

## La educación emprendedora en niños de primaria. el caso de la escuela primaria “Alfredo V. Bonfil” en Los Mochis, Sinaloa

### Entrepreneurial education in children of elementary school. The case of the “Alfredo V. Bonfil” elementary school in Los Mochis, Sinaloa

Edith Anahy Ibarra De León, Ernesto Guerra García

negocios y productos y el diseño de las cartulinas publicitarias.

#### Resumen

Se presenta el programa emprendedor que se abordó en el sexto grado de una escuela primaria en Los Mochis, Sinaloa, en 2024 y que se exhibió en una feria de emprendedores. El objetivo del trabajo es describir la experiencia desde el punto de vista educativo de este programa emprendedor. A través de un estudio de caso y con el apoyo del enfoque microetnográfico, se describió la experiencia de los niños, que sirvió, no solo para la creación de un mini-negocio, sino para su desarrollo personal, motivar el comportamiento emprendedor y el trabajo en equipo familiar. Se destaca que las bases pedagógicas de este programa fueron el pragmatismo, el aprendizaje significativo, el juego y las dinámicas lúdicas, que permitieron más aprendizajes de los esperados. Se encontró que los niños mostraron un mayor interés en la mercadotecnia, más que en los otros elementos del emprendedurismo, principalmente en la generación de los nombres de los

**Palabras clave:** educación emprendedora, emprendedurismo, educación básica

#### Abstract

We introduce the entrepreneurial program that was presented in the sixth grade of an elementary school in Los Mochis, Sinaloa, in 2024 and which was exhibited at an entrepreneur fair. The aim of this paper is to describe the experience from the educational point of view of this entrepreneurial program. Through a case study and with the support of the microethnographic approach, the children's experience was described that served, not only for the creation of a mini-business, but also for their personal development, motivating entrepreneurial behavior and family teamwork. It is highlighted that the pedagogical bases of this program were pragmatism, meaningful learning, play

Recibido: 25 de noviembre de 2024

Aceptado: 20 de febrero de 2025

Publicado como ARTÍCULO CIENTÍFICO en Ra Ximhai 21(3): 57-78

doi.org/10.35197/rx.15.05.2025.03.ei

and playful dynamics, which allowed more learning than expected. We found that children showed a greater interest in marketing, more than in the other elements of entrepreneurship, mainly in the generation of the names of

businesses and products and the design of advertising posters.

**Keywords:** entrepreneurial education, entrepreneurship, basic educatio

## INTRODUCCIÓN

La economía, las finanzas, la mercadotecnia, la administración y los negocios son parte de la vida cotidiana de todas las personas en la actualidad; en la educación básica, los niños entienden cada vez más que estos temas preocupan constantemente a sus familiares. Es por esto que la educación orientada a la interpretación de la realidad económica y la comprensión de los conocimientos básicos en estos temas resulta de gran importancia. A pesar de esto, aún no se tienen programas formales que ahonden al respecto en las escuelas primarias públicas en México.

Temas como el dinero, el ahorro, el crédito, la deuda, el costo de los productos y servicios, el salario, el ingreso, la compra, la venta, entre otros aspectos, se encuentran presentes en el estrés familiar y los niños crecen teniendo experiencias con estos conceptos. De hecho, un estudio realizado por Cruz-Barba (2018) mostró que, en México, la principal influencia financiera proviene de la familia.

La educación emprendedora (que permite integrar los temas de las disciplinas económico-administrativas) puede aportar la alfabetización inicial para que los niños tengan un primer acercamiento formal de lo que perciben de la sociedad, ya sea por conocimiento de sus padres, por influencia de la comunidad o por el amplio bombardeo publicitario de los medios masivos de comunicación. La escuela debe aprovechar los elementos formativos que se desprenden de la propia sociedad, ya que los alumnos son personas que participan activamente en ella (Martínez-Fresneda-Osorio, 2004).

En una especie de intercambio, la sociedad presenta elementos de las disciplinas económico-administrativas a los niños y la escuela puede estructurarlos, formalizarlos y reforzar su importancia para posteriormente influir nuevamente en el ámbito social. Se trata de una perspectiva pragmática, que Durkheim (como se citó en Rojas León, 2014) ya había propuesto desde el funcionalismo, donde los niños se preparan para una determinada sociedad.

