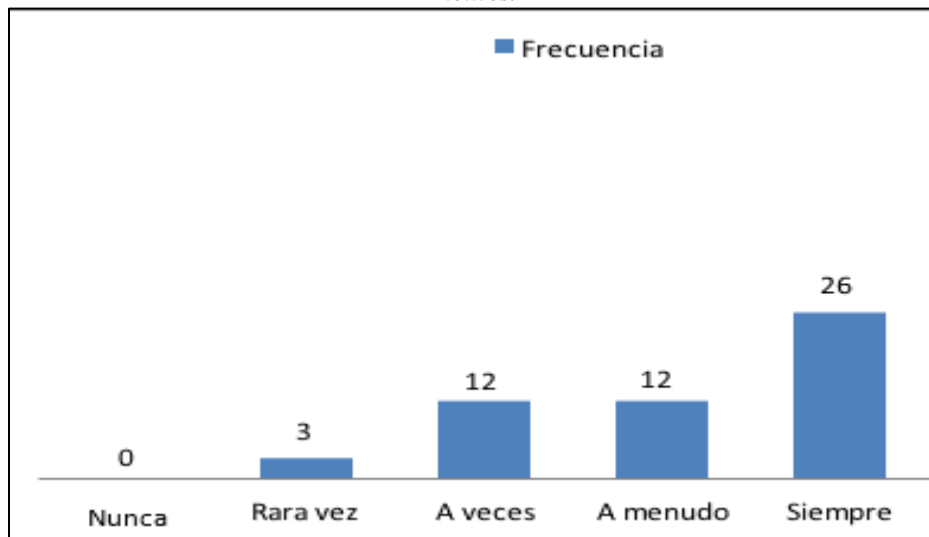
Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 7, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 23% opina que a veces; el 38% contestan que a menudo; en tanto que el 36% de estudiantes responden que siempre se sienten estimulados por el docente en el desarrollo de sus

trabajos y proyectos.

Interpretación: En base al gráfico 7, se interpreta que 20 estudiantes que son la mayoría coinciden en que a menudo son estimulados por su docente, por lo cual, logran sus propósitos y objetivos.

Gráfico 8. *Su docente tiene la capacidad de ponerse en el lugar de los alumnos y comprender sus motivos.*

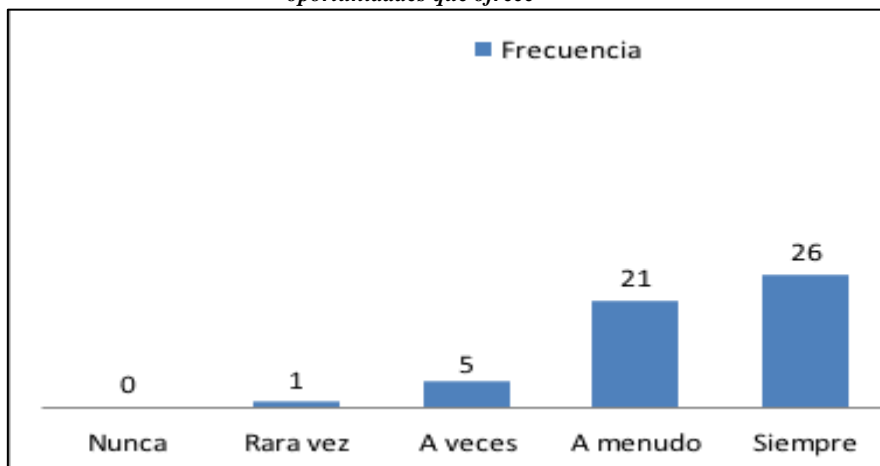


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 8, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 23% opina que a veces; el 23% que a menudo; mientras que el 49% concuerdan que siempre el docente tiene la capacidad de ponerse en lugar de los estudiantes y comprender sus motivos.

Interpretación: En base al gráfico 8, se interpreta como principal hallazgo que 26 estudiantes que son la mayoría opinan que su docente tiene empatía con sus estudiantes, es decir, comprende sus motivos y los escucha.

Gráfico 9. *Su docente orienta a los estudiantes en una nueva forma de observar el entorno y las oportunidades que ofrece*

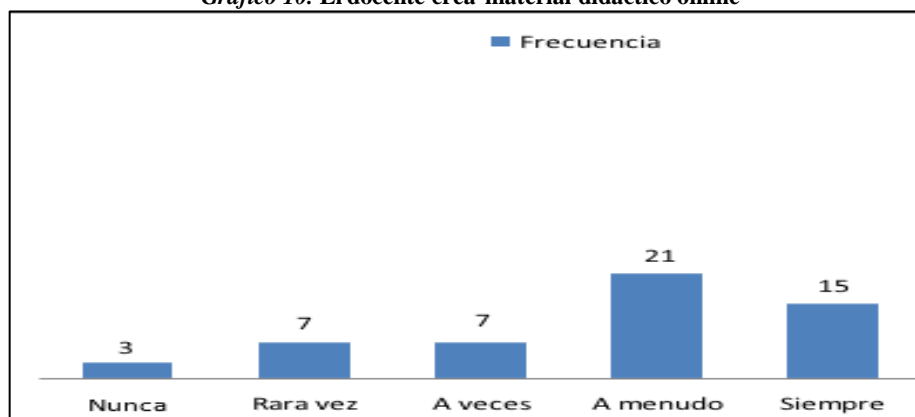


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 9, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 40% opina que a menudo; mientras que el 49% indica que siempre el docente orienta a los estudiantes a observar el entorno y las oportunidades que ofrece.

Interpretación: En base al gráfico 9, se interpreta que 26 estudiantes que son la mayoría concuerdan que el docente encamina u orienta a estar atentos a las oportunidades que ofrece el entorno, por lo tanto, se convierten en entes emprendedores ante cualquier necesidad expuesta.

Gráfico 10. *El docente crea material didáctico online*

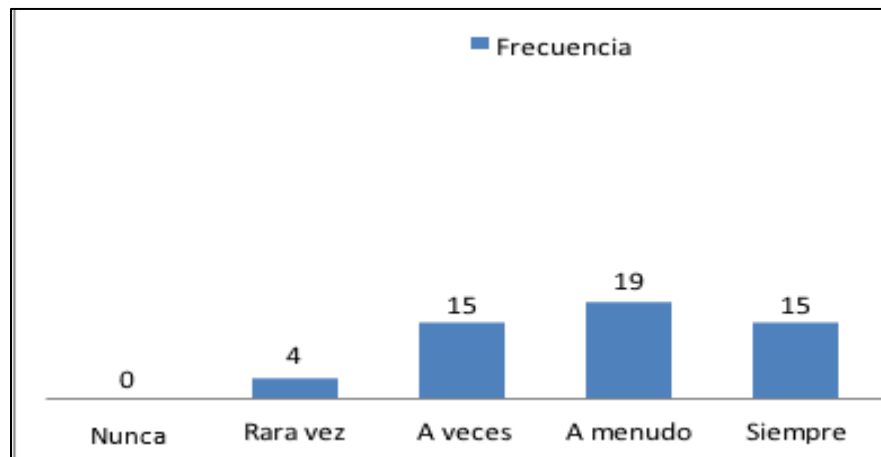


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 10, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 13% opina que a veces; luego el 40% indica que a menudo; mientras que el 28% concuerda que siempre el docente crea material didáctico online.

Interpretación: En base a gráfico 10, se interpreta que 21 estudiantes que son la mayoría responden que a menudo el docente crea material didáctico, por lo cual, los estudiantes interactúan mediante las TIC en el aula de clases.

Gráfico 11. El docente realiza la reunión en línea

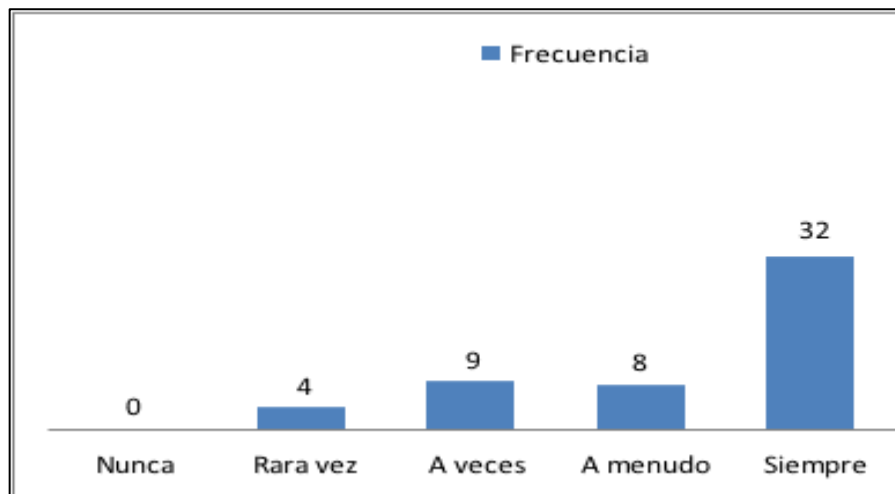


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 11, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 28% responde que a veces; el 36% indica que a menudo; mientras que el 28% concuerdan que siempre el docente realiza la reunión en línea.

Interpretación: En base al gráfico 11, se concluye que 19 estudiantes que son la mayoría responden que a menudo el docente comparte la clase en línea, es decir, los estudiantes interactúan a través de las TIC, por medio de su teléfono o computadora.

Gráfico 12. *El docente utiliza Teams, Zoom u otro software de videoconferencia para impartir su clase de emprendimiento.*

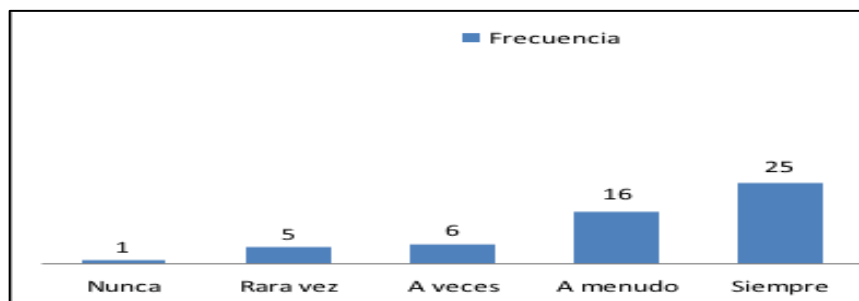


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 12, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 17% opina que a veces; el 15% indica que a menudo; mientras que el 60% concuerdan que siempre el docente utiliza software para impartir su clase de emprendimiento.

Interpretación: En base a gráfico 12, se interpreta que 32 estudiantes que son la mayoría responden que reciben sus clases por medio de Teams, Zoom u otro software de videoconferencia, por tanto, el docente utiliza TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Gráfico 13. *Usted tiene una comunicación con el docente a través de la tecnología.*

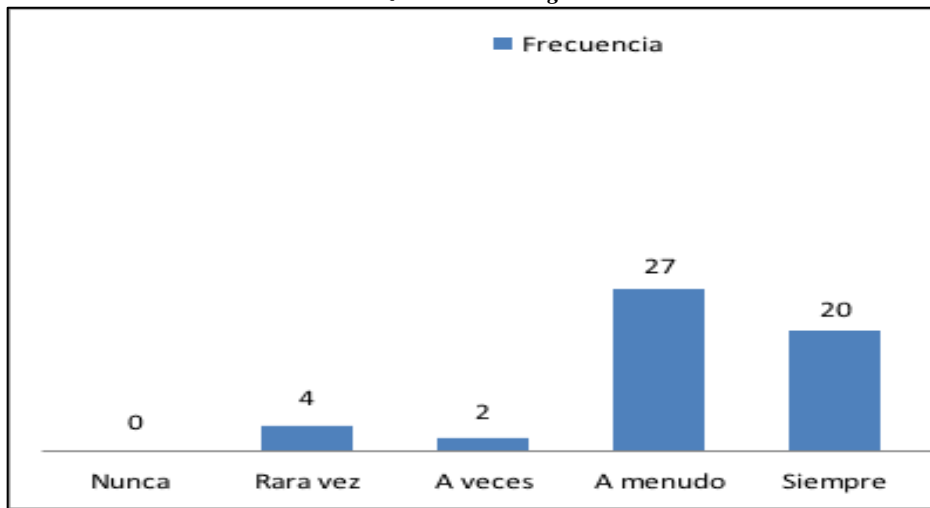


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 13, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 11% opina que a veces; el 30% dice que a menudo; mientras que el 47% concuerdan que siempre tiene comunicación con el docente a través de la tecnología.

Interpretación: En base a gráfico 13, se interpreta que 25 estudiantes que son la mayoría siempre están en comunicación con el docente por medio de la tecnología, es decir, las clases y tutorías siempre son virtuales.

Gráfico 14. Con el uso de la tecnología usted puede reforzar sus destrezas actitudinales para realizar las tareas asignadas

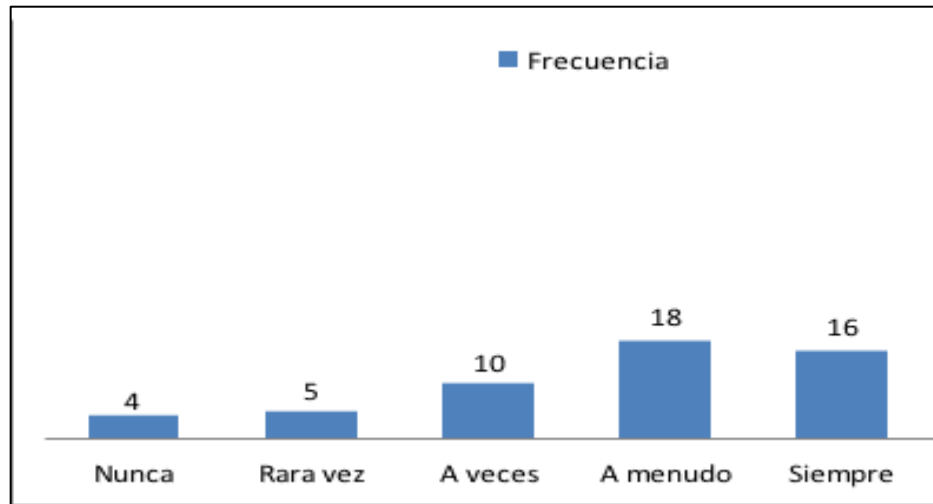


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 14, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 51% responde que a menudo; el 38% responden que siempre.

Interpretación: En base a gráfico 14, se puede interpretar que 27 estudiantes que son la mayoría concuerdan que a menudo refuerzan sus destrezas actitudinales con el uso de la tecnología, es decir, la tecnología es primordial en sus tareas asignadas.

Gráfico 15. Con apoyo de su docente, usted realiza actividades de refuerzo que utilice la tecnología.

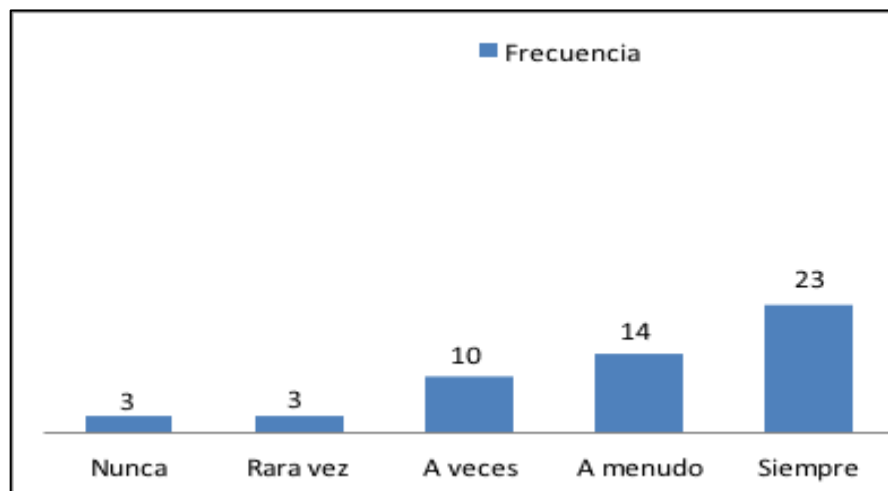


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 15, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% opina que a veces; el 34% indica que a menudo; mientras que el 30% responde que siempre.

Interpretación: En base a gráfico 15, se interpreta que 18 estudiantes que son la mayoría concuerdan que a menudo realizan actividades de refuerzo por medio de la tecnología con la guía de su docente, es decir comúnmente el docente brinda su apoyo con su mayor contingente a través de las TIC.

Gráfico 16. Usted se encuentra motivado por el aprendizaje a través de los recursos tecnológicos.

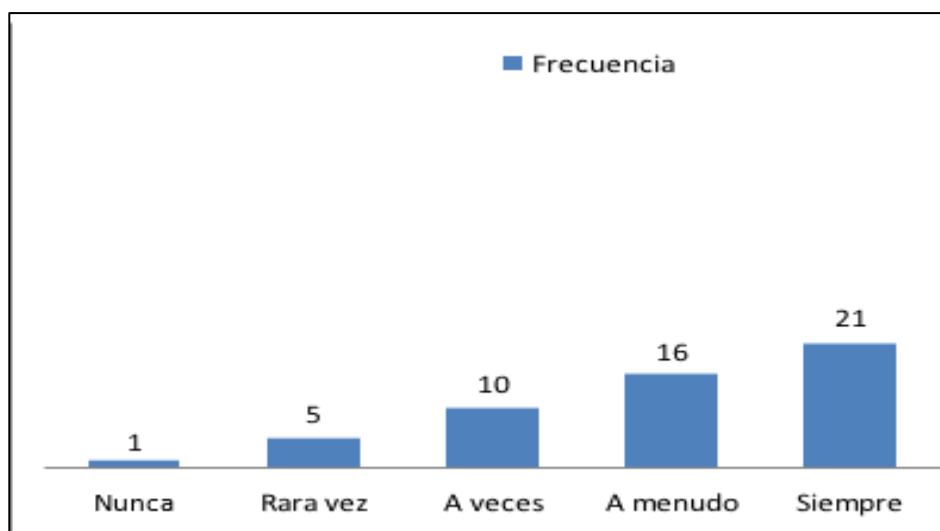


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 16, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% indica que a veces; el 26% opina que a menudo; mientras que el 43% concuerdan que siempre.

Interpretación: En base a gráfico 16, se puede interpretar que 23 estudiantes que son la mayoría siempre están motivados a aprender mediante los recursos tecnológicos, por lo cual, los estudiantes manipulan de manera oportuna y con normalidad las TIC.