Algunas culturas le dan mayor importancia a la educación emprendedora que otras; en Europa se busca la relación del sistema educativo con el mundo laboral y productivo, particularmente el Consejo Europeo en Lisboa resaltó en 2000 la importancia del espíritu empresarial (Romero-Tena y Espasandín- Bustelo, 2016; Gimeno-Doñate, 2016). Japón, a partir de 2002, implementó en las escuelas de educación básica, un currículo orientado a que los niños profundizaran en la resolución de problemas propios y el desarrollo de actividades creativas, entre las que la educación emprendedora ha tomado una posición significativa (Yamane, 2002). También Estados Unidos, Inglaterra y Finlandia, entre otros, llevan décadas experimentando diferentes formas de educación para el emprendedurismo, en la que se incorpora la formación de habilidades económicas y financieras (Erkkilä, 2000). Independientemente de las clases sociales, de las culturas e incluso de orientaciones ideológicas y económicas como el socialismo y el capitalismo, los niños necesitan saber de los asuntos cotidianos, como qué es el dinero, para qué se utiliza, el manejo de las finanzas familiares y personales, la cultura del ahorro y las alternativas de emprendimiento.

Independientemente de que el modelo económico de cada país inyecta diferentes orientaciones al respecto, desde las posturas más neoliberales hasta las que se desarrollan desde la izquierda (Fernández-Canals y Carbonell-Pére, 2017), los niños requieren saber temas cotidianos como el dinero, las finanzas familiares y personales, el ahorro, el emprendimiento y su impacto en el desarrollo social.

Es necesario considerar que el contexto institucional define, crea y limita las aspiraciones empresariales (Shane, 2003, como se citó en Romero-Tena y Espasandín- Bustelo, 2016). Por esta razón, a comienzos del siglo XXI, se incrementó el interés de abordar sistemáticamente la formación emprendedora en las escuelas básicas (Gómez-Núñez, 2017) ya que los niños deben estar cada vez más informados de su entorno. Como menciona Cruz Barba (2018), el emprendedurismo en educación primaria dota de herramientas que permiten a los infantes comprender y enfrentar en un futuro el entorno social donde se desenvuelven y a la vez brindar instrumentos que puedan subsanar desigualdades.

Este tema de la educación en emprendimiento en escuelas de educación básica es emergente en la investigación educativa. En México, la educación preescolar, primaria y secundaria no cuentan con propuestas formales para la inclusión de este tipo de enseñanza en el currículo como sucede en muchos países europeos (Damián-Simón, 2015), por esta razón, aun cuando no existe un programa didáctico de emprendedurismo para las escuelas públicas de educación primaria en México, la investigación de

casos específicos como los de la feria del emprendimiento en la educación financiera del grupo de 6to grado de la escuela primaria Alfredo V. Bonfil, en Los Mochis, Sinaloa, es de gran relevancia investigativa. Se aprovechó que en esta escuela se generó este programa para infantes que concluyó en la exposición de propuestas de mini-negocios de un día. ¿Cómo se vivió la experiencia del proyecto de emprendedores los estudiantes en esta escuela primaria? ¿Qué aprendizajes tuvieron? ¿Qué elementos se destacaron en este proceso formativo? Son algunas de las preguntas que guiaron el proceso investigativo. El propósito es entender la importancia de la enseñanza del emprendimiento en niños de educación básica. El objetivo de la investigación fue describir esta experiencia emprendedora desde la perspectiva educativa.

## MARCO TEÓRICO

### Concepto de emprendedor

El concepto de emprendimiento tiene varios cientos de años y ha evolucionado desde sus inicios. Significa mucho más que una mera referencia al comienzo de una empresa comercial. El término "emprendedor" se deriva de dos palabras francesas “entre” y “prenure”, que significan “entre” y “tomar”, respectivamente. La palabra originalmente se refería a aquellas personas que comerciaban entre el comprador y los vendedores con sus riesgos inherentes; con el tiempo se hizo referencia a aquellos que comenzaban una nueva empresa (Ramanigopal et al., 2012). El primero que utilizó el término emprendedor fue el economista Shumpeter en 1912 y resaltó su importancia ya que el emprendedurismo está relacionado con la generación de empleo y el desarrollo económico (Bravo-Bravo et al. 2021).

Uno de los primeros autores del emprendedurismo desde la perspectiva de la economía fue Schumpeter (1934) quien definió el emprendimiento como un comportamiento orientado al cambio motivado por diferentes circunstancias ya sea por necesidad o por oportunidad.

### Aspectos socioeducativos

A pesar de que no existen programas de emprendedurismo infantil en las escuelas primarias públicas en México, se requiere desarrollar proyectos infantiles de la vida económica, que a la vez sirvan de espacio de reflexión

(Guevara et al., 2020); pero es importante resaltar que la actividad emprendedora se relaciona con los valores sociales y culturales de un país (Covin y Slevin, 1989, como se citó en Romero-Tena y Espasandín-Bustelo, 2016), de esta forma, un supuesto para este trabajo es que si un país genera programas de emprendedores infantiles, entonces se tendrán más probabilidades en el futuro de tener una mejor economía.