Gráfico 17. *El docente motiva a que usted utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje.*

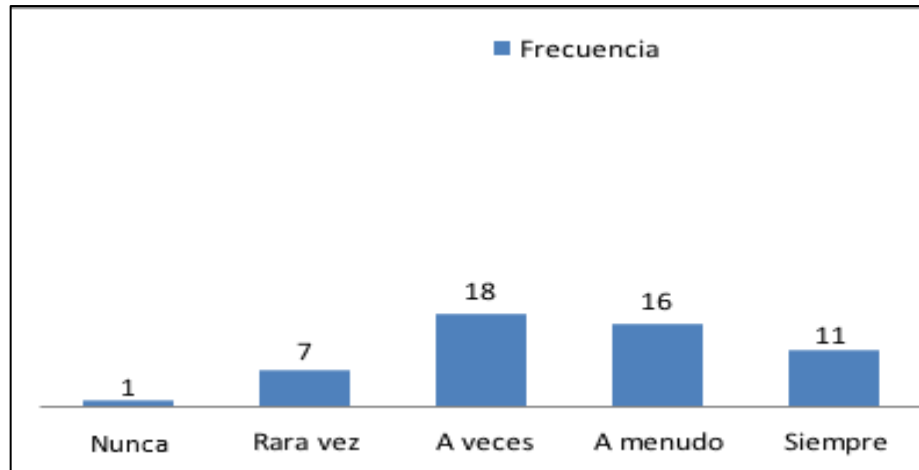


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 17, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% indica que a veces; el 30% responden que a menudo; mientras que el 40% concuerdan que siempre el docente motiva a utilizar recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje.

Interpretación: En base a gráfico 17, se interpreta que 21 estudiantes que son la mayoría siempre son motivados por su docente en el uso de recursos online en el mejoramiento de su aprendizaje, por lo cual, tienen un alto nivel de aprendizaje en el área de estudio.

Gráfico 18. Con qué frecuencia el docente mantiene contacto online con usted

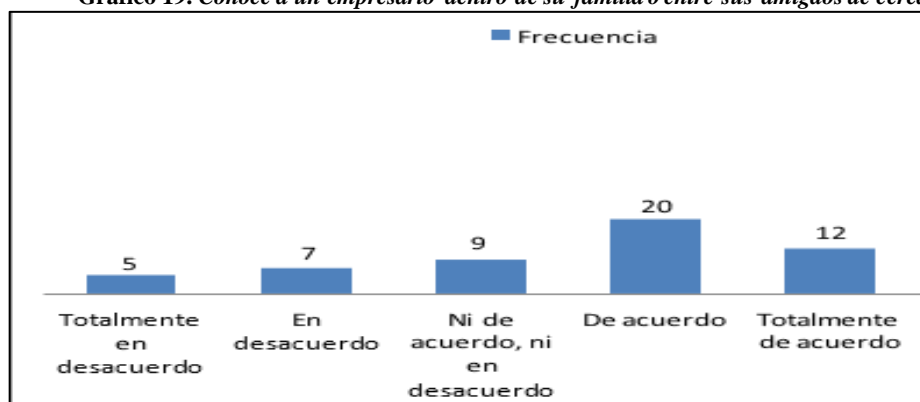


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 18, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 13% opina que rara vez; seguidamente el 34% indica que a veces; el 30% indica que a menudo; mientras que el 21% responden que siempre.

Interpretación: En base a gráfico 18, se puede interpretar que 18 estudiantes que son la mayoría concuerdan que a veces el docente mantiene contacto online con los estudiantes fuera de horarios de clases, es decir el docente mantiene en reserva su vida privada.

Gráfico 19. Conoce a un empresario dentro de su familia o entre sus amigos de cerca



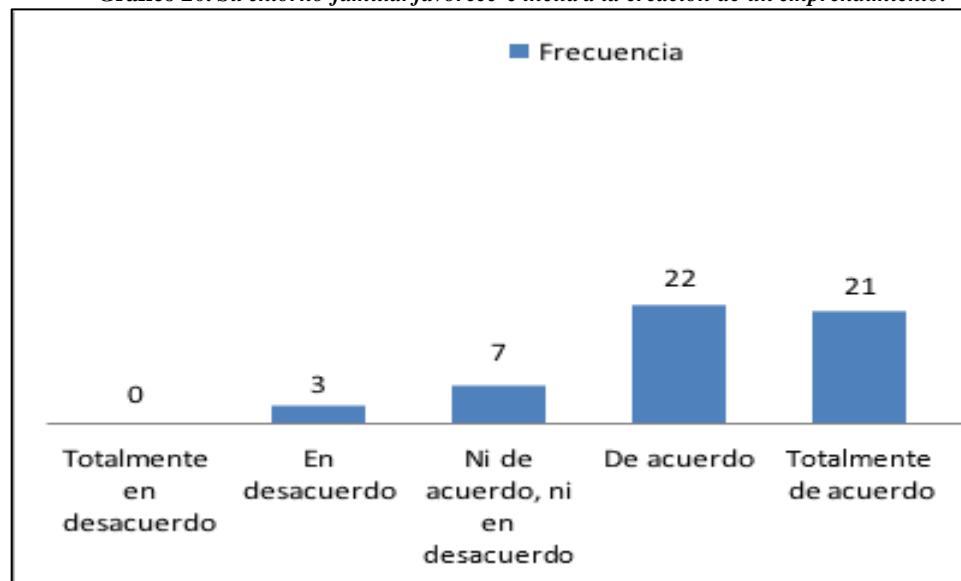
Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 19, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 13% responde en desacuerdo; el 17% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 38% concuerda que está

de acuerdo; mientras que el 23% está totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 19, se interpreta que 20 estudiantes que son la mayoría están de acuerdo que conoce el rol de un empresario, es decir tiene conocidos en casa o fuera de ella.

Gráfico 20. *Su entorno familiar favorece e incita a la creación de un emprendimiento.*

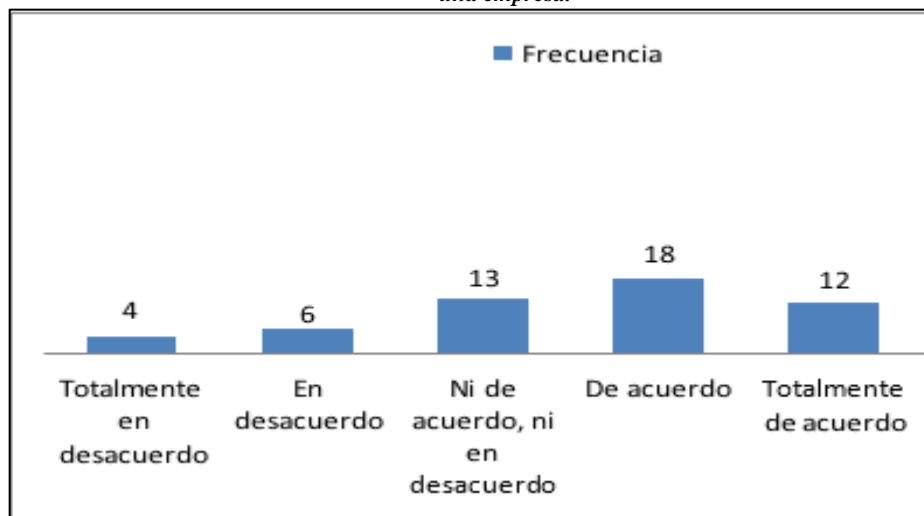


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 20, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 13% responde estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 42% están de acuerdo; mientras que el 40% concuerdan estar totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 20, se interpreta que 22 estudiantes que son la mayoría están de acuerdo que su entorno familiar favorece en la creación de nuevos emprendimientos, es decir, las familias tienen emprendimientos como su forma de ganarse la vida.

Gráfico 21. Conoce de la existencia de una estructura de apoyo a los proyectos para la creación de una empresa.

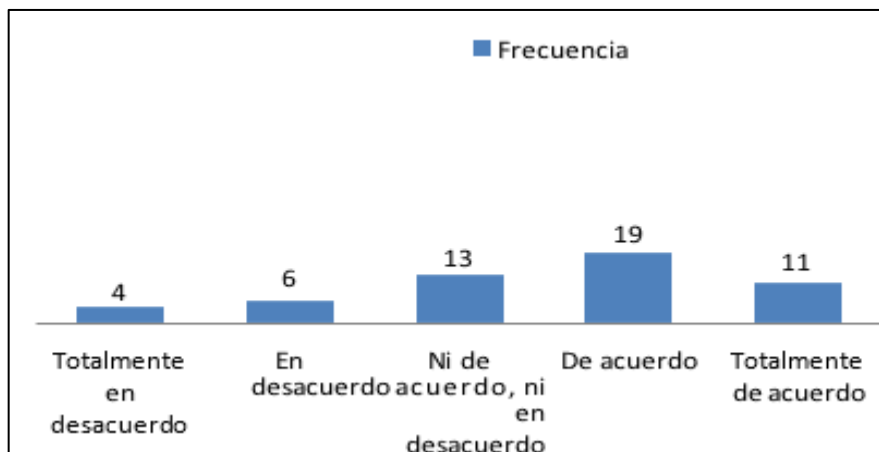


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 21, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 25% responde estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 34% opina estar de acuerdo; el 23% están totalmente de acuerdo.

Interpretación: Con base en gráfico 21, se interpreta que 18 estudiantes que son la mayoría están de acuerdo que conocen de la existencia de una estructura de apoyo a los proyectos para la creación de una empresa, por lo cual, no habría dificultades para establecer una nueva metodología apropiada en la creación de una empresa.

Gráfico 22. Has buscado información sobre los requisitos exigidos para la creación de una empresa.

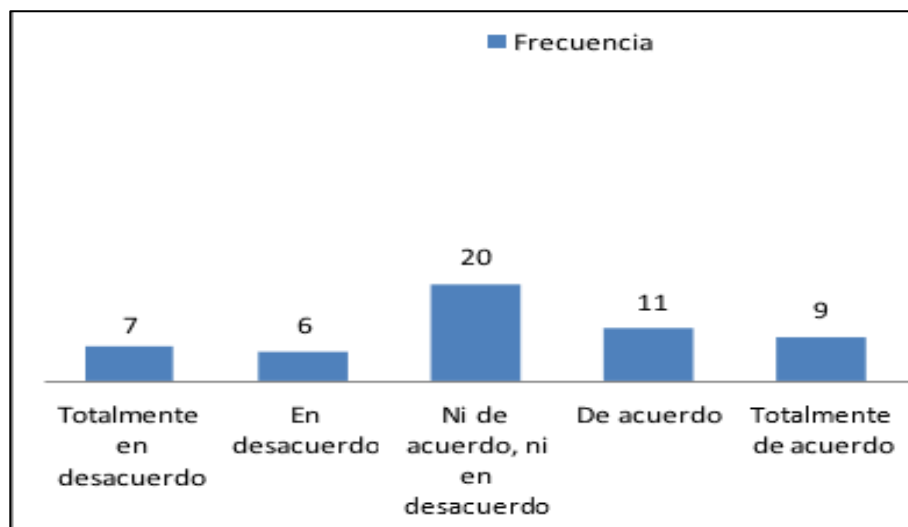


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 22, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 25% responde que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 36% opina que está de acuerdo; el 21% está totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 22, se interpreta que 19 estudiantes que son la mayoría están de acuerdo que han buscado información sobre los requisitos exigidos para la creación de una empresa, por lo tanto, conocen que requisitos se necesitan en la creación de una empresa, que concommita a iniciar una idea de negocio.

Gráfico 23. Para crear un emprendimiento utiliza la metodología Canvas



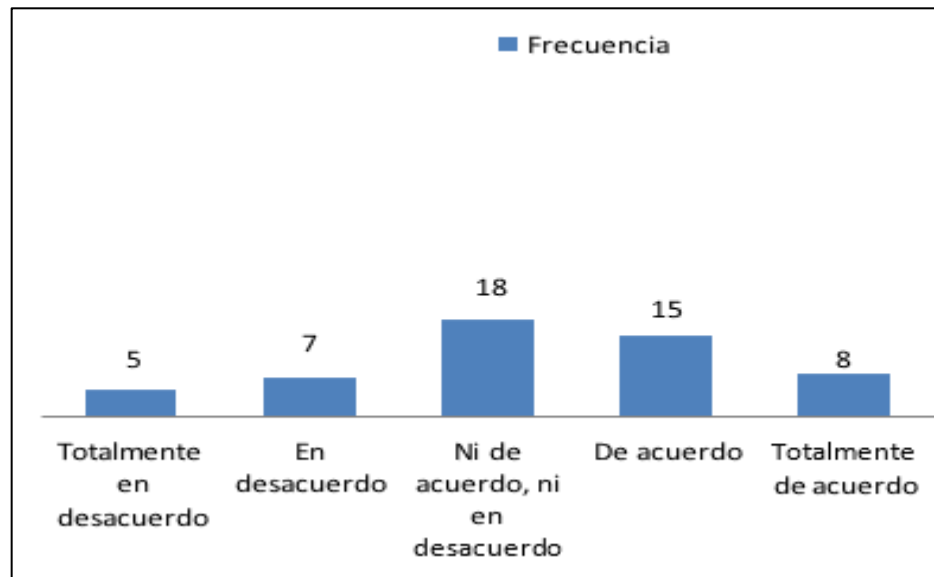
Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 23, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 38% mencionan estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 21% responden de acuerdo; mientras que el 17% opinan estar totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 23, se interpreta que 20 estudiantes que son la mayoría no han utilizado la metodología Canvas en la creación de un emprendimiento; aunque seguidamente tenemos un grupo de 11 que dicen haber utilizado dicha metodología en una idea de negocio. Por lo tanto, es posible insertar a través de la

enseñanza-aprendizaje dicha metodología en los que aún no conocen para que se utilice en una idea de negocio.

Gráfico 24. Para crear un emprendimiento utilizan la metodología Business Model Innovation.

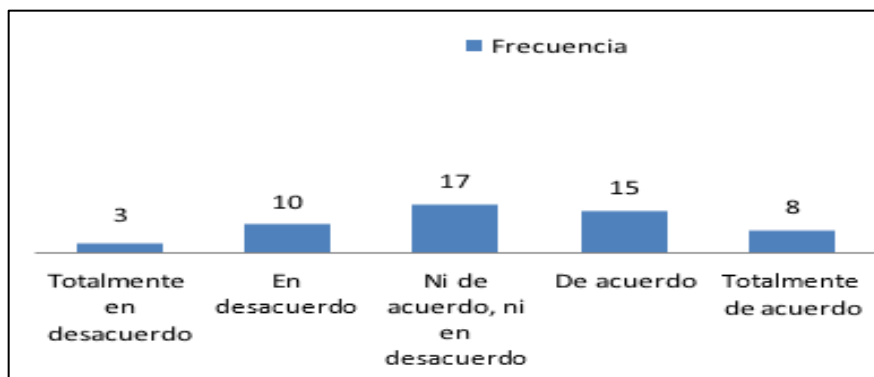


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 24, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 34% indican que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 28% están de acuerdo; mientras que el 15% dicen que están totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 24, se interpreta que 18 estudiantes que son la mayoría concuerdan que no utilizan la metodología Business Model Innovation, seguidamente 15 que si utilizan dicha metodología. Por ello, los estudiantes están actos para aprender metodologías innovadoras.

Gráfico 25. Alguna vez ha creado un emprendimiento de manera empírica, sin la utilización de la metodología Canvas.

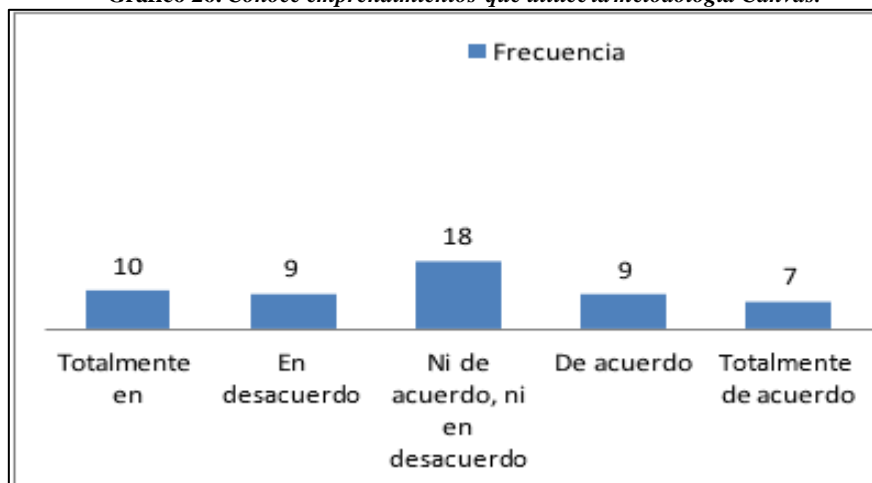


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 25, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% responden en desacuerdo; el 32% indican estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 28% están de acuerdo; mientras que el 15% están totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 25, se interpreta que 17 estudiantes que son la mayoría dicen que no han creado emprendimientos de manera empírica sin la utilización de canvas, 15 dicen que si han realizado. Por lo tanto, es evidente que existe la oportunidad de insertar el aprendizaje en la creación de nuevos emprendimientos que utilice Canvas.

Gráfico 26. Conoce emprendimientos que utilice la metodología Canvas.

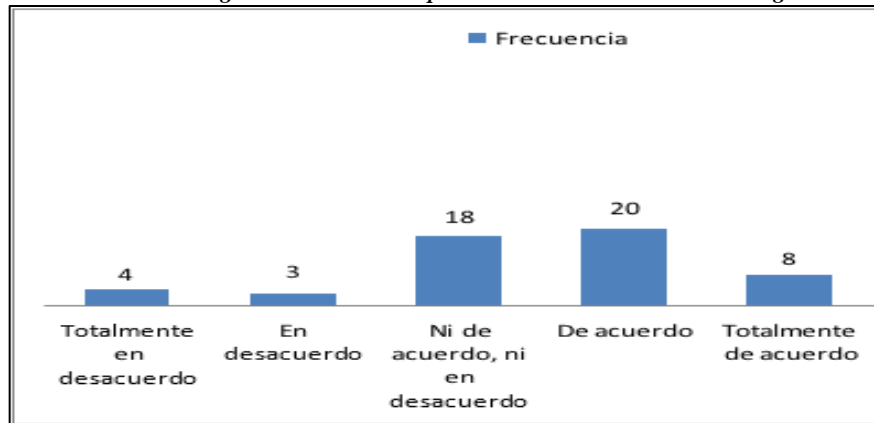


Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 26, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 19% están totalmente en desacuerdo; el 17% están en desacuerdo; el 34% dicen estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 17% están de acuerdo; mientras que el 13% están totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a gráfico 26, se interpreta que 18 estudiantes que son la mayoría dicen no conocer emprendimientos que utilicen la metodología Canvas, 9 dicen conocer. Por ello, es evidente que en el contexto en que se desenvuelven no utilizan la metodología Canvas, que es un importante aporte para sus conocimientos. en el desarrollo de nuevas ideas de negocio.

Gráfico 27. Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas.



Fuente: elaboración propia

Análisis: En el gráfico 27, se evidencia el 100% de encuestas realizadas, el 34% dice estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 38% coinciden estar de acuerdo; el 15% dicen estar totalmente de acuerdo.

Interpretación: En base a grupo 27, se puede interpretar que 20 estudiantes que son la mayoría si les gustaría crear emprendimientos con Canvas, 18 que no. Por lo tanto, es importante persuadir a los estudiantes que no se interesan en crear ideas de negocio con

Canvas; para conducirlos por el camino de éxito en sus emprendimientos con el uso de Canvas.

Es significativo realizar un análisis de las preguntas abiertas que se abordaron en la encuesta, por lo cual, se toman en consideración las coincidencias importantes encontradas por cada pregunta

Pregunta 10. ¿Qué aspectos le gustaría que se incluya en las clases de emprendimiento?

Análisis: Se obtiene las respuestas con mayor índice de coincidencias, se destaca:

- Conocimientos más específicos en ideas de negocio para emprender desde casa como microempresarios.
- Sugieren presentar ejemplos de distintas ideas de negocio en la clase a través de videos.

Interpretación: Se evidencia que los estudiantes coinciden en que se deben intensificar las clases de emprendimientos con ejemplos.

Pregunta 11. ¿Cuál es su opinión personal en lo que se refiere a las clases de emprendimiento?

Análisis: Se obtiene las respuestas con mayor índice de coincidencias, se destaca:

- Los estudiantes opinan que las clases de emprendimiento son entretenidas, dinámicas, buenas, entendibles e interesantes.
- Piensan que les ayuda a entender la economía del país.
- Opinan que las clases de emprendimiento les guía en la creación de un nuevo emprendimiento.

- Consideran que las clases son muy claras y se aprovechan en el diario vivir.

Interpretación: Se evidencia que los estudiantes están a gusto con la enseñanza-aprendizaje de la asignatura de emprendimiento y gestión.

Pregunta 12. ¿Podría proporcionar alguna recomendación para las clases de emprendimiento?

Análisis: Se obtiene las respuestas con mayor índice de coincidencias, se destaca:

- Los estudiantes recomiendan que se envíen más actividades de los temas de clase.
- Encomiendan que las clases se realicen por Zoom.
- Exhortan que se realice ejercicios prácticos para iniciar un negocio.

Interpretación: Se evidencia como recomendación clases por Zoom, mayor número de actividades y ejercicios sobre como estructurar nuevas ideas de negocio con éxito.

Pregunta 22. ¿Qué tipo de material didáctico online quisiera que su docente utilice en clase?

Análisis: Se obtiene las respuestas con mayor índice de coincidencias, se destaca:

- Los estudiantes quieren que su docente utilice blogs.
- Desean que se utilice imágenes, videos, mapas conceptuales.
- Están satisfechos con el material que utiliza el docente.

Interpretación: Se evidencia en las respuestas, que el docente le falta utilizar blogs, imágenes, mapas conceptuales. Por tanto, se exhorta a utilizar diversidad de material didáctico, adicional a lo que ya utiliza.

Pregunta 32. ¿Qué tipo de negocio tiene interés por emprender?

Análisis: La mayoría de estudiantes tiene interés por emprender tipos de negocios comerciales como: restaurantes, venta de ropa, venta de repuestos, fotografías, bisutería y cosméticos, de tecnología, venta de celulares y computadoras, tienda, patio de servicio al cliente, venta de pollos, importador de material internacional, de repostería, boutique, servicio de arreglos infantiles, diseño gráfico y organización de eventos, mini market.

Interpretación: En base a respuestas, se puede interpretar que hay un gran interés en emprender nuevas ideas de negocio, por lo tanto, ideal enseñar un modelo como es Canvas para asegurar el éxito de sus ideales.

Pregunta 33. ¿Qué tipo de metodología quisiera utilizar en su emprendimiento?

Análisis: Los estudiantes quisieran utilizar una metodología que sea fácil y comprensible de utilizar, entre las que se destacan y aspiran utilizar es la metodología Canvas que coinciden en un 22,6%, seguidamente les interesa Kanban y Business Model Innovation.

Interpretación: Se evidencia la aceptación de los estudiantes en aprender la metodología Canvas, la cual, es la que se propone con la investigación.

3.9 Comprobación de hipótesis del estudio

Las hipótesis generales del estudio son:

- H1: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas contribuye significativamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- H0: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas no contribuye significativamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En el cuadro 12, se muestra el cruce de variables entre la motivación del docente para que los estudiantes utilicen recursos didácticos online con la finalidad de mejorar su aprendizaje y la creación de emprendimientos mediante la metodología Canvas como estrategia pedagógica; donde la mayoría de los estudiantes están de acuerdo en que esta metodología es clave para poner en práctica los diferentes conocimientos de esa asignatura.

Cuadro 11. Cruce de variables

		20. ¿El docente motiva a que Ud. utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje?		Total
		A veces	Siempre	
31. ¿Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas?	Totalmente en desacuerdo	13	0	13
	De acuerdo	0	40	40
Total		13	40	53

Fuente: A partir de SPSS

A partir de la prueba de Chi-Cuadrado que se detalla en el cuadro 12, se denota una significancia (P valor) menor a 0.05 en el Chi-Cuadrado de Pearson, por tanto, se rechaza la hipótesis nula o H0 y se acepta la hipótesis alternativa o H1.

Cuadro 12. Pruebas de chi-cuadrado

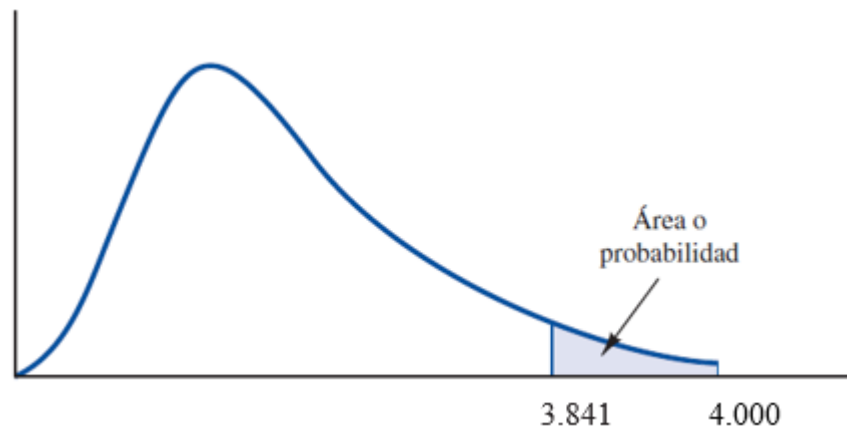
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,000 ^a	1	,001
Corrección de continuidad ^b	,444	1	,005
Razón de verosimilitud	4,499	1	,004
Asociación lineal por lineal	3,000	1	,003
N de casos válidos	53		

Fuente: A partir de SPSS

Además, en el gráfico 28 se corrobora la comprobación de hipótesis puesto que, se obtuvo

un Chi-Cuadrado tabulado de 3.841 a 1 grado de libertad y un Chi-Cuadrado calculado de 4.000; donde este último es mayor al primero se acepta la hipótesis alternativa, indicándose que la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas tiene un efecto significativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Gráfico 28. Curva de Chi-Cuadrado



Fuente: A partir de SPSS

En ese sentido, se aceptan las hipótesis alternativas específicas correspondientes a los objetivos específicos:

1. H1: La utilización de la metodología Canvas mejora significativamente la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”.

Donde, la mayoría de estudiantes no han utilizado la metodología Canvas en la creación de un emprendimiento; pero es posible insertar a través de la enseñanza-aprendizaje dicha metodología en los que aún no conocen para que se utilice en una idea de negocio.

2. H2: Existe relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento.

Puesto que, la mayoría de estudiantes no han creado emprendimientos de manera empírica, donde la metodología Canvas es clave para la generación de nuevas ideas de emprendimiento; considerándose evidente que existe la oportunidad de insertar el aprendizaje en la creación de nuevos negocios.

3. H3: El diseño de la estrategia pedagógica influye positivamente en la asignatura de emprendimiento y gestión.

Los estudiantes requieren actividades puntuales sobre los temas de clase, así como ejercicios prácticos que les permita consolidar los conocimientos adquiridos. Además, quisieran utilizar una metodología que sea fácil y comprensible de aplicar. Por ello, la estrategia pedagógica utilizando la metodología de negocios Canvas, 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, referido a la estructura y elaboración de un plan de negocios, dentro de un proyecto de emprendimiento.

CAPITULO IV. PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA

4.1 ESTRATEGIA PEDAGÓGICA

La estrategia pedagógica propuesta, tiene en cuenta que los estudiantes, en la mayoría de los casos, no acceden a las universidades por no tener recursos económicos suficientes o porque no alcanzan el puntaje necesario, por lo que, posicionándose en esta causa, la autora propone la construcción de una estrategia pedagógica que utilice la metodología Canvas en la generación de nuevas ideas de emprendimientos que les permita incorporarse económicamente a la sociedad.

Ha continuación, se citan a tres autores que han hecho investigaciones que tienen puntos de contacto con parte del tema de la presente tesis, los que, si bien no se relacionan con la metodología Canvas en la asignatura Emprendimiento y Gestión; aportan a la autora elementos sobre las posibles fases para llevar a cabo el proyecto.

Para García (2001), el teatro surge como una estrategia pedagógica que posibilita abordar la expresión (oral, escrita y corporal) para que los niños manifiesten abiertamente sus sentimientos y formas de pensar. Para ello, se planearon estrategias de trabajo para incorporar en el quehacer del aula; se delinearon tres fases para el proyecto y se enunciaron los propósitos para cada una de ellas, como también, sus actividades. Las fases son las siguientes: Fase 1: Exploración teatral, Fase 2: Producción de textos, Fase 3: Socialización de experiencias. En concordancia a lo expresado, la estrategia mencionada contribuye en la expresión escrita de los niños a través del teatro.

De acuerdo con Guillen Pereira (2017), se elabora una estrategia pedagógica de intervención para la reducción y prevención del consumo de drogas desde el área de Educación Física, con las siguientes fases: Fase de diagnóstico, Fase de planificación de

las actividades, Fase de organización de las actividades, Fase de evaluación de las acciones. En consecuencia, en el abordaje de la estrategia se conseguirá reducir y prevenir el consumo de sustancias psicotrópicas en los estudiantes de la institución educativa.

Así también, la estrategia pedagógica según Meneses (2020), las fases tales como el Diagnóstico, Planificación, Aplicación y Control consideradas como los procesos sistemáticos que contribuyen a la destreza de la expresión oral del inglés. En este sentido, Dicha estrategia favorece la expresión oral del inglés a través de sus técnicas utilizadas.

La categoría estrategia pedagógica está formada a su vez por dos categorías surgidas en tiempos y lugares diferentes. Una de esas categorías es la estrategia, que surge y se desarrolla en el Egipto y Grecia antiguo, mientras que la otra la pedagogía surge a finales del siglo XIX en Europa. A continuación, se explicita el sentido de ambas.

Según el diccionario de la Real Academia Española (2013), La estrategia, hace referencia al arte de coordinar acciones y de maniobrar para alcanzar un objetivo o un proceso. Es habilidad, talento, destreza, disposición, creatividad, inspiración, disciplina, técnica para hacer algo.

Por su parte, Morín (1990, pág.13) plantea que “La estrategia permite, a partir de una decisión inicial, imaginar un cierto número de escenarios para la acción, escenarios que podrán ser modificados según las informaciones que nos lleguen en el curso de la acción y según los elementos aleatorios que sobrevendrán y perturbarán la acción. La estrategia lucha contra el azar y busca información”

Para Cabrera Berrezueta (2016, pág. s/n) “Las estrategias pedagógicas son todas las acciones realizadas por el docente, con el fin de facilitar la formación y el aprendizaje de los estudiantes.

En el criterio de Euroinnova Business School (2018), las estrategias pedagógicas son, “...todas aquellas actividades que se realizan para que el conocimiento pueda ser percibido de forma más efectiva por parte de los estudiantes, son realizada por los profesores o también pueden ser trabajadas en conjunto con un experto o especialista del campo” (pág. s/n)

Para la aplicación de la estrategia pedagógica del proyecto de investigación de acuerdo con fuentes académicas citadas, se propone las fases de Diagnóstico, Planificación, Aplicación y Control como los métodos ordenados que contribuyen a la adquisición de destreza para crear ideas de negocio en emprendimiento y gestión a través de la metodología Canvas.

4.1.1 Fase 1. Diagnóstico

Con la finalidad de diagnosticar el contexto actual de la población estudiantil de tercero de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa Sultana de los Andes del cantón Cumandá de la provincia de Chimborazo, se realizó una evaluación diagnóstica a los estudiantes con un cuestionario de preguntas realizado en Kahoot. Para ello se les orientó ingresar al link Únete a mi clase: Metodología Canvas; ingresando a la página web: <https://play.tomi.digital?code=4575> y se les daba el código de la clase.

Cuadro 13. Preguntas de diagnóstico

Número de Pregunta	Preguntas	Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Utiliza la metodología Canvas para generar ideas de emprendimiento?	7	6	20	11	9
2	¿Conoce emprendimientos que utilicen la metodología Canvas?	10	9	18	9	7
3	¿Le gustaría utilizar la metodología Canvas en la generación de ideas de emprendimiento?	4	3	18	20	8

Fuente: elaboración propia

4.1.2 Fase 2. Planificación

Para diseñar una estrategia pedagógica que genere la creación de ideas de negocio, en el cual, 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, entre los recursos para la aplicación del diseño de la estrategia pedagógica están: 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 por medio del explorador Google. Para acceder al modelo del lienzo de la metodología Canvas ingresa a <https://bit.ly/3ppwcfX> y visualizarás el lienzo, en el cual, te guiarás para tu propuesta.

Para la construcción de Canvas es importante en primer lugar identificar el

problema y la necesidad insatisfecha a través de un estudio de mercado, que utiliza técnicas y herramientas adecuadas, de donde nace la idea de negocio; esto los estudiantes lo fundamentan en su informe final para cada uno de los casos a proponer. Por lo tanto, se trabaja en forma colaborativa e interactiva en grupos de 4 estudiantes a través de Google drive <https://drive.google.com/drive/my-drive>, donde plasmaran ideas de emprendimiento que garantice el resultado deseado. En relación a lo expuesto, presento la planificación a seguir por el docente de emprendimiento y gestión:

DISTRITO DE EDUCACIÓN 06D03 PALLATANGA-CUMANDA UNIDAD EDUCATIVA “ Cuadro 14. Planificación de la hora clase SULTANA DE LOS ANDES” CUMANDÁ: CHIMBORAZO – ECUADOR 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.).				
DESTREZAS CON CRITERIO DE DESEMPEÑO	PROPUESTA DEL DOCENTE (Estrategias metodológicas)	RECURSOS	EVALUACIÓN	
			Indicador Evaluación de la unidad	Técnicas e Instrumentos de evaluación
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.



REFLEXIÓN:

¿Ha escuchado sobre la metodología Canvas?
 ¿Sabía usted que a través de la metodología Canvas, puede presentar de manera clara y sencilla una idea del nuevo emprendimiento?

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.

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:

- a) **Segmento de clientes**, para ello, se analiza a quienes se dirigen nuestro producto, mientras más sea segmentado mucho mejor, será priorizado el cliente objetivo a quién se quiere llegar.

Medios tecnológicos
 -Mapa mental
 -Internet
 -Teléfono
 -Computador
 -Diapositivas
 - WhatsApp

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 aun segmento de mercado específico mediante mecanismos de comunicación eficaces (I.3.; S.1.).

Evaluación formativa:
 Rúbrica de evaluación

	<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 más accesible al bolsillo de los usuarios; es decir, definir muy bien esta propuesta de valor es clave y diferencia de los demás productos del mercado.</p> <p>c) El siguiente es canales, a través de que canales se va llegar 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 qué tipo de relación que se 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 funciones; estos incluyen elementos financieros, físicos, intelectuales, humanos.</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.

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.

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 fijos y costos variables deben quedar reflejados.

Revisar video de ejemplo de aplicación de la metodología Canvas en el siguiente link:

<https://youtu.be/ZQgXyiozmYY>


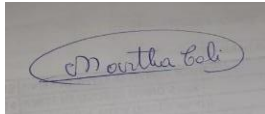

ACTIVIDAD:

Piense en una idea de negocio en relación a su contexto, problema y necesidad identificada. Utilice la metodología Canvas. Presente su respectivo informe.

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con los clientes	Segmentos del cliente
8	7	2	4	1
	Recursos clave		Canales	
	6		3	
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
9		5		

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.

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
DOCENTE	REPRESENTANTE DE JUNTA ACADÉMICA	VICERRECTOR
Nombre: Lic. Rosalba Verónica Paredes Veintimilla	Nombre: Lic. Martha Cali	Nombre: Tnlgo. Cesar Morales
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha:	Fecha:	Fecha:

Fuente: Unidad Educativa "Sultana de los Andes"
Elaborado por: Rosalba Paredes

4.1.3 Fase 3. Aplicación

En esta fase de la estrategia se establece un ejemplo de la aplicación la metodología Canvas; donde los estudiantes podrán poner en práctica sus conocimientos para llegar a un aprendizaje significativo, puesto que, deben aplicar el conocimiento de la metodología en una idea de negocio y presentar un informe del mismo.

Para la elaboración de la propuesta de valor los estudiantes utilizaron Logo creator <https://bit.ly/39maWSQ> que es una herramienta TICs en línea gratuita que permite crear logotipos para tu marca de emprendimiento.