La educación para el emprendedurismo, la educación financiera y la educación económica mantienen puntos en común en el nivel básico, pues en la práctica es difícil enfocarse a una orientación excluyendo a la otra. La educación emprendedora es el resultado de una enseñanza vivencial desde la escuela activa que estimula a los jóvenes a pensar y actuar (Romero Tena y Espasandín Bustelo, 2016, p. 1225). Denegri et al. (2014) abordan la educación económica y la conciben como “la acción educativa intencionada, cuyo objetivo es aportar las nociones económicas básicas y las estrategias para tomar decisiones de consumo como personas conscientes, críticas, responsables y solidarias” (p. 84). La alfabetización financiera proporciona herramientas para comprender e interpretar el mundo económico en el que el niño vive (Cruz-Barba, 2018).

La necesidad de educar en emprendimiento es un tema que cobra especial interés, no solo por la búsqueda de un futuro crecimiento personal y profesional de los niños, sino también por la proyección de los beneficios que se tendrán cuando ellos logren un mayor entendimiento de las dinámicas sociales y económicas de su entorno. Un sinnúmero de investigaciones y de lineamientos internacionales coinciden en plantear la formación de emprendedores como uno de los derroteros propicios para atender las demandas actuales de la sociedad (Gómez-Núñez et al., 2017).

La educación emprendedora es un problema en continua experimentación debido a los vertiginosos cambios que se producen en la sociedad, entre los que se encuentran las tecnologías de información y comunicación que han modificado el panorama social y económico del mundo (Rodríguez-Garnica, 2016).

De acuerdo con las teorías evolutivas del desarrollo del pensamiento infantil, es importante destacar que los niños de primaria presentan diferentes niveles cognitivos de sus concepciones económicas, Denigri (como se citó en Damián-Simón, 2015) lo ubica en el segundo nivel del pensamiento económico subordinado o concreto (de 11 a 15 años), es por esto que este proyecto se lleva a cabo con alumnos de 6to grado de primaria, ya que se les facilita el aprendizaje en la educación emprendedora.

En la educación emprendedora se enseña al niño a ser una persona emprendedora, a aprender algunos conceptos económico administrativos y

a conocer algunos procesos para la creación de empresas (Gómez Núñez, 2017). En la educación del emprendedurismo intervienen muy diversas disciplinas, mercadotecnia, finanzas, recursos humanos, economía, psicología, entre muchas otras, que se plantean más de manera intuitiva, como una especie de primeros balbuceos.

## **Mercadotecnia infantil**

Es de resaltar que uno de los aspectos que más llaman la atención a los niños en los proyectos emprendedores es el de la mercadotecnia, les interesa poner el nombre de la empresa y de los productos, de los servicios la elección de las imágenes y los mensajes publicitarios, el diseño del cartel se vuelve un proceso creativo. Esto es importante porque forma parte de su identidad que desea ser expresada; los estudios de ‘naming’ y se basan en diferentes enfoques interdisciplinarios, nombrar se asocia a los simbolismos, a las percepciones visuales y auditivas, a los pensamientos, las impresiones y las experiencias de los niños (Pinillos Laffón et al., 2016).

De acuerdo con la amplia exposición publicitaria a la que los niños están expuestos, no es de extrañarse que sus primeras ideas de negocio se relacionen con los alimentos, su relación con el sabor, la alegría, su asociación con mascotas, caricaturas y héroes televisivos (Uribe Bravo, 2012).

Desde el punto de vista educativo, tres corrientes pedagógicas sientan las bases del programa emprendedor infantil: el pragmatismo, el aprendizaje significativo y el juego, que se explican brevemente en los siguientes párrafos.

## **Pragmatismo**

En el marco del pragmatismo en la educación infantil, diferentes autores continúan reforzando algunas de las principales propuestas de esta corriente pedagógica orientada a la practicidad (Diago Camacho y Páramo, 2022): Klaar y Öhman (2012) resaltan la importancia del aprendizaje como base de cualquier acción educativa y la construcción de significados prácticos; Klockner et al. (2021) resaltan el trabajo multidisciplinar, el pensamiento crítico y el autoaprendizaje; Liszka (2013), de acuerdo con el aprendizaje experiencial defendido por Dewey, propone que el aula se

convierta en una pequeña comunidad investigativa; Von Hausswolff (2021) subraya que este enfoque supera la disyunción teoría-práctica.

Los programas de emprendedores infantiles forman parte de una educación informal y tienen como objetivo educar en temas económico administrativos desde edades tempranas de forma divertida, mediante metodologías innovadoras, para que los niños anclen los conocimientos de forma natural. A través de la experiencia de aprender haciendo se impulsa a los estudiantes a adquirir conocimientos, no siempre los mismos, pero que van ordenándose en la estructura mental de cada niño (Rodríguez-Garnica, 2016).