Cuadro 15. Ejemplo de aplicación de la metodología Canvas

<u>Socios clave</u>	<u>Actividades Clave</u>	<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Relación con los Clientes</u>	<u>Segmento de cliente</u>
	<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 	 <p>Joyas Beleza Ofrece joyas laminadas en baño de oro, plata y bronce para toda ocasión. Además, brinda la</p>		<p>Rango de edad: 18 años</p> <p>Género: hombres y mujeres</p> <p>Sector económico: bajo, medio y alto</p>

-Proveedores -Distribuidores -Banco	producto - Atención al cliente	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.	Venta en forma física Venta online Redes sociales Grupo de WhatsApp	Nivel de educación: cualquier nivel de educación
	<u>Recursos</u> <u>Clave</u> -Talento humano -Inventario -Materia prima -Herramientas manuales		<u>Canales</u> Contacto con los clientes a través de redes sociales, intermediarios, o venta directa.	
<u>Estructura de costos</u> -Gastos arriendo -Sueldos y salarios -Servicios básicos -Costos fijos y variables -Mercadería e inventario		<u>Fuentes de ingresos</u> -Caja -Banco -Cuentas x cobrar		

Fuente: elaboración propia

4.1.4 Fase 4. Control

En esta fase se realizó una evaluación de la actividad realizada a través de una rúbrica de evaluación. Por consiguiente, la autora subió los resultados en un Blogger <https://emprendimiento-tercero.blogspot.com/>, que le permitió compartir información con los estudiantes. (Ver anexo 7)

Cuadro 16. Rúbrica de evaluación

	Excelente 5	Bueno 4	Aceptable 3	Pobre 2	Muy pobre 1
Forma	Sin errores de redacción, ortografía.	Pocos errores de redacción, ortografía.	Errores medianamente frecuentes de redacción, ortografía.	Muchos errores de redacción, ortografía.	El documento está pésimamente escrito.
Claridad	Las ideas son claras y formales.	Algunas ideas no son claras y formales	Tiene fallas en el formalismo y claridad de las Ideas presentadas.	La mayoría de las ideas no son claras y tienen fallas en el Formalismo	No son claras las ideas y no hay formalismo en las mismas.
Argumentación	La argumentación sobre el valor de la idea es muy convincente y adecuadamente soportada por evidencia y razonamientos lógicos.	Pequeñas fallas argumentales. Muestra evidencia y razonamientos lógicos, aún es suficiente para convencer del valor de la idea.	Algunas fallas argumentales medianamente importantes. Muestra algunas evidencias y razonamientos lógicos. Es lo mínimo necesario para convencer del valor de la idea.	Argumentos insuficientes. No convence fácilmente sobre el valor de la idea. Falta evidencia. Falta Evidencia	Argumentos totalmente insostenibles. Es casi imposible convencer el valor de la idea. No hay evidencia.
Calidad de fuentes	La información está sustentada por fuentes primarias y actuales.	Alguna información está sustentada por fuentes primarias y actuales.	Un número adecuado de información está sustentada por fuentes primarias y actuales.	La información no está sustentada por Fuentes primarias. Sin embargo, son fuentes actuales.	La información no está sustentada con fuentes primarias ni son actuales.
Procesos-	Actividades,	Unas pocas	Aproximadamente	Una parte	El proceso casi

coherentes	fases y/o prácticas son acordes con los	actividades, fases y/o prácticas. no están	la mitad de las actividades, fases y/o prácticas son	medianamente alta de las actividades, fases	completo está desalineado con los objetivos.
	objetivos del proceso.	adecuadamente alineadas con los objetivos del proceso	no están adecuadamente alineadas con los objetivos del proceso	y/o prácticas no están adecuadamente alineadas con los objetivos del proceso.	
Procesos-otros	Muy claros, roles, responsabilidades, recursos, tiempos y entregables.	Ciertos elementos mencionados no son del todo claros	Aproximadamente la mitad de los elementos no son del todo claros	Una parte medianamente alta de los elementos no son del todo claros	Casi todos los elementos son poco claros
Aplicable	Es clara la descripción de aplicabilidad de todas las ideas/conceptos/ Soluciones descritas. Describe, aplica y demuestra que Hay aplicabilidad.	No es clara la descripción de la aplicabilidad de algunas ideas/conceptos/soluciones. Describe y demuestra que hay aplicabilidad.	No es clara la aplicabilidad salvo la mitad de las ideas/conceptos/soluciones. No las describe, ni especifica.	La aplicabilidad de las ideas/conceptos/soluciones es vaga y falta claridad. No especifica, ni detalla la aplicabilidad.	Sólo se nombra la aplicabilidad de las ideas/conceptos/soluciones, pero no se realiza descripción.
Innovación	Se evidencia la innovación en producto, proceso, servicio, modelo de negocios, modelo de gestión.	Se evidencia la innovación en el producto, proceso, servicio, modelo de negocios, modelo de gestión. Sin embargo, se evidencia que en alguno hay novedad, pero no innovación.	Se evidencia la innovación en producto, proceso, servicio, modelo de negocios, modelo de gestión.	Se evidencia la innovación en producto, proceso, servicio, modelo de negocios, modelo de gestión.	Se evidencia la innovación en producto, proceso, servicio, modelo de negocios, modelo de gestión.

Fuente: elaboración propia

4.2 INFORME DE LOGROS A ALCANZAR CON LA APLICACIÓN DE CANVAS EN ESTUDIOS REALIZADOS POR ESTUDIANTES

Para lograr una mayor participación de los estudiantes, se formaron en la clase tres grupos trabajo para que presentaran propuestas de emprendimiento con el siguiente tema:

“Aplicación del modelo Canvas en el entorno empresarial y publicitario de un emprendimiento”

Grupo 1:

Cuadro 17. Matriz CANVAS-Picantería Rosita

Modelo Canvas					Emprendimiento: “Picantería Rosita”				
<u>Socios clave</u>		<u>Actividades Clave</u>	<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Relación con los Clientes</u>	<u>Segmento de Cliente</u>				
- Proveedores		- Producción	<p>Picantería rosita</p>  <p>Se dedica a la elaboración de la rica fritada, caldo de salchicha, cuero reventado, adicional se sirve también choclos con queso.</p>	Atención física con intermediarios.	Rango de edad: A partir de 12 años				
- Distribuidores		- Distribución		Atención a los clientes por redes sociales.	Género: Hombre y mujeres				
- Banco		- Elaboración			Sector económico: media, alta				
		- Atención al cliente			Nivel de educación: cualquier nivel de educación				
		- Servicio delivery							
		<u>Recursos Clave</u>		<u>Canales</u>					

	-Talento humano -Materias primas -Herramientas manuales -Herramientas industriales		Contacto con los clientes a través de redes sociales, intermediarios, o venta directa.	
Estructura de costos -Materias primas -Costos fijos y variables -Servicios básicos -Sueldos y salarios -Arriendo del local		Fuentes de ingresos El plato de fritada tiene un costo de 3,00; el caldo de salchicha 2,00; el choclo con queso 1,50; el cuero reventado 1,50. Las ventas se realizan a través de: -Ventas de productos en efectivo -Tarjeta de crédito -Transferencias		


Logros por conseguir:

- 1.- Se pretende una mejora en la relación con los clientes
- 2.- Se captaría nuevos clientes a través de las redes sociales
- 3.- Se intenta que la propuesta de valor sea más conocida.
- 4.- Se llevaría un mejor control de costos con la identificación de componentes del costo según emprendimiento.
- 5.- Se mejoraría las ventas, por las formas de pago propuestas

Grupo 2: AGAVEC

Cuadro 18. Matriz CANVAS AGAVECS

Modelo Canvas		Emprendimiento: "AGAVECS"		
	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmento de cliente
Socios clave	Categoría:			Ejemplo:

<p>Motivación para realizar sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ferias -Proveedores agavec 	<ul style="list-style-type: none"> -Producción de productos consumible en base a agavec -Resolución de problemas - Plataforma redes de contacto 	 <p>Característica: Producto consumible a base de agavec de forma artesanal sin endulzantes</p>	<p>Asistencia personal</p> <p>Comunidades</p> <p>Personalización/posventa</p>	<p>Nicho de mercado</p> <p>Edad de 18 a 45</p> <p>Poder adquisitivo medio</p> <p>Sector económico: mercado masivo</p>
	<p>Recursos</p> <p>Clave</p> <p>Tipos de recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Físicos (destiladora, cocina, licuadora, etc.) -Intelectuales: marca 		<p>Canales</p> <p>WhatsApp</p> <p>Boca a boca</p> <p>Venta directa</p>	
<p>Estructura de costos</p> <p>Tu negocio está basado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Manejo de costes -Crear valor <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Costos fijos -Costos variables 		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Tipo: Pago por USD</p> <p>Precios Fijos: Lista de precios Ajustable a las características del producto Ajustable al volumen</p> <p>Precio dinámico: Negociación Precio de acuerdo al mercado en tiempo real</p>		

Logros por conseguir:

- 1.- Se pretende una mejora en los canales de comunicación a través de WhatsApp, publicidad boca a boca, y venta directa
- 2.- Se mejoraría la relación con los clientes por medio de asistencia a la clientela de manera personal y con visitas a las comunidades.
- 3.- Se pretende llevar un mejor manejo de los costos

4.-Los precios se ajustarían a las características del producto, y también sería dinámico de acuerdo al tiempo real.

5.- Se pretende publicitar el producto y que sea reconocido por ser un producto realizado de forma artesanal y sin endulzante.


Cuadro 19. CHECK LIST DE LA EMPRESA AGAVECS

CONCEPTO	VALIDACIÓN	RECOMENDACIÓN
Fuerzas Dinámicas	✓	
Fuerzas Convergentes	✓	
Brief	X	AGAVECS es un emprendimiento fundado por Irene Caiza en el 2019 con el fin de rescatar las tradiciones del país y aprovechar al máximo la versatilidad del agave. El tono de su campaña es familiar y promueve el consumo de productos orgánicos para una mejor salud.
Briefing y Mensaje	✓	
Valor Comunicativo	X	Debería enfocarse en el modelo USP que es la propuesta única de venta, haciendo que el público conozca las ventajas y beneficios de adquirir los productos de AGAVECS y por qué esta es su mejor opción.
Esquema JWT	X	Se centra en el beneficio de los productos de AGAVECS, le explica al consumidor los beneficios de consumir alimentos orgánicos, el valor cultural y ancestral que tiene la preparación del chaguarmisqui y espera que público se sienta empoderado con la marca.

Eje de Comunicación	X	Su eje de comunicación debe tener un tono familiar que se enfoque en compartir el mensaje de vive bien come sano, realizando una publicidad que vaya acorde al tema y que llame la atención del consumidor.
Estrategia de Contenido	X	Para tener una estrategia de contenido es importante tener claro el eje de comunicación para así tomar en cuenta lo que motiva o frena al cliente y poder crear una necesidad a los mismos, bajo la premisa de una comida sana, orgánica y natural.

Grupo 3: DI GIORNO

Cuadro 20. Matriz Canvas DiGiorno

Modelo Canvas Emprendimiento: "DiGiorno"				
	<u>Actividades Clave</u>	<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Relación con los Clientes</u>	<u>Segmento de cliente</u>
<u>Socios clave</u> -Municipio -Bancos -Agrocalidad	-Parrilla -Pizzería -Cafetería	 <p>EL sistema de gestión ambiental de DiGiorno abarca los procesos de servicio de parrillada al carbón y pizzería que cumplan con todos los requisitos sanitarios y satisfaciendo las necesidades del cliente mejorando constantemente,</p>	-Posee un servicio posventa	-Rango de edad: 25 años hasta edad adulta -Género: Masculino-Femenino -Nivel de educación: Tercer nivel -Sector económico: Comercialización de productos
	<u>Recursos Clave</u>			

	-Tecnología (maquinaria) -Materia prima	cumpliendo las normativas ambientales, minimizando la emisión de gases atmosféricos mediante la mejora continua de los procesos y capacitando al personal constantemente para un mejor aporte al establecimiento.	Contacto con los clientes a través de redes sociales: -WhatsApp -Visnes -Página web	
Estructura de costos -Sueldos y salarios -Costos fijos y variables -Gastos operativos -Cuentas x pagar -Servicios básicos -Gastos de materia prima		Fuentes de ingresos Ventas: -Efectivo -Crédito -Tarjeta de crédito		

Logros por conseguir:

- 1.- Se pretende mejorar el contacto con los clientes a través de las redes sociales y página web.
- 2.- Las ventas no solamente se realizarían en efectivo, sino a crédito y con tarjeta de crédito.
- 3.- La relación con el cliente mejoraría por el servicio de posventa.
- 4.- Las actividades claves del negocio tendrían muy buena acogida por el segmento de clientes seleccionado y el buen servicio del producto con personal capacitado.
- 5.- La propuesta de valor tendría muy buena aceptación por las normativas ambientales que cumpliría.

Cuadro 21. CHECK LIST DI GIORNO


CONCEPTO	VALIDACIÓN	RECOMENDACIÓN
Fuerzas Dinámicas	☺	La empresa DiGiorno consta con estas fuerzas por su constante evolución en sus platos y en la tecnología que usa.
Fuerzas Convergentes	☺	Consta con estas fuerzas sin embargo no posee una eficiente línea de precios y redes de distribución de sus productos, se recomendaría ofrecer más variedad en su menú para que obtenga esa línea de precios y por ende crezca su red de distribución.
Brief	?	La empresa consta con un brief o bien dicho la información de la empresa para armar una estrategia de marketing.
Briefing y Mensaje	☹	Le falta a la empresa pulir si briefing para que se haga más atractivo y llamativo de los clientes.
Valor Comunicativo	☺	La empresa tiene una estrategia creativa para dar valor a su publicidad y sea apreciada por su público, sin embargo, debe ser innovador para que no se vuelva aburrido.
Esquema JWT	☹	La empresa no tiene un estudio sobre lo que se espera del consumidor por lo que se recomienda que haga un estudio a su público para que entienda sus necesidades y lo satisfagan de mejor manera atrayendo de mejor manera a los clientes
Estrategia de Contenido	☹	Tiene un buen contenido, pero no saben manipularlo correctamente para crear un mayor impacto en el público.
Eje de Comunicación	☹	No hay estudio bien a fondo de los beneficios de sus productos y servicios por lo que se recomendaría el estudio de lo dicho para dar transparencia a los beneficios que aprovecharan los clientes siendo más llamativos hacia la empresa.

4.3 VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA


Es necesario indicar, que de acuerdo a Kuzmina (1970), en su cuadro lógico de la técnica Iadov se puede validar las estrategias, es decir, la técnica Iadov 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 Iadov para evaluar la satisfacción de tres docentes de la Unidad Educativa Sultana de los Andes, de dónde se obtuvo los siguientes resultados:


Cuadro 22. Cuadro lógico Iadov del docente A

		¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica?								
		NO			NO SE			SI		
¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?	es	¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?								
	en	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)								
										






Cuadro 23. Cuadro lógico Iadov del docente B

		¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica?								
		NO		NO		SI		SI		
		O		SE		I		I		
¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?	es	¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?								
	ta	Si	No sé	No	Si	No sé	No	Si	No sé	No
	estrategia									
	en									
	el									
	salón de									
	clases?									
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 (2)								
										

Cuadro 24. Cuadro lógico Iadov del docente C

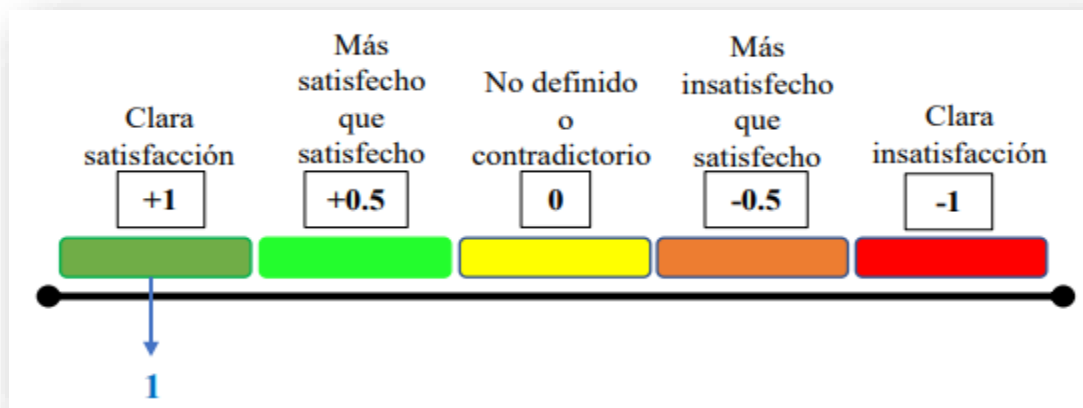
		¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica?								
		NO		NO		SI		SI		
		O		SE		I		I		
¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?	esta	¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?								
	estrategia	Si	No sé	No	Si	No sé	No	Si	No sé	No
	en									
	el									
	salón de									
	clases?									
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 (2)								
										

Cuadro 25. Índice de satisfacción individual y grupal

Índice de satisfacción individual – ISI						
						
	1	2	3	4	5	6
Niveles de satisfacción	Clara Satisfacción		Más satisfecho que insatisfecho	No definido o Contradictorio	Más insatisfecho que satisfecho	Clara Insatisfacción
Frecuencia	+1		+0.5	0	-0.5	-1
Escala	A		B	C	D	E
Resultado ISI	3		0	0	0	0
Índice de satisfacción grupal ISG						
$ISG = \frac{A(+1) + B(+0.5) + C(0) + D(-0.5) + E(-1)}{N}$ $ISG = \frac{3(+1) + 0(+0.5) + 0(0) + 0(-0.5) + 0(-1)}{3}$ $ISG = \frac{3}{3}$ $ISG = 1$						

Por lo tanto, se refleja una clara satisfacción en los docentes respecto a la estrategia pedagógica propuesta en la asignatura de Emprendimiento y gestión (figura.6).

Figura 6. Satisfacción de los docentes



4.4 CONCLUSIONES

- De acuerdo con la investigación realizada, existe una relación efectiva entre la estrategia pedagógica mediante la utilización de la metodología Canvas y el mejoramiento del proceso de enseñanza-aprendizaje de las asignaturas vinculadas con el emprendimiento.
- La aplicación de la metodología Canvas como estrategia pedagógica en la asignatura Emprendimiento y Gestión, estimulará en los estudiantes la generación de nuevas ideas de emprendimiento.
- La encuesta aplicada a los estudiantes evidenció, que solamente un número minoritario conocen la metodología Canvas y los demás están interesados en aprender a crear nuevas ideas de emprendimientos con un modelo de negocios innovador y sistemático.
- La investigación brindó un marco teórico científico sobre la estrategia pedagógica, la metodología Canvas e ideas de emprendimiento; lo cual, aporta satisfactoriamente al conocimiento de los docentes y estudiantes de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”.
- Por los resultados logrados se infiere, que el diseño de una estrategia pedagógica, que tenga en cuenta los componentes o fases de diagnóstico, planificación, aplicación y control; contribuye 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.

4.5 RECOMENDACIONES

- Que la dirección de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, socialice la estrategia pedagógica a sus docentes y se aplique en la institución; así como se dé a conocer a otras instituciones educativas.
- Que los docentes de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, investiguen nuevas validaciones de la estrategia propuesta mediante otras vías matemáticas o estadísticas para la mejora de la enseñanza-aprendizaje.
- Que los docentes de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”, teniendo como base los fundamentos teóricos de la presente tesis, realicen investigaciones sobre estrategias pedagógicas, en función de las otras asignaturas que se imparten en la institución.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Navarro, M. E. (2005). Tendencias pedagógicas contemporáneas: La pedagogía tradicional y el enfoque histórico-cultural. Análisis comparativo. *Revista cubana de Estomatología*, 42(1), 0-0.
- Abreu, O., Rhea, S., Arciniega, G., & Rosero, M. (2018). Objeto de Estudio de la Didáctica: Análisis Histórico Epistemológico y Crítico del Concepto. *Formación universitaria*, 11(6), 75-82.
- Alcoser, VE Silva (2017). Aplicación de la metodología del modelo de negocios canvas en la complementación del modelo de gestión del consejo nacional para la igualdad de género., repositorio.uide.edu.ec
- Almea, AS Mora (2019). Diseño de un modelo de negocio basado en la metodología canvas para la comercialización de smoothie bowls en la ciudad de Guayaquil., repositorio.ug.edu.ec
- Andrade, S (2012). Metodología Canvas, una forma de agregar valor a sus ideas de negocios. Tomado de la página web: Cl/reportaje/metodología-canvas-la-nueva-formade
- Asamblea Nacional del Ecuador (2008) Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No.449. Quito. Link: <https://bit.ly/3DFKxg7>
- Arias, G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta Edición. Editorial Episteme. Ambato.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011) Ley Orgánica de Educación Intercultural. Registro Oficial 417 - segundo suplemento (pág. 46). Quito.
- Best, R. J. (2008). Marketing Estratégico. Editorial Prentice Hall. Blank. Madrid
- Bastidas, MA Meneses (2018). Diseño de un modelo de negocio bajo la metodología canvas, para la empresa CLEV consultores cía. Ltda., repositorio.uide.edu.ec
- Bittan, Moisés (2020) Espíritu Emprendedor y Entorno para los Negocios. Tomado

de la página web: <https://moisesbittan.com/espíritu-emprendedor-y-entorno-para-los-negocios/>

Botía, A. B., & Ruano, M. R. B. (2011). La didáctica en el núcleo del mejoramiento de los aprendizajes. Entre la agenda clásica y actual de la Didáctica. *Revista Perspectiva educacional*, 50(2), 3-26.

Bravo, H. (2008). *Estrategias pedagógicas*. Córdoba: Universidad del Sinú.

Burneo, Kurt, y Fernando Larios. 2015. *Principios de economía: versión latinoamericana 2da ed.* Ediciones ECOE. Bogotá, Link: [.https://bit.ly/3nCProu](https://bit.ly/3nCProu)

Cabrera Berrezueta, Bolivar (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* vol.35 no.2 Mayo-agosto. La Habana. Tomado de la página web: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142016000200006

Carvajal Cajas, C.J. (2018). Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito–Provincia de Pichincha., repositorio.uasb.edu.ec

Castañeda, VA Melo, & Escobar, DC Rizo (2016) Formulación de un modelo de negocio a través de la metodología Canvas para el aprovechamiento del material residual PET en la ciudad de Bogotá DC. Tomado del repositorio.udistrital.edu.co

Cavazos, J. & A.C. Giulian (2008) El concepto de marketing bajo el paradigma

relacional: Una agenda para Latinoamérica. Revista innOvaciOnes de NegOciOs 5. UANL, México.

Castillo Coto, Ana Lidia (2018) Experiencia de proyecto de vinculación con la sociedad aplicación del modelo de negocios Canvas. Revista Científica Ecociencia, Vol.5 No.4 agosto.

Cerda Álvarez, D. C. (2018). Instrumento de Validación de un Software Contable para el manejo de Medicinas e Insumos Médicos para Farmacias del Barrio Tesis en opción del título de Bachiller por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador).

Córdova, ME Jácome, & Moreira, CN Pincay (2019). Desarrollo de modelo de negocio aplicando la metodología Canvas para bebida a base de quinoa., repositorio.ug.edu.ec

Cortés García, A. J. (2001). El teatro como estrategia pedagógica para la expresión escrita. Tomado de la página web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3990888>, (15), 273-278.

Cortés, PA Sánchez (2016). Aplicación de la metodología Canvas para la generación del modelo de negocio para una agencia de propuestas de matrimonio., repository.eafit.edu.co

Chaguay, LL, Flores, JC, Bayas, TF, & ... (2019). El modelo de negocio: metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and ...*, revistas.utb.edu.ec

Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología. Revista Colombiana de Psicología, No. 19 (2).

- De Camilloni, A. (2007). Didáctica general y didácticas específicas. Revista El saber didáctico, 23-39. Buenos Aires.
- Escobar, A Gallego (2020). Estudio de Pre factibilidad empleando el Modelo de Negocio bajo la metodología Business Canvas de la empresa AGROSERVICE Internacional Ganadera SAS. Repositorio.esumer.edu.co
- Euroinnova Business School (S/F) Tipos de estrategias pedagógicas. Tomado el 13 de noviembre del 2021 de la página web: <https://www.euroinnova.ec/blog/tipos-de-estrategias-pedagogicas>.
- Ezeta, XA abril, & Sánchez, KM Román (2019). Diseño de un modelo de negocio usando la metodología canvas para una galleta nutricional a base de moringa., repositorio.ug.edu.ec
- Farroñán, EVR, Sánchez, MCR, &... (2020). Metodología canvas y plan de marketing para fidelización de clientes en el rubro de dulces artesanales Chiclayo. Revista Científica USS. Link revistas.uss.edu.pe
- Ferreira- Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo y Desarrollo, 23(107), Tomado de la página web. <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Fino-Garzón, D.M. (2013). Innovación en modelos de negocio: metodología Lean Canvas en un startup de base tecnológica., eprints.rclis.org
- Flores-Aguilar, E. (2019). Diseño de un Centro para Emprendedores en una Escuela Profesional de Ingeniería aplicando el Modelo Lean Canvas. *Formación universitaria*, 12(6), 151-166.
- Flórez, R. (1994). Hacia una pedagogía del conocimiento, algunas tesis de libro. Santafé de Bogotá, Colombia, tomado de la página web: <https://www>.

- dasumo. com/libros/pedagogia-del-conocimiento-de-florezochoa-pdf. html.
- Frías-Navarro, D. (2014). Apuntes de SPSS. *Universidad de Valencia*, 1-10
- GCF (2021) Metodología Libre para aprender a leer. Goodwill Community Foundation.
- Tomado de la página web: <https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/la-idea-de-negocio/1/>
- Gamboa Mora, M. C., García Sandoval, Y., & Beltrán Acosta, M. (2013). Estrategias pedagógicas y didácticas para el desarrollo de las inteligencias múltiples y el aprendizaje autónomo. *Revista De Investigaciones UNAD*, 12(1), 101-128.
- García-Bellido, R., & González Such, J. (s.f.). SPSS: Análisis de fiabilidad. Obtenido de la página web: https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf
- García, AEC (2012). Evaluación de la aplicación de la metodología de innovación "CANVAS" en la organización Carvajal., Uniandes
- García, A. J. C. (2001). El teatro como estrategia pedagógica para la expresión escrita. *Editorial Nómadas*, (15), 273-278.
- Garzón, DM (2014). Innovación en modelos de negocio: metodología Lean Canvas en un startup de base tecnológica. e-prints.
- Guerrero, KY Carrera, & Briones, RI Vera (2017). Propuesta de un modelo de negocio basado en la metodología Lean Canvas para Comercial Soto SA en la ciudad de Guayaquil., 192.188.52.94
- Guillén Pereira, Lisbet (2017) Estrategia pedagógica para reducir y prevenir el consumo de drogas desde la Educación Física. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, vol.36 no.2 abr.-jun. La Habana
- Hernández Pérez, C. (2014) Elaboración de Welcome Pack y los Recursos Humanos

- en la metodología de realización de modelos de negocio CANVAS.
Consultoría a MET Community: repositorio.comillas.edu
- Hernández y Rodríguez, Sergio. 2002. Introducción a la Administración: pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia. Cuarta edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernández Samper, Roberto (2004) Metodología de la Investigación. Editorial Felix Varela. La Habana.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, R., & Baptista-Lucio, María. (2017). Selección de la muestra. Editorial McGraw-Hill. México
- Herrera, VA San Andrés, & Vera, GM Villao (2019). Diseño de un modelo de negocio utilizando la metodología Canvas para venta de desayunos en línea en la ciudad de Guayaquil., repositorio.ug.edu.ec
- Juliao Vargas, C. G. (2014). Pedagogía praxeológica y social: Hacia otra educación. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Kuzmina, N. V. (1970): "Metódicas investigativas de la actividad pedagógica" Editorial Leningrado. Tomado de la página web: <https://www.efdeportes.com/efd47/iadov.htm>
- Krugman, Paul R, y Robin Wells. 2012. Introducción a la economía: Microeconomía. Editorial Reverté. Barcelona.
- López, GV Guevara, & Rizzo, MH Montoya (2018). Diseño de una empresa de servicios para comercializar tv pagada utilizando la Metodología Canvas., repositorio.ug.edu.ec
- McEachern, William A. (1998). Economía: una introducción contemporánea.

Editores International Thomson. México:

Medina Nogueira, Daylin; Medina León, Alberto y Nogueira Rivera, Dianelys (2017) Procesos y factores claves de la gestión del conocimiento. Revista Universidad y Sociedad vol.9 no.3 jul.-set. Cienfuegos. Tomado de la página web: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300002

Medina, TI León, & Reyes, LC Marín (2018). Diseño de una empresa de servicios para brindar alimentación utilizando la metodología canvas., repositorio.ug.edu.ec

Mendoza Briones, M. M. (2015). Métodos, técnicas y estrategias pedagógicas en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la asignatura emprendimiento y gestión. Tesis en opción del título de bachiller de la Unidad Educativa Quevedo. Los Ríos.

Meneses- Paucar, Silvana (2020) Estrategia metodológica basada en tecnologías de la información y comunicación en expresión oral del idioma inglés. Revista de investigación NNOVA Enero – Abril. Vol. 6, No.1 pp. 111. Tomado de la página web: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/download/1463/1831?inline=1>

Mercado, J. E. R. (2008). Conceptos básicos en pedagogía. REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social, 3(4),36-47.

MINEDUC (2015) Intervención del ministro de educación, sobre la asignatura Emprendimiento y Gestión. Tomado de la página web: Link:

<https://bit.ly/3oQEqiO>

MINEDUC (2017) Emprendimiento y Gestión en las BGU. Tomado de la página

web: Link: <https://bit.ly/3HD1CK6>

MINEDUC (2016) Las TIC en la educación. Tomado de la página web:

<https://bit.ly/3x6mTaa>

Mochón Morcillo, Francisco. 2006. Principios de economía (3a. ed.), Ediciones:

McGraw-Hill. España. Link: <https://bit.ly/3oOBV0v>

Molina, LA Heredia, & Ramos, YS Palacios (2018). Diseño de una empresa para la

producción de cerveza artesanal utilizando la Metodología Canvas.,

repositorio.ug.edu.ec

Mora, M. C. G., Sandoval, Y. G., & Acosta, M. B. (2013). Estrategias pedagógicas y

didácticas para el desarrollo de las inteligencias múltiples y el aprendizaje

autónomo. *Revista de investigaciones UNAD*, 12(1), 101-128, Colombia.

Mosquera, FA Lucero (2019). Diseño de un modelo de negocio basado en la

metodología Canvas para la venta y distribución de pollos empacados al vacío

en el suroeste de la ciudad de..., repositorio.ug.edu.ec.

Morín, Edgar (1990): Introducción al pensamiento complejo, Editorial Gedisa,

Barcelona.

Nocedo de León I. et al (2009) Metodología de la investigación educacional. Editorial

Pueblo y Educación. La Habana.

Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves y Vázquez, Lara (2012) Generación de modelos

de negocio: un manual para visionarios revolucionarios y retadores. Editorial

Deusto. Barcelona. Tomado de la página web:

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>

Ochoa, R. F. (1994). *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Bogotá: McGraw-Hill.

Paredes, MDP Guerrero (2017). Aplicación De La Metodología Canvas Para La Creación De Una Pollería Pollo Dorado En La Ciudad De Pacora Chiclayo 2017., repositorio.ucv.edu.pe

Paz, CM Fernández, & Zuloeta, YB Paredes (2018). Propuesta de un rediseño de modelo de negocio aplicando la metodología value proposition canvas al Hotel Emperador en la ciudad de Chiclayo., tesis.usat.edu.pe

Peñaherrera, CJ García (2015). Diseño de un modelo de validación de ideas de negocio basado en la metodología Canvas para los proyectos de emprendimiento de los estudiantes de la PUCE., repositorio.puce.edu.ec

Pérez Fernández, KM & Anchundia Vera, CL (2016). Diseño de un Plan de Negocios para Loncheras Escolares Basado en Metodología Canvas., repositorio.ug.edu.ec

Quezada Santistevan, M. E., & Toledo Paredes, R. A. (2018). Tecnologías de la información y comunicación en el nivel cognitivo para la asignatura de Emprendimiento y Gestión en los estudiantes de primero de bachillerato técnico, jornada matutina de la Unidad Educativa Modesto Carbo Noboa. Tesis para la obtención del título de Bachiller por la Universidad de Guayaquil, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Quintero, YMJ, & Millé, Y (2015). Innovación en modelo de negocios: metodología canvas aplicada a empresa de asesorías contables., core.ac.uk

- Real Academia Española (2013) Definición de estrategia: Diccionario de la Lengua Española, Madrid.
- Rojano Mercado, J. E. (2008). Conceptos básicos en pedagogía. Revista electrónica de humanidades, educación y comunicación social, (4), versión electrónica- versión electrónica.
- Rojas, G. Y., Pertuz, V., Navarro, A., & Quintero, L. T. (2019). Instrumento para identificar características personales y didácticas utilizadas por los docentes en la formación de emprendedores. *Formación universitaria*, 12(2), 29-40.
- Rojas, C Zapata (2018). Estudio de pre factibilidad técnica y económica para la creación de una empresa panificadora gourmet con servicio delivery basado en la metodología Lean Canvas., repositorio.unab.cl
- Román, M., Cardemil, C., & Carrasco, Á. (2011). Enfoque y metodología para evaluar la calidad del proceso pedagógico que incorpora TIC en el aula. *RIEE. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*.
- Saldaña Santos, L. A., & Ávila Hernández, J. C. (2016) Diseño del modelo de negocio mediante la metodología CANVAS. . *repository.unad.edu.co*
- Sánchez, MC Reaño (2018). Metodología Canvas una herramienta para mejorar la producción de dulces artesanales–Chiclayo 2018., Universidad Señor de Sipán
- Sanabria, J. A. (2010). Innovación para la generación de ideas de negocio. Revista Negocios. Bogotá:
- Soler Cárdenas, S. F., & Soler Pons, L. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 01-06.

- Tierra, DA Erazo (2019). Diseño de un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología Canvas para un restaurante" Marisquería DA ET.", repositorio.ug.edu.ec
- Torres, MV Bermeo (2019). Metodología canvas para una micro empresa deshidratadora de pitahaya roja (*Hylocereus undatus*) y otras frut., repositorio.ug.edu.ec
- UNIR (2020) Ventajas y retos de las TIC en el aula. Revista de la Universidad Internacional de La Rioja. España. Tomado el 20 de noviembre del 2021 de la página web: <https://www.unir.net/educacion/revista/importancia-tic-educacion-secundaria/>
- Uribe, C. E. V. (1990). *Reflexiones sobre pedagogía y didáctica*. Ministerio de Educación Nacional.
- Vasco, C. (1990). Algunas reflexiones sobre la pedagogía y la didáctica. *Pedagogía, discurso y poder*, 6(11), 107-122.
- Vergara, C, & Isaí, C (2016). Efecto de la metodología canvas para la innovación en modelos de negocio de la Mype formal de calzado de Trujillo, al año 2016., repositorios Latinoamericanos. Uchile.
- Vergara, SM Pruna (2018). Desarrollo de un modelo de negocios utilizando metodología Canvas para la venta del producto La Suiza en la ciudad de Latacunga., Quito: Universidad Del Pacífico
- Vidal, SD Roncal (2016). ... de valor desarrollada con una metodología ágil y su influencia en el cumplimiento del Proceso de Estudio de la Biblia usando el modelo de negocio" CANVAS" ..., repositorio.upeu.edu.pe

- Villa, M. D. (2019). ¿Qué es eso que se llama pedagogía? Revista Pedagogía y saberes, (50), 11-28.
- Walker Lanzas, L. Y. (2018). Uso de las Tic y su relación con las competencias digitales de los docentes que imparten sistemas de información geográfica en el Departamento de Ciencias de la Tierra en La Universidad de Panamá. Tesis en opción del grado de Doctor.
- Zambrano, NA Mera (2017). ... de un modelo de negocio como factor de éxito para Barcelona Sporting Club de la Ciudad de Guayaquil con base en la metodología Canvas, enfocado al área de..., 192.188.51.77
- Zapata Sánchez, Pedro. (2011) Contabilidad general 7ma edición. Editorial McGraw-Hill. Bogotá.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos-estudiantes

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE TERCERO BGU DE LA UNIDAD EDUCATIVA SULTANA DE LOS ANDES

OBJETIVO: Recopilar información útil y confiable para la investigación denominada: Metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y gestión.