### **Materiales de la vida práctica**

Un punto importante es que la educación emprendedora se basa en el uso de los materiales de la vida práctica. De acuerdo con Montessori, la educación debe contemplar el movimiento de los niños que conllevan a buscar la independencia en sus acciones con la ayuda de los adultos, potenciar el cuidado propio y cuidar el espacio común (Torres-Puentes, 2023).

Esta perspectiva educativa parte a) del niño como centro en su proceso de desarrollo, b) del aprender haciendo, c) de la autonomía personal, d) de la importancia del ambiente y e) de la concentración para aprender, más allá de la acumulación de contenidos (Sanchidrián-Blanco, 2023).

### **Aprendizaje significativo**

Es necesario desarrollar estrategias de enseñanza que le permitan al niño, desde temprana edad, conocer su entorno y participar en él. Se requiere aprovechar su curiosidad innata para buscar respuestas a través de aprendizajes significativos (Guevara-Garzón y Rodríguez-Bolívar, 2020).

Ausubel, en 1963, explicaba que la gran mayoría de los aprendizajes se generan en un proceso que inicia con la transmisión de información del docente para posteriormente que el sujeto del aprendizaje la incorpore en su estructura cognitiva; para que la recepción de la información sea significativa, el 'descubrimiento' por su cuenta es importante (Contreras-Oré, 2016).

Para Ausubel, el aprendizaje significativo es un proceso que consiste en relacionar la nueva información brindada por el docente a la estructura cognitiva que ya tiene el aprendiz, heredada principalmente desde la familia y la sociedad misma; pero esta incorporación se realiza en una forma no literal, sino comprensiva y expresada con las propias palabras del

estudiante. Esto produce una interacción entre el conocimiento nuevo y la presencia de ideas, conceptos y proposiciones que dotan de significado al nuevo contenido. Esta estructura cognitiva está formada por sus creencias y conceptos, que deben ser tomados en consideración al planificar la instrucción, de tal manera que puedan servir de base para aprender nuevos conocimientos. Para que se produzca el aprendizaje significativo, hay dos condiciones que el proceso educativo debe tener en cuenta: a) predisposición del aprendiz y b) un material potencialmente significativo (Conteras-Oré, 2016).

### **Desarrollo humano**

En la educación emprendedora, se desarrollan una serie de valores que es necesario resaltar: iniciativa, manejo de problemas, autoconfianza, autoestima, seguridad, creatividad, desarrollo familiar, tenacidad, perseverancia, responsabilidad, compromiso, honestidad, tolerancia, paciencia, liderazgo, aprendizaje autónomo, solidaridad y trabajo en equipo, entre otros (Damián-Simón, 2015).

La motivación es también fundamental para la gestión del mini-negocio a emprender. Se trata de despertar la pasión y el entusiasmo de los niños para que se descubran sus capacidades y talentos. “La motivación se refiere a las fuerzas internas y externas que impulsan a las personas a actuar de cierta manera y a esforzarse por alcanzar metas y objetivos específicos” (Martínez-Ortiz, et al., 2024, p.126).

## **MÉTODO**

El abordaje de esta investigación fue de corte exploratorio, en el sentido de que se trató de una experiencia inicial que requirió ser descrita; la idea fue ir develando lo que sucedió en este caso específico. Se utilizó un enfoque multimétodo que se describe brevemente a continuación (Gallardo-Pérez, Vergel-Ortega y Villamizar-Araque, 2017). En primer lugar, se considera que se trata de un estudio de caso, a través del que se examinó a profundidad el evento mencionado, donde se utilizaron diferentes técnicas tales como la observación participante y la entrevista para desentrañar la complejidad y peculiaridad de lo que sucedió (Tight, 2017; Yin, 2014). También se presentó un enfoque microetnográfico que consistió en dos aspectos básicos: 1) la práctica etnográfica cuyo centro es el trabajo de campo y 2) la reflexión antropológica, centrada en el trabajo de gabinete

(San Román, 2009). Esta aproximación etnográfica permitió realizar una descripción profunda de lo que sucedió al interior de las escuelas y, por tanto, una mejor comprensión de los procesos educativos implicados (Ogbu, como se citó en Jiménez-Vargas et al., 2017).

Debido a que se tenía un tiempo limitado al programa emprendedor, se utilizó un estudio de caso microetnográfico (Bayeck, 2023), con el fin de estudiar solo los aspectos específicos del programa emprendedor (Álvarez, 2008). Este enfoque se aplicó aprovechando la oportunidad de que uno de los autores fue observador participante en la escuela Alfredo V. Bonfil, en Los Mochis, Sinaloa.