INSTRUCCIONES: Lea, comprensivamente, cada pregunta y responda según su opinión, Marque con una equis (X) una sola respuesta. Es anónimo, no escriba su nombre o forma de identificar el instrumento.

* Obligatorio

1. Su docente utiliza medios tecnológicos para impartir sus clases.

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

2. Su docente estimula el pensamiento reflexivo y autónomo *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

3. Su docente indica con claridad el tema a tratarse *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

4. Su docente brinda retroalimentación de los temas de clase. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

5. Su profesor utiliza ejemplos relacionando el tema de clases con el campo profesional. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

6. Su docente promueve procesos de auto-evaluación y co-evaluación *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

7. Se siente estimulado por su docente en el desarrollo de sus trabajos y proyectos. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

8. Su docente tiene la capacidad de ponerse en el lugar de los alumnos y comprender sus motivos. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

9. Su docente orienta a los estudiantes en una nueva forma de observar el entorno y las oportunidades que ofrece. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

10. ¿Qué aspectos le gustaría que se incluya en las clases de emprendimiento? *

11. ¿Cuál es su opinión personal en lo que se refiere a las clases de emprendimiento? *

12. ¿Podría proporcionar alguna recomendación para las clases de emprendimiento? *

13. El docente crea material didáctico online. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

14. El docente realiza la reunión en línea. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

15. El docente utiliza Teams, Zoom u otro software de videoconferencia para impartir su clase de emprendimiento. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

16. Ud. tiene una comunicación con el docente a través de la tecnología. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

17. Con el uso de la tecnología Ud. puede reforzar sus destrezas actitudinales para realizar las tareas asignadas. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

18. Con apoyo de su docente, Ud. realiza actividades de refuerzo utilizando la tecnología. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

19. Ud. se encuentra motivado por el aprendizaje a través de los recursos tecnológicos. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

20. El docente motiva a que Ud. utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

21. Con que frecuencia el docente mantiene contacto online con Ud. *

- Nunca
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Siempre

22. ¿Qué tipo de material didáctico online quisiera que su docente utilice en clase? *

23. Conoce a un empresario dentro de su familia o entre sus amigos cercanos. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

24. Su entorno familiar favorece e incita a la creación de un emprendimiento. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

25. Conoce de la existencia de una estructura de apoyo a los proyectos para la creación de una empresa. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

26. Has buscado información sobre los requisitos exigidos para la creación de Empresas. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

27. Para crear un emprendimiento utiliza la metodología Canvas. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

28. Para crear un emprendimiento utiliza la metodología Business Model Innovation. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

29. Alguna vez ha creado un emprendimiento de manera empírica, sin la utilización de la metodología Canvas *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

30. Conoce emprendimientos que utilice la metodología Canvas. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

31. Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas. *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

32. ¿Qué tipo de negocio tiene interés por emprender? *

33. ¿Qué tipo de metodología quisiera utilizar en su emprendimiento? *

4.7.2 Anexo 2: Formulario de resultados de encuesta

▼	▼ Hora de inicio	▼ Hora de finalización	▼ Correo electrónico	▼ Nombre	▼ Total de puntos	▼ Comentarios del cu	▼ Su docente
1	1/19/21 17:20:18	1/19/21 17:22:27	anonymous				Siempre
2	1/19/21 17:15:02	1/19/21 17:25:10	anonymous				Siempre
3	1/19/21 17:55:29	1/19/21 18:17:41	anonymous				A menudo
4	1/19/21 20:10:38	1/19/21 20:35:24	anonymous				Siempre
5	1/21/21 17:15:11	1/21/21 17:20:02	anonymous				Siempre
6	1/21/21 17:12:46	1/21/21 17:20:31	anonymous				Siempre
7	1/21/21 17:15:10	1/21/21 17:22:13	anonymous				Siempre
8	1/21/21 17:13:50	1/21/21 17:23:06	anonymous				Siempre
9	1/21/21 17:15:19	1/21/21 17:23:21	anonymous				A menudo
10	1/21/21 17:15:44	1/21/21 17:24:47	anonymous				A menudo
11	1/21/21 17:22:16	1/21/21 17:29:18	anonymous				Rara vez
12	1/21/21 17:27:43	1/21/21 17:32:02	anonymous				Siempre
13	1/21/21 17:26:46	1/21/21 17:32:59	anonymous				Siempre
14	1/21/21 17:29:39	1/21/21 17:33:52	anonymous				Siempre
15	1/21/21 17:31:09	1/21/21 17:37:16	anonymous				Siempre
16	1/21/21 17:33:37	1/21/21 17:40:10	anonymous				A veces
17	1/21/21 17:21:37	1/21/21 17:41:22	anonymous				Rara vez
18	1/21/21 17:37:20	1/21/21 17:42:25	anonymous				Siempre
19	1/21/21 17:13:21	1/21/21 17:47:41	anonymous				Siempre
20	1/21/21 17:31:52	1/21/21 17:47:56	anonymous				Rara vez
21	1/21/21 17:46:30	1/21/21 17:49:28	anonymous				A menudo
22	1/21/21 17:46:53	1/21/21 17:53:01	anonymous				Siempre
23	1/21/21 17:52:59	1/21/21 18:06:37	anonymous				Siempre
24	1/21/21 18:44:00	1/21/21 18:51:16	anonymous				A menudo
25	1/21/21 18:52:31	1/21/21 18:54:31	anonymous				A veces
26	1/21/21 18:55:29	1/21/21 19:00:33	anonymous				A menudo
27	1/21/21 18:55:34	1/21/21 19:06:09	anonymous				Siempre
28	1/21/21 19:03:58	1/21/21 19:08:50	anonymous				A veces
29	1/21/21 19:08:28	1/21/21 19:14:21	anonymous				A menudo
30	1/21/21 19:19:55	1/21/21 19:44:46	anonymous				Siempre
31	1/21/21 20:28:47	1/21/21 20:51:06	anonymous				Siempre
32	1/21/21 23:24:16	1/21/21 23:30:28	anonymous				Rara vez
33	1/22/21 9:23:16	1/22/21 9:32:01	anonymous				A menudo
34	1/22/21 9:42:03	1/22/21 9:47:02	anonymous				Siempre
35	1/22/21 9:54:14	1/22/21 10:10:38	anonymous				Siempre
36	1/22/21 11:33:01	1/22/21 11:38:37	anonymous				Siempre
37	1/22/21 11:33:01	1/22/21 11:39:42	anonymous				A menudo
38	1/22/21 11:34:54	1/22/21 11:42:02	anonymous				A veces
39	1/22/21 11:41:17	1/22/21 11:50:09	anonymous				A menudo
40	1/22/21 12:23:23	1/22/21 12:28:11	anonymous				Siempre
41	1/22/21 12:15:56	1/22/21 12:38:10	anonymous				A menudo
42	1/22/21 17:08:55	1/22/21 17:25:42	anonymous				Siempre
43	1/22/21 18:52:59	1/22/21 18:58:52	anonymous				Nunca
44	1/25/21 11:34:34	1/25/21 11:39:48	anonymous				Nunca
45	1/25/21 11:45:07	1/25/21 11:48:07	anonymous				Nunca
46	1/25/21 20:52:21	1/25/21 20:56:21	anonymous				Siempre
47	1/25/21 20:53:39	1/25/21 20:58:31	anonymous				A menudo
48	1/25/21 21:06:02	1/25/21 21:08:43	anonymous				Siempre
49	1/25/21 21:32:54	1/25/21 21:40:38	anonymous				A menudo
50	1/25/21 23:49:31	1/25/21 23:57:30	anonymous				Siempre
51	1/26/21 1:31:44	1/26/21 1:35:24	anonymous				A menudo
52	1/26/21 13:08:16	1/26/21 13:19:34	anonymous				Siempre
53	1/26/21 14:09:40	1/26/21 14:20:46	anonymous				Siempre

Su profesor utiliza e	Puntos: Su profesor	Comentarios: Su pr	Su docente promue	Puntos: Su docente	Comentarios: Su do	Se siente estimulad		
Siempre			Siempre			Siempre		
Siempre			Siempre			Siempre		
Siempre			A menudo			A veces		
A menudo			A veces			A menudo		
A menudo			Siempre			A menudo		
A menudo			Rara vez			Rara vez		
Siempre			Siempre			Siempre		
Siempre			Siempre			Siempre		
A menudo			A menudo			A menudo		
A menudo			A veces			A menudo		
A menudo			A menudo			Siempre		
A veces			A menudo			Siempre		
Siempre			Siempre			A menudo		
Siempre			Siempre			A menudo		
Siempre			A menudo			A veces		
A veces			A veces			A veces		
Siempre			A menudo			A menudo		
Siempre			A menudo			A menudo		
Siempre			A veces			Siempre		
A veces			A veces			A veces		
A menudo			Rara vez			A menudo		
Su docente orienta	Puntos: Su docente	Comentarios: Su do	¿Qué aspectos le g	Puntos: ¿Qué aspec	Comentarios: ¿Qué	¿Cuál es su opinión	Puntos: ¿Cuál es su	Coment
Siempre			Como empezar un emprendimiento desde casa			Que me interesa mucho porque nos enseñan todo par		
Siempre			El aspecto dar a conocer problemas para resolverlos conjunto a los p			Mi opinión es que las clases son muy buenas y entend		
Siempre			Así está bien			Me gusta		
Siempre			Utilizar más las opciones de la tecnología			Es buena porque brinda los conocimientos bases para		
A menudo			Me parece que no hay nada para incluir.			Son interesantes.		
A menudo			Que sean muy específicas			Emprendimiento. Ser emprendedor de su propio traba		
Siempre			Diferentes aspectos			Que es una materia muy útil e interesante		
Siempre			Mas temas para comprender como tener un emprendimiento			Son muy buenas se hace entender en las clases		
A menudo			Específicos y directos			Es una materia que nos ayudará en nuestra vida diaria.		
A menudo			Interactuar			Es muy buena , pero en ciertos temas algo confuso		
Siempre			Clases de como manejar un negocio			que las clases ayudan mucho porque nos enseñan sob		
Siempre			La práctica			Que se aprende como poder emprender un negocio		
Siempre			Mecanica			Muy buena		
A menudo			Prácticas			Muy buena		
A veces			Más ejemplos de emprendimientos			Q da una mentalidad de emprendimientos		
A menudo			Cualquier tema q sea útil sería muy bueno			Que podemos tener en claro el emprendimiento por r		
Siempre			No deseo que se incluya nadie			Es muy util ya que ayuda a entender sobre la economi		
A menudo			Comercio exterior			Son indispensables para los estudiantes		
Siempre			ninguno			muy bueno		
A menudo			ninguno			no estoy tan relacionado con ese tema		
¿Podría proporcionar	Puntos: ¿Podría pro	Comentarios: ¿Podr	El docente crea mat	Puntos: El docente	Comentarios: El doc	El docente realiza la		
Que todos deberiamos saber algo sobre emprendimiento por nos si			Siempre			A veces		
Mi una recomendación sería que las clases no sean gravados sino en			A menudo			A menudo		
Ninguna como nos enseña me parece bien			Siempre			A menudo		
Utilizar más vídeos para aprender mejor			Rara vez			A veces		
Mas practicidad.			A menudo			A menudo		
No			Rara vez			A menudo		
No todo está claro			Siempre			A menudo		
Casi nada por que todo estubo muy bien explicado			Siempre			Siempre		
Que Nuestra Maestra tenga más confianza al dirigirnos a nosotros			A veces			A veces		
Dar unos conceptos no tan extensos			A menudo			A menudo		
se debería traer a personales que sean expertos en negocios y emp			Rara vez			Siempre		
No			A veces			A menudo		
Ser puntuales			A menudo			Siempre		
Hacer emprendedores			A menudo			A menudo		
Q den muchos ejemplos de emprendimientos			A veces			Siempre		
Poner interés			Rara vez			Rara vez		
No tengo ninguna recomendacion			Rara vez			A veces		
Podrían incentivar a sus estudiantes a iniciar su negocio			A menudo			A menudo		
no			A menudo			Siempre		
que podría ser mas grafico, menos palabras y mas accion			Nunca			A veces		
Nineuna			A veces			A menudo		

El docente utiliza Te	Puntos: El docente	Comentarios: El doc	Ud. tiene una comu	Puntos: Ud. tiene u	Comentarios: Ud. ti	Con el uso	
Siempre			Siempre			Siempre	
A menudo			Siempre			Siempre	
Siempre			A menudo			Siempre	
Siempre			Siempre			A menudo	
Siempre			A menudo			A menudo	
Siempre			Rara vez			Siempre	
Siempre			Siempre			Siempre	
Siempre			A menudo			Siempre	
A veces			A veces			A menudo	
Siempre			A menudo			A menudo	
Siempre			A menudo			Siempre	
A menudo			Siempre			A menudo	
Siempre			Siempre			A menudo	
Siempre			Siempre			A menudo	
Siempre			Siempre			A menudo	
Rara vez			Rara vez			Rara vez	
A menudo			A menudo			A menudo	
Siempre			Siempre			Siempre	
Siempre			Siempre			Siempre	
Siempre			A menudo			Siempre	
A menudo			Rara vez			A veces	
¿Qué tipo de mater	Puntos: ¿Qué tipo d	Comentarios: ¿Qué	Conoce a un empre	Puntos: Conoce a u	Comentarios: Cono	Su entorno familiar	Puntos: Su
Durable y actualizado			De acuerdo			En desacuerdo	
Zoom			De acuerdo			Totalmente de acuerdo	
Computadora			Totalmente de acuerdo			De acuerdo	
Aplicaciones para aprender			Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo	
cualquiera que este en consideracion del docente.			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo	
Nada			Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo	
Mas diapositivas			De acuerdo			De acuerdo	
Papelohrafos fotografias			De acuerdo			Totalmente de acuerdo	
Documentos sobre el tema a Tratar			De acuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
PDF			De acuerdo			De acuerdo	
debería utilizar videos donde se vean Cómo enseñan a manejar neg			De acuerdo			De acuerdo	
El zoom			De acuerdo			De acuerdo	
Zoom			Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo	
Cuadernos			Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo	
Lo q tenga q ver con el tema			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
Algo útil para el aprendizaje			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo	
Ninguno			Totalmente en desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	
Pizarra electronica			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
ninguno todo esta bien			Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo	
nose			Totalmente en desacuerdo			Totalmente de acuerdo	
Guías de trabajo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo	
Le gustaría crear un	Puntos: Le gustaría	Comentarios: Le gu	¿Qué tipo de nego	Puntos: ¿Qué tipo d	Comentarios: ¿Qué	¿Qué tipo de meto	Puntos: ¿
Totalmente en desacuerdo			Uno de moda			La canvas	
De acuerdo			Local de ropa			Metodología canvas	
De acuerdo			Diseño gráfico, fotógrafa de archivos, organización de eventos, cuid			Cualquiera que sea necesario	
De acuerdo			Repuestos BAJAJ			Business model innovation	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			ninguno en particular.			ninguna en particular	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Mercadería de ropa			Ninguna	
De acuerdo			Un mini market			Diferentes metodologías	
Totalmente de acuerdo			Mi sueño es tener un local de repostería			Kanban	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De moda			Dar a conocer a todo el mundo	
De acuerdo			Boutique			Productivo	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			El de vender ropa importada			Canvas	
En desacuerdo			Un restaurante			No se	
De acuerdo			Mecanica			Impuestos	
De acuerdo			Curso de globos			Carvas	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Tecnología			Servicio Rapido seguro y bueno	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Venta de productos de belleza			Ver cuanta necesidad existe en	
Totalmente en desacuerdo			Ninguno			Ninguno	
Totalmente de acuerdo			Importador de material internacional			Tecnología	
Totalmente de acuerdo			venta de gadgets de celulares y computadoras			no lo se	
Totalmente en desacuerdo			medicina			nose	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			Uno a genere ingresos			La q llevamos a cabo	

4.7.3 Anexo 3: Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia:
Título: “Metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y gestión”


PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODOS
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Qué estrategia pedagógica contribuiría a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura Emprendimiento y gestión, a fin de preparar a los estudiantes del tercer año de bachillerato sean capaces de crear emprendimientos exitosos?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la contribución de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>Hi: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas contribuye significativamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p> <p>Ho: La estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas no contribuye significativamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Ideas de emprendimiento</p>	<p>Diseño de Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimental <p>Tipos de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por el nivel o alcance: <ul style="list-style-type: none"> - Exploratorio - Descriptivo - Correlacional - Explicativo • Por el objetivo: <ul style="list-style-type: none"> - Aplicada • Por el lugar: <ul style="list-style-type: none"> - De campo - Bibliográfica- Documental • Por el tiempo: <ul style="list-style-type: none"> - Transversal <p>Métodos: Analítico-sintético Inductivo-Deductivo</p>

PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICA		
<p>PROBLEMA 1</p> <p>¿Utilizan la metodología Canvas en la generación de nuevas ideas de emprendimiento los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”?</p>	<p>Objetivo 1:</p> <p>Diagnosticar el uso de la Metodología Canvas en la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes” por medio de una encuesta en línea.</p>	<p>Hipótesis específica 1</p> <p>H1: La utilización de la metodología Canvas mejora significativamente la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”</p> <p>Ho: La utilización de la metodología Canvas no mejora significativamente la generación de nuevas ideas de emprendimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa “Sultana de los Andes”</p>		

<p>PROBLEMA 2</p> <p>¿Qué relación existe entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento?</p>	<p>Objetivo 2</p> <p>Determinar la relación que existe entre estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento por medio del estadístico Chi-Cuadrado de Pearson.</p>	<p>Hipótesis específica 2</p> <p>H2: Existe relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento.</p> <p>Ho: No existe relación entre la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas y la generación de nuevas ideas de emprendimiento.</p>		
<p>PROBLEMA 3</p> <p>¿Qué elementos o parámetros técnicos se deben considerar para elaborar una estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas para la asignatura de Emprendimiento y gestión?</p>	<p>Objetivo 3:</p> <p>Diseñar la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas para la asignatura de Emprendimiento y gestión basada en fuentes académicas.</p>	<p>Hipótesis específica 3</p> <p>H3: El diseño de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas influye positivamente en la asignatura de emprendimiento y gestión.</p> <p>Ho: El diseño de la estrategia pedagógica mediante la metodología Canvas no influye positivamente en la asignatura de emprendimiento y gestión.</p>		

Fuente: Módulo Diseño de la Investigación Educativa de la Maestría en Educación mención Tecnología e Innovación Educativa.
Elaborado por: Rosalba Paredes

4.7.4 Anexo 4: Informe de estudiantes



DISTRITO 0600 CUMANDA - PALLATANGA
UNIDAD EDUCATIVA SULTANA DE LOS ANDES

Tema: Aplicación del modelo Canvas en el entorno empresarial y publicitario de un emprendimiento

INTEGRANTES:
Kelin Regaña Narda Parapi
Ximara Cristina Ortiz Calle
Andrea Nicol Suárez Rúa
Camazana Nohel Alejé David

DOCENTE:
Lic. Rosalba Paredes
CURSO:
Tercero DGUI B

CUMANDA - ECUADOR

I. TEMA: Diagnóstico del entorno empresarial y publicitario de un emprendimiento en época de la COVID19

II. INTRODUCCIÓN

2.1. Análisis situacional

El objeto de estudio de esta investigación es la vinculación de la Unidad Educativa Sultana de los Andes con comunidades de nuestro cantón, para diagnosticar la situación actual de los emprendimientos por efecto de la pandemia.