El estudio de caso microetnográfico también se le conoce como etnografía focalizada debido a la reducción de la investigación de un fenómeno específico como lo es un programa emprendedor dentro de las actividades de aprendizaje de los niños de primaria (Kelly, 2022). Este método requiere de menos tiempo que una etnografía completa para realizar el trabajo de campo (Alfonso et al., 2012). El investigador también busca comprender las normas y valores culturales que dan forma a los comportamientos o acciones de las personas (Fusch et al., 2017). El estudio de caso microetnográfico permite una indagación focalizada en el campo mediante el análisis etnográfico de los sistemas socioculturales, al tiempo que delimita el tema de investigación dentro de un caso específico, alentando a investigar las relaciones entre lo observado y la experiencia en el campo, centrándose en aspectos muy específicos dentro del sistema sociocultural (Dobbins et al., 2021, p. 398).

Este marco temporal fue posible porque pudo obtenerse una cantidad suficiente de información a ser analizada. A través de la observación participante, los niños fueron acompañados en todo el proceso del proyecto. Con los datos obtenidos, se realizó una codificación y análisis siguiendo los planteamientos de la teoría fundamentada, a través de un ejercicio de metacognición y se propusieron algunos elementos teóricos sobre el fenómeno observado (Páramo-Morales, 2015).

Los resultados obtenidos permitieron generar conocimientos sobre el tema de emprendimiento infantil en escuelas de nivel básico, particularmente en la escuela mencionada.

## RESULTADOS

El programa emprendedor se abordó en el primer semestre de 2024 en un grupo de 6to grado de la escuela primaria “Alfredo V. Bonfil” de la colonia La Cuchilla de Los Mochis, Sinaloa, conformado por 25 alumnos, 12 niñas y 13 niños cuyas edades oscilaban entre 11 y 13 años de edad.

Los principales objetivos establecidos en este proyecto de emprendedurismo infantil fueron los siguientes: a) en cuanto al conocimiento: proporcionar a los niños y niñas los conocimientos básicos sobre el funcionamiento de una empresa mediante la creación de un mini negocio; b) en cuanto a su desarrollo personal: crear el hábito del ahorro en los niños y niñas, generar una experiencia inicial para la obtención de habilidades como emprendedores en los niños y niñas, impulsar el comportamiento emprendedor y una cultura de emprendimiento y motivar el trabajo en equipo de la familia y c) en cuanto al proceso: implementar una estrategia de intervención de educación para el emprendedurismo con los estudiantes de sexto grado, impulsar la creación de mini-negocios hasta llegar a la compra-venta de productos.

De acuerdo con la teoría del aprendizaje significativo de Ausbel, la maestra impartía conocimientos básicos a la vez que preparaba el desarrollo de los mini negocios que se expondrían una sola vez en un día predestinado en la escuela. Los conceptos impartidos fueron: 1) el dinero, 2) las empresas, 3) el ahorro, 4) la inversión, 5) los emprendedores, 6) el crédito, 7) el mercado, 8) la mercadotecnia, 9) la venta y 10) las ganancias.

El proceso de emprendimiento que se desarrolló siguió las unidades de trabajo propuestas por Damián-Simón (2015) que se presenta en la tabla 1.

**Tabla 1. Proceso emprendedor del programa**

Unidad de trabajo	Descripción
1	Práctica del ahorro. Los estudiantes ahorrarán diariamente a través del procedimiento marcado por la maestra encargada del grupo, durante dos semanas. En ese tiempo se explica la importancia del ahorro, el valor del dinero y la posibilidad de emprendimiento de un pequeño negocio de un día en la escuela.
2	Elección de la idea de negocio: Cada estudiante selecciona una idea de negocio involucrando a su familia.
3	Estrategia de negocio: Definición y características del producto, necesidades de materias primas. Se les invita a realizar una pequeña planeación: ¿qué producto eligieron? ¿Qué proceso llevaría? ¿Cuáles son los costos implicados? ¿A qué precio se vendería? ¿Cuál sería la utilidad?

- 4 Fabricación o desarrollo o servicio: se invita a los estudiantes a analizar cómo se usa la materia prima, o en su caso dónde y cómo se adquiere el producto para revender. Se analizan los conceptos de control de calidad, empaque y presentación del producto
- 5 Diseño de la mesa o stand, donde se generan elementos de mercadotecnia del producto: la realización de una cartulina publicitaria para describir el producto y su precio, el adorno de la mesa, la logística para entregar y cobrar, la función de cada participante de la familia, etc.
- 6 Liquidación y cierre de la empresa: al final en clase se hace un balance de resultados, cálculos de ganancias, se evalúan los resultados.

---

**Fuente:** Elaboración propia con base en la tabla propuesta por Damián-Simón (2015).

La maestra encargada de este proyecto simplificó la tabla anterior para que los estudiantes la siguieran de una manera más puntual indicando fechas y objetivos.

Desde el punto de vista pedagógico y siguiendo a Montessori (2003), se utilizó el juego (gamificación) como estrategia de aplicaciones lúdicas para motivar a los estudiantes a realizar las actividades (Vargas-Morúa, 2022). Es decir, la generación del mini negocio se plantea como un juego en el que los estudiantes desarrollan actividades lúdicas que llevan a cabo dentro y fuera de la hora de clase, involucran amigos y familia.

El mini negocio escolar de un solo día se planteó como una especie de simulación de lo que podría ser una empresa y un emprendedor en el futuro. La gamificación (Werbach, 2012 como se citó en Ortíz-Colón, 2018), consistió en:

...las dinámicas, las mecánicas y los componentes. Las dinámicas son el concepto, la estructura implícita del juego. Las mecánicas son los procesos que provocan el desarrollo del juego y los componentes son las implementaciones específicas de las dinámicas y mecánicas (p. 1).

Esta gamificación se planteó de manera general, pero la realidad es que fueron muchos más las dinámicas, las mecánicas y los componentes que emergieron de acuerdo con las restricciones del contexto y con la creatividad de los participantes.

Durante las primeras dos semanas, mientras se realizaba el ahorro que serviría de base para la inversión, se capacitó a los niños en todo el proceso que se seguiría, se impartieron algunos conocimientos teóricos y prácticos para desarrollar un plan de negocios y poner en marcha el mini negocio

escolar que se desarrolló en un día específico; se planteó, con cierta flexibilidad, la participación de los padres de familia, pues no todos los niños provienen de familias nucleares con papá y mamá con disponibilidad para esta actividad.

En su mayoría, los niños y su familia sobre las posibilidades de negocio y en conjunto con la maestra fueron descartando algunas y determinando la que más les convenía. Los padres de familia que participaron, lo hicieron en todo el proceso: a) la generación de la idea, la creación del logo y el nombre del negocio, la elaboración de los carteles, la participación en el ahorro para la inversión, las compras de los materiales, la elaboración de los productos, entre otras actividades.

Es de hacer notar que el proceso de emprendimiento se enfocó de una manera muy simplificada, en pocos temas: 1) el ahorro, 2) el producto, 3) el nombre de la empresa, 4) el nombre de los productos, 5) las materias primas, sus costos y el proceso, 6) los precios de venta, 7) la promoción, 8) el acondicionamiento del punto de venta y 9) el análisis de los resultados.

El día viernes 14 de junio de 2024, se realizó una feria de emprendedores en la escuela, donde la mayoría de las familias estuvieron trabajando en equipo con sus hijos apoyándolos desde montar los stands hasta cobrar.

Ese día fue de mucha algarabía y felicidad, los niños se sintieron muy felices al realizar las ventas y mucho más el hecho de manejar el dinero. Se gestionó ante las autoridades de la escuela para que en ese día los niños explicaran sus proyectos en una asamblea y posteriormente exhibieran sus productos. Se cerró la tienda escolar para dar oportunidad de que vendieran sus productos.

Al final los niños y sus familias se quedaron con los ingresos y calcularon sus ganancias después de calcular los gastos. Como ya se había mencionado, los proyectos básicamente fueron de alimentos tipo snack de acuerdo con los gustos de los demás niños como clientes potenciales: dulces, galletas, helados, cacahuates preparados, aguas frescas, nieve, fruta, manzanas endulzadas, bollitos y yogurt es lo que se propusieron vender.

### **Motivaciones familiares**

Desde la construcción del proyecto de mini negocio, los niños mostraron sus motivaciones personales, la mayoría vio esta actividad más allá de cumplir un requisito de la clase y su imaginación los llevó a pensar, que después del evento de exhibición podrían continuar su empresa en su casa para ayudar a la economía familiar; algunos ya tenían una empresa en la

familia que replicarían, como el de “Paletas Locas” que emprendió la familia Estrada, aquí se dio la oportunidad a los niños de valorar el esfuerzo que hacían sus padres; en muy pocos casos se mostraron inseguros, ya sea porque los padres no tuvieron oportunidad de ayudar o porque tuvieron que superar la pena de algunas cosas, como poner el puesto y vender su producto.

En esta edad, los niños meditan mucho sobre la situación económica de la familia, perciben las dificultades que tienen sus padres para trabajar, ganar dinero insuficiente, los pagos que tienen que hacer, los problemas económicos que tienen. La generación del mini negocio los incentiva a pensar en esto y a tratar de imaginar soluciones; es así como también los niños piensan en la sociedad, en la gente pobre y en los que tienen recursos, es cuando ellos toman conciencia de clase. Los niños también observan las empresas, las más grandes que se publicitan en la televisión, la radio e Internet y las más pequeñas como las de la tienda de la esquina, de donde tomaron muchas ideas para el diseño de su mini negocio.