El presente trabajo abarcará varias perspectivas, tales como: segmento de mercado, finanzas, seguridad del negocio, uso de tecnologías, entre otras.

"Piscarera Rosita"

La presente investigación se enfocará en realizar un diagnóstico al emprendimiento "Piscarera Rosita" que tiene como propietario a la señora Rosa Venturoli, que inició sus actividades de su emprendimiento en tiempo de pandemia, se dedica a la preparación y comercialización de fritada, chuecos con queso, caldo de salchicha. Estos platos ecuatorianos se sirven para toda la familia, pero también, se acompaña con el cuero reventado, el mismo, que se desarrolla con entregas a domicilio.

Problemática

Piscarera Rosita

El funcionamiento del emprendimiento es del 67%, se realiza las actividades con normalidad, pero no se ha incrementado las ventas, tiene una complejidad en la situación económica y necesita un mejoramiento dentro del mercado. Las relaciones con los clientes alcanzan un 87% debido a que el negocio no cuenta con locales físicos, este trabajo con entregas a domicilio, sin embargo, le hace falta repartidores, por lo tanto, se debería realizar alianzas con diferentes empresas repartidoras. Las finanzas tienen un 47% debido a que la contabilidad se realiza en un cuaderno, por esta razón, se recomienda aplicar un sistema digital para que pueda llevar su contabilidad y otro problema es que no cuenta con un sistema de pago aparte del efectivo. La salud tiene un 100%, en el área de mercados tiene un 80% porque no existe un análisis de sus principales competidores y esporádicamente realiza promociones. Finalmente, en el uso de tecnología de información y comunicación tiene un 80% por falta de conocimientos sobre la publicidad en redes sociales y el manejo de herramientas como WhatsApp, Facebook e Instagram, etc.

2.2. Justificación

El presente trabajo tiene como finalidad identificar en los emprendimientos su funcionamiento

y brindar la capacitación técnica y teórica a los pequeños negocios para adaptarse a la era digital y sobrevivir la deplorable situación económica, social y sanitaria que vive el país y el mundo entero.

III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

PRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Reseña histórica

"Piscarera Rosita" está situado en el cantón Cumanda, en la provincia de Chimborazo. Abrió sus puertas durante el confinamiento debido a la COVID-19, hace un año desde de su año. Precisamente se dedica a la producción y comercialización de platos típicos de la zona. Entre platos sirven para degustar a los turistas y convecinos del lugar en familia. También ofrece el rico cuero reventado, este lo realiza artesanalmente en su hogar, y lo vende directamente o lo distribuye a negocios de la localidad.

Misión

Elaborar lo mejor fritada y salchicha de manera artesanal, de tal manera que se proporcione un servicio de calidad que cumpla con las más altas expectativas de nuestros clientes que lo consumen.

Visión

Liderar el mercado en la producción y comercialización de platos típicos elaborados de forma artesanal, la meta es satisfacer las necesidades del cliente brindándole confianza al ofrecer productos de calidad.

Infraestructura

Dirección: Barrio Av. Los Puentes, en el Cantón Cumanda, Chimborazo, Ecuador.

Este emprendimiento no cuenta con un local físico como tal, pues se dedica plenamente a la producción de sus platos típicos y está mayormente enfocado a la distribución, las ventas directas las realiza en envío a domicilio.


Tecnología

Los principales recursos que utiliza son:

- Certidura de carne


Este tipo de artefactos sirven para cortar carne u otro tipo de productos en subanadas proporcionalmente igual al gusto del emprendedor

-Cuchara




El refrigerador es utilizado para congelar la materia prima, y los materiales inductivos de fabricación, las cuelas, deben conservarse de mejor manera a temperaturas adecuadas.

-Balanza




La balanza sirve para pesar todo tipo de objetos. En este emprendimiento se utiliza para pesar la cantidad de materia prima que se necesita para elaborar una cantidad determinada.

-Paño de cocina




La principal característica de es este tipo de paño, es por el rico sabor de cocción de los alimentos, para elaborar el producto lo cocinan con leña, una manera tradicional y cultural de nuestros antepasados.

-Refrigerador




El refrigerador es utilizado para congelar la materia prima, y los materiales inductivos de fabricación, las cuelas, deben conservarse de mejor manera a temperaturas adecuadas.

-Empaquetado




El empaquetado de los productos será importante en la preparación del servicio y entrega a domicilio, que se realice de manera cuidadosa y en la posible de forma hermética

-Chueco con queso




Se cocinan los chuecos con un queso sabroso

-Fritada



La elaboración del caldo de salchicha o también llamado caldo de manzana, un plato típico de nuestra localidad, preparado de forma minuciosa y artesanalmente.

-Cuero reventado



El cuero reventado se realiza a través de elaboración para el disfrute del público general.

Productos

Los productos que ofrece son:


- Fritada

Específicamente, es el plato principal que ofrece el negocio.

Personas

- Propietario
- secretaria
- Colaboradores

Organigrama



Una vez revisado de manera íntegra la composición y funcionamiento de la empresa de este proyecto se precisó continuar con el desarrollo del llenado de modelos de negocios, conocido como Modelo CANVAS, éste se compone de nueve apartados, los mismos que son esenciales en un negocio, pues muestran como los negocios pretenden hacer dinero de manera lógica (Johnson, 2012).

Modelo Canvas				
Emprendimiento		Procesos Internos		
Segmento de Clientes	Actividades Clave	Flujos de Canales	Relaciones con Clientes	Estructuras de canales
<p>Segmento de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Turistas -Distribuidores -Comerciantes 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Producción -Distribución -Elaboración -Atención al cliente -Servicio delivery 	<p>Flujos de Canales</p> <p>Se dedica a la elaboración de la fritada, caldo de salchicha, cuero reventado, salchicha se sirve también chuecos con queso.</p>	<p>Relaciones con Clientes</p> <p>Asistencia física con normalidad</p> <p>Asistencia a las familias por más pedidos</p>	<p>Estructuras de canales</p> <p>Remite de edad. A partir de 12 años</p> <p>Comun. Familiares y amigos</p> <p>Facturación electrónica</p> <p>Medio de educación: conocimiento de elaboración</p>
<p>Beneficios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fritada tradicional -Materia prima elaborada -Materia prima elaborada -Innovación 		<p>Flujos de Canales</p> <p>Implementar manera producción al negocio</p>	<p>Relaciones con Clientes</p> <p>Comunicar con los clientes a través de redes sociales, WhatsApp, Instagram, etc.</p>	<p>Estructuras de canales</p> <p>Comunicar con los clientes a través de redes sociales, WhatsApp, Instagram, etc.</p>
<p>Actividades de apoyo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cocina bien equipada -Servicio básico -Materia prima -Venta del local 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventas de productos en efectivo -Tarjetas -Transferencias 		

Fuerzas dinámicas

-Evolución de segmentos del mercado

La cultura gastronómica con el paso del tiempo ha evolucionado notablemente, esto se evidencia principalmente en los ingredientes a utilizar para la preparación de comida y su manera de preparación. Si bien antes los platos que se ofrecían al consumidor no eran muy variados, hoy hay una gran variedad de servicios de alimentos, por lo cual, la oferta ha crecido y se ha vuelto variada, mientras el consumidor prefiere nuevas experiencias.

-Estrategias de la competencia

El mercado gastronómico, especialmente en la comida típica es muy amplio. Los emprendimientos de comida manejan niveles de marketing muy similares entre sí, redes de distribución e incluso propuestas de valor. Lo que los hace muy competitivos. Sin embargo, el factor diferenciador vendría a ser el producto final, la calidad y sabor de este, es lo que hace cierto segmento se oriente hacia una marca más premium común.

-Dinámica cultural y creencias psicológicas

La cultura de igual manera influye mucho en el mercado, hoy en día se realizan platos típicos con las respectivas medidas de higiene y calidad en su elaboración, para que el usuario disfrute de los sabores de los productos con la confianza de que es un excelente producto.

Resiliencia

-Resiliencia

"Piscarera Rosita" está situado en el cantón Cumanda, en la provincia de Chimborazo. Abrió sus puertas durante el confinamiento debido a la COVID-19, hace un año desde de su año. Precisamente se dedica a la producción y distribución de platos típicos. Entre platos sirven para satisfacer la necesidad de turistas y convecinos en familia. También ofrece el rico cuero reventado, este lo realiza artesanalmente en su hogar, y lo vende directamente o lo distribuye a otros emprendimientos.

-Keyfacts

Consumidor: El principal motivo de compra de los consumidores es que es un plato que degusta por su especial preparación, es innovador de cierta manera, ya que su cocción es con leña y de cierta manera su sabor es diferente, y es lo que capta la curiosidad de los consumidores.

Producto: Los productos son innovadores, frescos, de calidad, la empresa garantiza que están realizados con los alimentos naturales de producción y selección.

Precio: Los precios de los productos son bastante accesibles. Compran directamente con otras marcas en el mercado.
-FOOD

Ferretales:

- Ubicación de su producto en un punto estratégico del canal.
- Eficacia a nivel local.
- Expansión del mercado.

Oportunidades:

- Búsqueda de nuevos puntos estratégicos en los cantones vecinos.
- Ampliación en el catálogo de productos.

Debilidades:

- No poder exportar el producto por ser artesanal.
- Política de cobro al momento de adquirir el producto.

Amenazas:

- Una mal empaque puede contaminar el producto.
- Productos reconocidos a menor precio.

Mensaje clave

-Modulo USP

Los productos de Picatería Rosita atienden al primer nivel de la pirámide de Maslow, pues cubren las necesidades fisiológicas, tal como lo es el hambre y la alimentación. La calidad y los productos frescos es lo que más resulta de la marca.

Valor comunicado

-Propuesta de compra

Picatería Rosita es un emprendimiento que desde sus inicios se ha caracterizado por la calidad de los productos que elabora artesanalmente. Se destaca porque introduce al mercado gastronómico un producto poco visto, se denomina queso reventado.

-Valor

El valor es converger al mercado en general que los platos típicos de Picatería Rosita cumplen directamente sus platos de restaurantes, mercados reconocidos en la zona, son ideales para compartir en familia, con un buen sabor y saludabilidad correspondiente.

Equipo ZWT

-¿Qué esperamos que el público crea?

Esperamos que quienes degusten de un plato de Picatería Rosita tengan la [comunicación](https://www.youtube.com/watch?v=...) de que es un producto de calidad, a buen precio y versátil que lo pueden compartir en toda ocasión.

-¿Qué buscamos que sienta?

Picatería Rosita busca que sus clientes sientan satisfacción al probar sus platos, que degusten de la mejor manera su sabor, con la finalidad de superar sus expectativas.

Estrategia de contenido

-Beneficio

El principal beneficio que ofrece el emprendimiento Picatería Rosita a sus distinguidos clientes es la calidad y sabor con la que sus productos son elaborados. Esto a su vez genera una experiencia de otro nivel en los usuarios cuando consumen sus platos típicos.

-Necesidad a estimular/ feno a contener/ o reducir

La principal necesidad por estimular hoy en día es la diversidad de opciones de comida y precios competitivos, puesto que se ofrecen a un solo precio fijo en una sola presentación cada uno, muchas veces los clientes necesitan a precios bajos y en menor cantidad de ellos y se niegan a comprar.

Picatería rosita



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abel, M. C. (2021). *Comportamiento del consumidor* (p. 83).

Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins, e-books. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Calles Berard, F. J. (2017). *Comunidad 1. la tecnología*. Pearson Educación. <https://doi.org/10.0.8486.5444.0>

Carrión, J. (2014). *Estrategias de publicidad y su impacto en las ventas de la Empresa Empaque de la ciudad de Guayaquil durante el año 2012*. Tesis de Investigación Presentada a la Obra Social del Tercer Año de Ingeniería En Marketing y Gestión de Negocios, 1-163. https://repositorio.una.edu.ec/bitstream/123456789/7953/1/141_MKT.pdf

Colbacco, Fabio L. (2004). *Emprendimiento, finanzas y gobierno de la empresa*. La Información financiera y gobierno de la empresa.

Córdoba Urbano, M. (2008). *El Proceso De Diagnóstico T Sus Elementos*. Revista Educativa: Innovación y Experiencias Educativas, 1-12.

Estroff, G. (2009). *Estados de flujo de efectivo y de otros flujos de fondos*. (3da edición). Banco Ecuatoriano.

Fischer, L., & Fappig, J. (2011). *Marketing*. (Mc Graw Hill). <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Fulgencio, P. (2017). *La empresa*. *Ediciones*, e Prosa, 43(1), 289-295. <https://doi.org/10.20203/e17n1a12>

Gómez, F. (2018). *El marketing de los cinco sentidos*. Caso Zara. [Universidad de Valladolid]. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Guerra, P., Villalobos, A., & Castro, N. (2020). Metodología de investigación educativa (descriptiva, experimental, participativa y de investigación-acción). 3, 163-173. <https://doi.org/10.26020/revista4431.julio.2020.163-173>

Hoyle, W. D., Sotgiu, D. J., Peters, R., Chan, R., & Sweeney, G. (2017). *Consumer Behavior*. McGraw-Hill Education, Cengage Learning Australia. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Johnson, E. A., J. (2012). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2012, 281 p. pages. *Journal of Product Innovation Management*, 29(6), 1099-1100. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00977.x>

Lockwood, T. (2010). *Design Thinking: Inspiring Innovation, Customer Experience and Brand Value*. Ashford Press. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Luke, L. (2009). *Consumer Behavior: Buy Decisions*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Maqueda Lafuente, F. (2007). *Disección estratégica y planificación financiera de la Pyme*. Díaz de Santos. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Martin (Gonzalez), V. M. A., & Manilla Rendón, M. E. (2010). *Control en la administración para una información financiera confiable*. Management Control for Reliable Financial Information, 99. <https://doi.org/10.1002/9781118130401>

Mora, R. (2004). (2012). Capítulo III Marco Metodológico. *Manejo de Riesgo Por Crisis*, 17, 65-82.

Morales Castro, A., Morales Castro, J. A., & Alvarez, F. (2014). *Administración financiera*.

DISTRITO NO. 6 CANTÓN PALLATANGA
UNIDAD EJECUTIVA HELVÉTICA DE LOS ANDES

1. Tema: Diagnóstico del estado empresarial y publicación de un emprendimiento en época de la Covid-19

INTEGRANTES

Cristóbal Aguirre Tatuán Inquisidor
Cristóbal Yáñez Hinojosa
Cristóbal Yáñez Hinojosa
Oscar Campa Kollmann Naranjo
Pablo Cuatrecasas Pizarra

DOCENTE

Luz Rueda Pareda
CIENES
TAMBO, BOLIVIA

CUANABIA - ECUADOR

II. TEMA: Diagnóstico del estado empresarial y publicación de un emprendimiento en época de la Covid-19

1. INTRODUCCIÓN

Existen en el mundo más de 10 millones de emprendimientos, debido a la crisis producida por la Covid-19 y con el consecuente descenso de ingresos que se ha reportado, los emprendedores buscan la solución para salir de la crisis. El Estado Ecuador, a través de sus acciones, está ofreciendo la asistencia técnica que ofrece Caritas, su asesoría y publicidad.

- **ANÁLISIS SITUACIONAL**

AGATECS

Es un emprendimiento con un enfoque de producción de queso natural y un queso ahumado, que se dirige a la elaboración de productos artesanales y sustentables derivados del queso, el cual cuenta con helados, mermeladas, salsas, conservas, dulces, mermeladas y más. Todos los productos de queso natural que la industria de queso artesanal, sus emprendimientos han fabricado desde el año 2010 por parte de Caritas con el propósito de dar a conocer los beneficios del queso y la importancia de la leche animalizada.

PROBLEMATICA

Realizado un análisis de la situación actual de la empresa se pudieron encontrar los siguientes problemas:

AGATECS

PROBLEMAS

- Debido a la crisis económica actual, se cuenta con un local poco o no se puede pagar un alquiler, se cuenta con un inventario de productos que no se vende y se están perdiendo los clientes.
- No cuenta con un proceso controlado adecuado, solo cuenta el dinero que gana en la elaboración de los productos y los gastos que genera la venta más los gastos de los proveedores.
- **INTUICIÓN:**

Esto indica se realiza en el contexto de la investigación, porque se desea identificar la metodología que se usó en el estudio.

II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

PRESENTACIÓN DE LA LOGÍSTICA

Resultados

El emprendimiento AGATECS es un emprendimiento que fundado en el 2010 por parte de Caritas con el propósito de dar a conocer los beneficios del queso y la importancia de la leche animalizada. Este emprendimiento cuenta con productos 100% naturales elaborados a base del queso, una planta que es utilizada únicamente por los animales para nutrirse.

- Alrededor de la leche, la cantidad de queso que tiene que producirse y la importancia de este producto en el mundo digital, pero presenta falta de momento de negocio por parte de los consumidores.
- Al ser un emprendimiento reciente, se tiene mucha inseguridad en el mercado y debido a la reducción de ingresos por la pandemia se le ha prohibido a la empresa a seguir creciendo y mejorar sus productos.
- Desde de los años cuando se creó con WhatsApp se han ido ofreciendo productos sin ningún beneficio y clientes recurrentes y sus páginas de Facebook pero que no está funcionando al 100%.

medicina, bebidas y alimentos. Con el fin de no olvidar nuestros costumbres y preservar las raíces de la naturaleza.

En el año 2020 debido a la pandemia provocada por la Covid-19, este negocio se vio afectado y se vio un ventas considerablemente, afectando también a la economía del negocio y la productividad del mismo.