En este evento de emprendedurismo se contempló la dinámica prevista desde la educación planteada por Montessori, pues los niños, aun con la presencia de sus padres, buscaban tomar sus propias decisiones y establecer sus estrategias, esto fue importante, ya que se buscaba también la maduración en ellos y la independencia en sus acciones.

En el proceso, se establecieron criterios para cuidar el espacio propio y el común, mantener siempre las áreas limpias. Los niños siempre estuvieron cuidados por las maestras involucradas en el evento y por padres de familia, pues se consideró un evento de mucho aprendizaje para los niños que son el centro del proceso educativo.

A través de este programa emprendedor infantil, los niños aprendieron a hacer mini negocios, a conocer los principales temas y a ser personas emprendedoras.

### **Aprendizaje significativo**

Fue muy importante aprovechar su curiosidad innata sobre muy diversos temas y su predisposición. Los niños fueron descubriendo por su cuenta, temas que habían quedado de manera teórica en clase. Por ejemplo, algunos nunca habían ahorrado y no sabían cuánto podían ahorrar; aprendieron de manera significativa el tema de la imagen publicitaria, del ingreso y al final de las ganancias. Se mostraron todos muy motivados.

### **Apalancamiento de imágenes conocidas**

Una estrategia que utilizó la mayoría de los niños fue el apalancarse de imágenes conocidas en los medios masivos de comunicación. El nombre de los negocios obedeció a elementos de su entorno inmediato, por

ejemplo, uno de los negocios se llamó “El Mario” haciendo referencia al conocido producto Mario Bros. El mismo niño de este negocio utilizó el eslogan de Sabritas: “A que no puedes comer solo uno” (Figura 1), no es innovador, pero tiene el valor estratégico de utilizar algo que ya se probó que funcionó. Sin embargo, la maestra le hizo notar que en la vida real no es debido utilizar eslóganes que ya hayan sido registrados. El mismo fenómeno se observó en otro mini negocio Saiyajin Cookies, que utilizó los temas y las imágenes de la caricatura Goku, muy conocida por los niños (Figura 2)



**Figura 1.** El Mario

**Fuente:** Fotografía tomada por la maestra del grupo.



**Figura 2.** Saiyajin Cookies

**Fuente:** Fotografía tomada por la maestra del grupo

La mayoría de los productos fueron simples y de poca manufactura, pero claros y didácticos. Este es el caso de Nevería “El Don Pedrito”, cuyo objetivo fue vaciar la nieve ya preparada en conos y venderlos. Es muy común, al menos en el contexto regional, encontrar tendajos, pequeñas tiendas de abarrotes atendidas por alguna persona mayor que le da el nombre a la microempresa, “Don Chuy”, “Pepita”, “Doña Chayo”, etc. se pueden encontrar en las colonias y barrios. Por eso no es extraño que algunos le den algún nombre parecido a su mini negocio; se antepone generalmente “Don” o “Doña”, que da cierto sentido de familiaridad y de confianza.

### **Publicidad en cartulinas**

La cartulina fue el producto publicitario de cada uno de los mini-negocios. Es donde los niños realizaron un mayor esfuerzo creativo. La mayoría estuvieron bien pensadas y como era de esperarse reflejaban la frescura del pensamiento infantil, como es el caso de la miniempresa “Dulce Encanto” (Figura 3).



**Figura 3.** Dulce Encanto

**Fuente:** Fotografía tomada por la maestra de grupo

Es interesante observar como en este caso y algunos otros utilizaron el recurso del zoomorfismo para facilitar la comunicación con los otros niños; este conocimiento es adquirido con base en la observación, tanto de los negocios de la localidad como de la publicidad de los medios de comunicación. Los temas asociados a mascotas, principalmente con los gatos, son preferidos por las niñas, “CandiCat” Dulcería es otro ejemplo que se apoyó de manera intuitiva. Esto es importante ya que las mascotas

forman una parte muy importante en las familias, la asociación de los productos con ellas puede generar cierta atracción por afinidad totémica.

También fue común encontrar nombres de mini negocios en inglés, como es el caso de “The Best” y “Baby donuts”. Este comportamiento también es heredado de la influencia de los negocios estadounidenses en el contexto, pues existen muchas marcas que no se presentan en español, aun cuando los dueños no sean norteamericanos ni se trate de empresas transnacionales.

Como parte del proceso creativo, la combinación de materiales y de palabras dieron oportunidad a la innovación en varios casos, como el mini negocio “Pepihuates” que es la combinación de pepino con cacahuete, producto popular en la localidad. El emprendimiento social ha emergido como una fuerza transformadora en la creación de valor social sostenible, destacándose por su capacidad para abordar problemas sociales y ambientales de manera innovadora y autosuficiente, acentuándose como un motor generador de paz en la sociedad, Del Cerro, (2016). A diferencia del emprendimiento tradicional, centrado en la maximización del lucro, el emprendimiento social pone énfasis en generar beneficios para la sociedad, buscando soluciones a problemas críticos como la pobreza, la exclusión social, la educación, la salud y el cambio climático, entre otros.