En el año 2021, la Fundación Helvética Caritas se involucró en el programa Via Muestra Digital- Acción al Negocio, impulsando por la organización Capesolarios.

Misión

Ofrecer productos orgánicos artesanales derivados del queso que respalden la riqueza de la salud del consumidor y a la conservación del medio ambiente, basados a una mejor producción de queso fresco, y a la comercialización y distribución de los productos. Compromiso la sostenibilidad económica para mantener la sustentabilidad que los clientes. Con responsabilidad, respeto y pasión juntos.

Visión

Crear una marca que represente la calidad artesanal y sustentable, a través de la innovación continua con asesoría e implementación de nuevos productos orgánicos que cubran la salud de nuestros clientes, manteniendo una buena calidad y costo para fortalecer la confianza de nuestros clientes.

Innovaciones

- **Elaboración:**

Se encuentran en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotacachi.

En la Avenida Santa Rufina y Puenente

- **Redes Sociales:**

<https://www.facebook.com/agatecs>
098786121
<https://www.instagram.com/agatecs>

Tecnología

- **Online Interactiva y Chat**

Este sistema de los más sencillos funciona con poca inversión de recursos desde de 4 computadores, naturalmente se encuentran con un sistema de comunicación altamente seguro para conectar a nuestros clientes, aunque se usa en un procesamiento de datos también se puede utilizar para la elaboración de otros productos en caso de que se quiera utilizar para la creación de los segmentos de la leche animalizada, producción de queso y el proceso de distribución del queso.

- **Distribución:**

Una distribución ideal es un dispositivo que está diseñado para hacer una mezcla de queso líquido que se puede de distribución, luego enfriado, congelado y luego y distribuido.

- **Redes**

Es un sistema que permite hacer de queso resistente a la humedad y de fácil limpieza se utiliza para hacer queso de una forma artesanal y también para una mezcla de sabores, lo que permite de queso artesanal a base de queso animalizado.

- **Lineales**

La línea de un emprendimiento que se dirige de forma y variedad diferentes para poder conseguir un punto de venta o tener un lugar de distribución de calidad con los segmentos que se ofrecen generalmente se componen de un vaso de vidrio con una tuerca que tiene un cable en el fondo y con los recipientes de vidrio vacíos y con los clientes.

Resultados

- **Calidad de producción**

Presente

- Este solo una persona encargada del negocio que se encarga de la parte administrativa, comercial y control de la empresa.

Organización

SISTEMA GESTION DE AMBIENTAL

Almacén

AGATECS se realiza en la localidad de Latacunga en la calle Santa Rufina y Puenente en la provincia de Cotacachi. Es un emprendimiento fundado en el año 2010 por parte de Caritas con el propósito de dar a conocer los beneficios del queso y la importancia de la leche animalizada. Este emprendimiento cuenta con productos 100% naturales elaborados a base del queso, una planta que es utilizada únicamente por los animales para nutrirse.

Palabras clave

Estos emprendimientos con la elaboración de productos artesanales, más y más a base del queso que respalden la riqueza de la salud del consumidor y a la conservación del medio ambiente, basados a una mejor producción de queso fresco, y a la comercialización y distribución de los productos. Compromiso la sostenibilidad económica para mantener la sustentabilidad que los clientes. Con responsabilidad, respeto y pasión juntos.

4.7.5 Anexo 5: Instrumento de recolección de datos-docentes

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES ADMINISTRATIVOS Y DE EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA SULTANA DE LOS ANDES.

Objetivo: Validar la estrategia pedagógica propuesta a través de la técnica Iadov, en el proyecto de investigación titulado: Metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y gestión.

Instrucciones: Lea, comprensivamente, cada pregunta y responda según su opinión. Marque con una equis (X) una sola respuesta. Es anónima no escriba su nombre o forma de identificar el instrumento.

1.- ¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica propuesta?

a) NO

b) NO SE

c) SI

2.- ¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?

a) SI

b) No sé

c) No

3.- ¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?

a) Me gusta mucho

b) Me gusta más de lo que me disgusta

c) Me da lo mismo

d) Me disgusta más de lo que me gusta

e) No me gusta

f) No sé qué decir

4.- ¿Qué ventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

Es una estrategia viable y se pueda realizar.

5.- ¿Qué desventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

No encuentro ninguna desventaja

Gracias por su colaboración

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES ADMINISTRATIVOS Y DE EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA SULTANA DE LOS ANDES.

Objetivo: Validar la estrategia pedagógica propuesta a través de la técnica Iadov, en el proyecto de investigación titulado: Metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y gestión.

Instrucciones: Lea, comprensivamente, cada pregunta y responda según su opinión. Marque con una equis (X) una sola respuesta. Es anónima no escriba su nombre o forma de identificar el instrumento.

1.- ¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica propuesta?

a) NO

b) NO SE

c) SI

2.- ¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?

a) Si

b) No sé

c) No

3.- ¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?

a) Me gusta mucho

b) Me gusta más de lo que me disgusta

c) Me da lo mismo

d) Me disgusta más de lo que me gusta

e) No me gusta

f) No sé qué decir

4.- ¿Qué ventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

Es una estrategia que sumará los conocimientos de los estudiantes, es viable

5.- ¿Qué desventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

Ninguna

Gracias por su colaboración

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES ADMINISTRATIVOS Y DE EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA SULTANA DE LOS ANDES.

Objetivo: Validar la estrategia pedagógica propuesta a través de la técnica Iadov, en el proyecto de investigación titulado: Metodología Canvas como estrategia pedagógica en Emprendimiento y gestión.

Instrucciones: Lea, comprensivamente, cada pregunta y responda según su opinión. Marque con una equis (X) una sola respuesta. Es anónima no escriba su nombre o forma de identificar el instrumento.

1.- ¿Conocía usted los beneficios de la estrategia pedagógica propuesta?

- a) NO (X)
- b) NO SE
- c) SI

2.- ¿Considera usted que la estrategia pedagógica propuesta es beneficiosa en el proceso de enseñanza aprendizaje de Emprendimiento y gestión?

- a) Si (X)
- b) No sé
- c) No

3.- ¿Aplicaría esta estrategia en el salón de clases?

- a) Me gusta mucho
- b) Me gusta más de lo que me disgusta (X)
- c) Me da lo mismo

d) Me disgusta más de lo que me gusta

e) No me gusta

f) No sé qué decir

4.- ¿Qué ventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

Es una estrategia viable y se puede aplicar

5.- ¿Qué desventajas tiene la estrategia pedagógica propuesta?

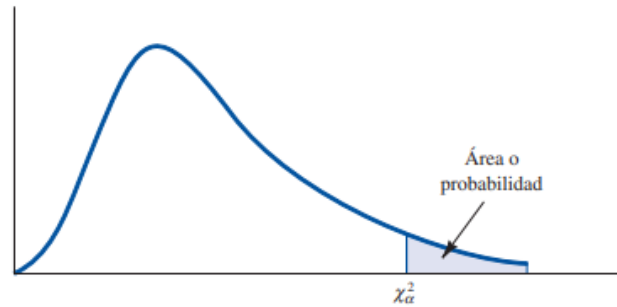
No existe ninguna desventaja

Gracias por su colaboración

4.7.6 Anexo 6: Distribución del Chi-Cuadrado de Pearson

Apéndice B Tablas

TABLA 3 DISTRIBUCIÓN CHI-CUADRADA



Las entradas que aparecen en la tabla dan los valores de χ_{α}^2 , donde α es el área o probabilidad en la cola superior de la distribución chi-cuadrada. Por ejemplo, para 10 grados de libertad y un área de 0.01 en la cola superior, $\chi_{0.01}^2 = 23.209$.

Grados de libertad	Áreas en la cola superior									
	0.995	0.99	0.975	0.95	0.90	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
1	0.000	0.000	0.001	0.004	0.016	2.706	3.841	5.024	6.635	7.879
2	0.010	0.020	0.051	0.103	0.211	4.605	5.991	7.378	9.210	10.597
3	0.072	0.115	0.216	0.352	0.584	6.251	7.815	9.348	11.345	12.838
4	0.207	0.297	0.484	0.711	1.064	7.779	9.488	11.143	13.277	14.860
5	0.412	0.554	0.831	1.145	1.610	9.236	11.070	12.832	15.086	16.750
6	0.676	0.872	1.237	1.635	2.204	10.645	12.592	14.449	16.812	18.548
7	0.989	1.239	1.690	2.167	2.833	12.017	14.067	16.013	18.475	20.278
8	1.344	1.647	2.180	2.733	3.490	13.362	15.507	17.535	20.090	21.955
9	1.735	2.088	2.700	3.325	4.168	14.684	16.919	19.023	21.666	23.589
10	2.156	2.558	3.247	3.940	4.865	15.987	18.307	20.483	23.209	25.188
11	2.603	3.053	3.816	4.575	5.578	17.275	19.675	21.920	24.725	26.757
12	3.074	3.571	4.404	5.226	6.304	18.549	21.026	23.337	26.217	28.300
13	3.565	4.107	5.009	5.892	7.041	19.812	22.362	24.736	27.688	29.819
14	4.075	4.660	5.629	6.571	7.790	21.064	23.685	26.119	29.141	31.319
15	4.601	5.229	6.262	7.261	8.547	22.307	24.996	27.488	30.578	32.801
16	5.142	5.812	6.908	7.962	9.312	23.542	26.296	28.845	32.000	34.267
17	5.697	6.408	7.564	8.672	10.085	24.769	27.587	30.191	33.409	35.718
18	6.265	7.015	8.231	9.390	10.865	25.989	28.869	31.526	34.805	37.156
19	6.844	7.633	8.907	10.117	11.651	27.204	30.144	32.852	36.191	38.582
20	7.434	8.260	9.591	10.851	12.443	28.412	31.410	34.170	37.566	39.997
21	8.034	8.897	10.283	11.591	13.240	29.615	32.671	35.479	38.932	41.401
22	8.643	9.542	10.982	12.338	14.041	30.813	33.924	36.781	40.289	42.796
23	9.260	10.196	11.689	13.091	14.848	32.007	35.172	38.076	41.638	44.181
24	9.886	10.856	12.401	13.848	15.659	33.196	36.415	39.364	42.980	45.558
25	10.520	11.524	13.120	14.611	16.473	34.382	37.652	40.646	44.314	46.928
26	11.160	12.198	13.844	15.379	17.292	35.563	38.885	41.923	45.642	48.290
27	11.808	12.878	14.573	16.151	18.114	36.741	40.113	43.195	46.963	49.645
28	12.461	13.565	15.308	16.928	18.939	37.916	41.337	44.461	48.278	50.994
29	13.121	14.256	16.047	17.708	19.768	39.087	42.557	45.722	49.588	52.335

TABLA 3 DISTRIBUCIÓN CHI-CUADRADA (continuación)

Grados de libertad	Áreas en la cola superior									
	0.995	0.99	0.975	0.95	0.90	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
30	13.787	14.953	16.791	18.493	20.599	40.256	43.773	46.979	50.892	53.672
35	17.192	18.509	20.569	22.465	24.797	46.059	49.802	53.203	57.342	60.275
40	20.707	22.164	24.433	26.509	29.051	51.805	55.758	59.342	63.691	66.766
45	24.311	25.901	28.366	30.612	33.350	57.505	61.656	65.410	69.957	73.166
50	27.991	29.707	32.357	34.764	37.689	63.167	67.505	71.420	76.154	79.490
55	31.735	33.571	36.398	38.958	42.060	68.796	73.311	77.380	82.292	85.749
60	35.534	37.485	40.482	43.188	46.459	74.397	79.082	83.298	88.379	91.952
65	39.383	41.444	44.603	47.450	50.883	79.973	84.821	89.177	94.422	98.105
70	43.275	45.442	48.758	51.739	55.329	85.527	90.531	95.023	100.425	104.215
75	47.206	49.475	52.942	56.054	59.795	91.061	96.217	100.839	106.393	110.285
80	51.172	53.540	57.153	60.391	64.278	96.578	101.879	106.629	112.329	116.321
85	55.170	57.634	61.389	64.749	68.777	102.079	107.522	112.393	118.236	122.324
90	59.196	61.754	65.647	69.126	73.291	107.565	113.145	118.136	124.116	128.299
95	63.250	65.898	69.925	73.520	77.818	113.038	118.752	123.858	129.973	134.247
100	67.328	70.065	74.222	77.929	82.358	118.498	124.342	129.561	135.807	140.170

Tablas cruzadas

[ConjuntoDatos1] D:\Desktop\ARTICULOS\ROSALBA\BASE_ROSALBA_PRUEBA_PILOTO.sav

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
31. ¿ Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas? * 20. ¿ El docente motiva a que Ud. utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje?	53	100,0%	0	0,0%	53	100,0%

Tabla cruzada 31. ¿ Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas?^20. ¿ El docente motiva a que Ud. utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje?

Recuento

		20. ¿ El docente motiva a que Ud. utilice recursos didácticos online para mejorar su aprendizaje?		Total
		A veces	Siempre	
31. ¿ Le gustaría crear un emprendimiento mediante la metodología Canvas?	Totalmente en desacuerdo	13	0	13
	De acuerdo	0	40	40
Total		13	40	53

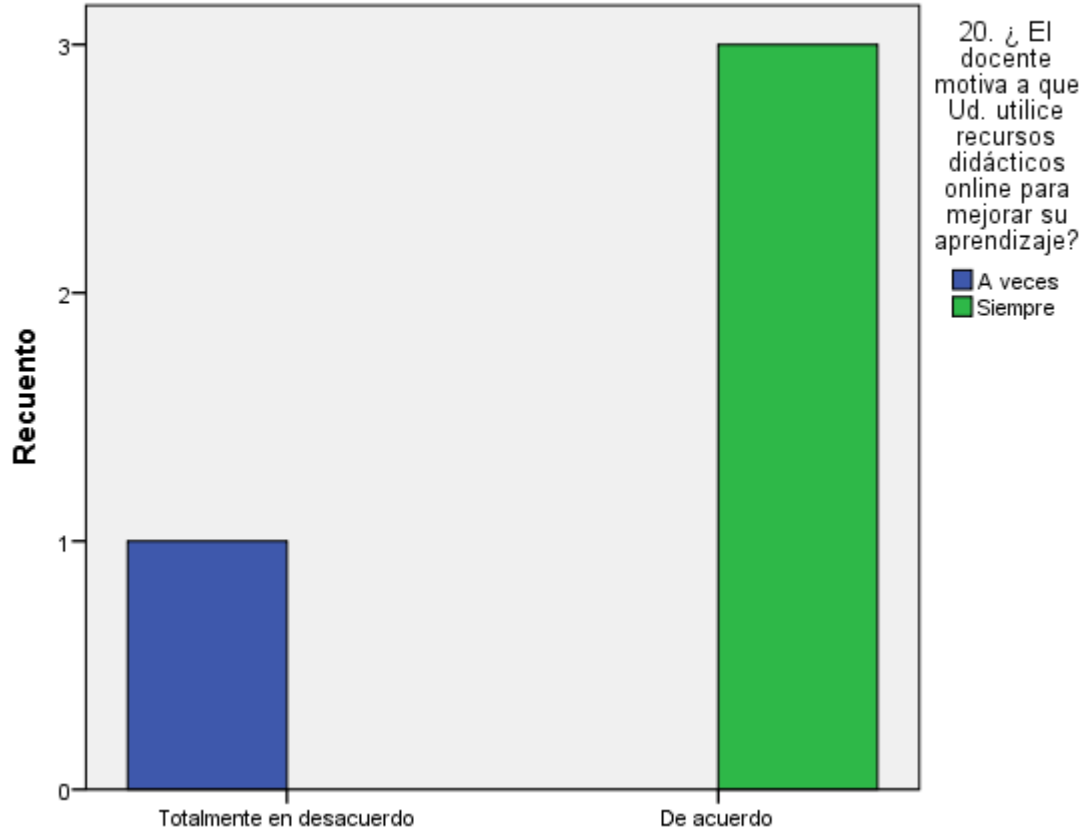
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,000 ^a	1	,010		
Corrección de continuidad ^b	,444	1	,050		
Razón de verosimilitud	4,499	1	,004		
Prueba exacta de Fisher				,250	,250
Asociación lineal por lineal	3,000	1	,003		
N de casos válidos	4				

a. 4 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .25.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Gráfico de barras



4.7.7 Anexo 7: Blogger

Informe de estudiantes



septiembre 21, 2021

Emprendimiento 1: https://drive.google.com/file/d/1O4tFaHsrnrYFu0HbtPjh_fAqGKzkala/view?usp=sharing
Emprendimiento 2: https://drive.google.com/file/d/1YHjvgEYAT7MYuvraTuPn_rHkAw3WkeG2/view?usp=sharing
Emprendimiento 3: <https://drive.google.com/file/d/1z-QqlwyQJvaYBAzCCtrTGcEanfjv22mJ/view?usp=sharing>

Publicar un comentario

LEER MÁS

Ejemplo de la fase 3: Aplicación



septiembre 21, 2021



https://drive.google.com/file/d/1jl5qY03i1ORB4_lvOSz0-A7n3Gdll3_x/view?usp=sharing

Herramientas para aplicación de Estrategia Pedagógica



septiembre 21, 2021

Fase 1: Diagnóstico Kahoot Unete a la clase: <https://play.tomi.digital?code=4575> código de la clase: 4575 Fase 2: Planificación https://drive.google.com/file/d/1s7jnWSi-o4_ke1AGcb2DNsjusROzt9Gi/view?usp=sharing Currículum priorizado para la emergencia 2021 Fase 3: Aplicación Logo creator: <https://bit.ly/39maWSQ> Para el diseño de la propuesta de valor Fase 4: Control Rúbrica de evaluación https://drive.google.com/file/d/15yNLa_UAKDMflsIDew0r2xy4UBFPhj64/view?usp=sharing

Publicar un comentario

LEER MÁS

Plan de clase



septiembre 21, 2021



enlace planificación: https://drive.google.com/file/d/1s7jnWSi-o4_ke1AGcb2DNsjusROzt9Gi/view?usp=sharing

Video



septiembre 21, 2021



<https://youtu.be/ZQgXyiozmYY>

 [Publicar un comentario](#)

[LEER MÁS](#)

Lienzo Canvas



septiembre 21, 2021



enlace: <https://bit.ly/3ppwcfX> <a

4.7.8 Anexo 8: Certificado de Ponencia