Los emprendedores sociales son agentes de cambio que utilizan métodos empresariales para lograr un impacto social significativo y duradero. Desarrollan modelos de negocio innovadores que, además de generar ingresos, resuelven problemas sociales y ambientales, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible. La capacidad de estos emprendedores para identificar oportunidades en problemas sociales y ambientales y convertirlas en soluciones viables y sostenibles es fundamental para su éxito y trascendencia. A lo largo del estudio, se ha demostrado que el emprendimiento social no solo es viable sino necesario en el contexto actual de desafíos globales. La implementación de modelos de negocios para la paz, debe ser socialmente responsable y sostenible, que permita contribuir significativamente a la mitigación de problemas urgentes y a la promoción de un desarrollo inclusivo y equitativo, sembrando paz en la sociedad.

En resumen, el emprendimiento social representa una vía efectiva y necesaria para abordar problemas sociales y ambientales de manera integral. Al promover y fortalecer el emprendimiento social, se contribuye a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sostenible. Esta investigación subraya la importancia de apoyar a los emprendedores sociales, desarrollar políticas que faciliten su crecimiento y fomentar una cultura empresarial que valore y priorice el impacto social y ambiental. La

sostenibilidad y la equidad deben ser los pilares sobre los cuales se construyan las futuras estrategias empresariales, asegurando un impacto positivo y duradero en la sociedad y el medio ambiente.

El emprendimiento social no solo es una respuesta efectiva a los desafíos actuales, sino también una estrategia esencial para construir un futuro más equitativo y sostenible a través de negocios para la paz. Santana (2017) menciona que los emprendedores sociales, al innovar y colaborar con diversas partes interesadas, pueden transformar sistemas y crear un impacto duradero. Por lo tanto, es crucial fomentar y apoyar el emprendimiento social a través de políticas públicas, acceso a financiamiento y programas de capacitación, para maximizar su potencial transformador y contribuir al desarrollo sostenible y la paz en la sociedad.

## CONCLUSIONES

El programa emprendedor se abordó en la escuela primaria mencionada en Los Mochis, Sinaloa, y forma parte de un clima de época. Las ferias de emprendedores son comunes en los niveles superiores y media superior, pero es menos frecuentes en los niveles básicos. Sin embargo, son de gran importancia educativa en relación con el conocimiento económico del contexto.

El programa realizado permitió a los niños tener una experiencia básica, no solo para la creación de un mini negocio sino para su desarrollo personal, motivar el comportamiento emprendedor y el trabajo en equipo familiar. Es importante mencionar que las bases pedagógicas de este programa fueron el pragmatismo, el aprendizaje significativo, el juego y las dinámicas lúdicas, que permitieron más aprendizajes de los esperados.

Como se pudo observar, los niños mostraron un mayor interés en la mercadotecnia, más que en los otros elementos del emprendedurismo; a través del juego, plantearon estrategias tales como el apalancamiento de imágenes conocidas. La creatividad de la imagen estuvo presente en las cartulinas. En su mayoría, hubo apoyo y trabajo en equipo familiar. Los productos no fueron muy elaborados, pero sí muy enfocados al mercado potencial.

Los temas que más se reforzaron durante todas las actividades fueron el ahorro como principal tema financiero, la planeación de la producción, los procesos para la generación del producto final, el costeo, la asignación de precio, el diseño del nombre de la empresa, de los productos, el precio y la

consideración de la demanda cautiva. Muchos temas no se abordaron, la mayoría de ellos porque representan mayores dificultades. Ingresos, costos, márgenes, utilidades y otros aspectos financieros que se pudieron entender de manera intuitiva.

Desde el punto de vista educativo, cuatro corrientes del pensamiento pedagógico influyeron en esta experiencia, la primera es el pragmatismo que hace referencia al aprendizaje experiencial de Dewey, la segunda que va en relación al primero es el del método de materiales de la vida práctica de Montessori, la tercera es el aprendizaje significativo de Ausbel y la cuarta es el desarrollo humano.

Este trabajo apunta a promover programas emprendedores de manera formal en las escuelas públicas, para que los niños tengan la oportunidad de comenzar a conocer los temas económicos y prever la madurez en estos temas para coadyuvar a una mejor sociedad.

### LITERATURA CITADA

- Álvarez, C. (2008). La etnografía como modelo de investigación en educación. *Gazeta de Antropología*, 24(1), pp.1-15.
- Bayeck, R. Y (2023). Is Microethnography an Ethnographic Case Study? and/or a mini-ethnographic case study? An analysis of the literatura. *International Journal of Qualitative Methods*, (22), 1-6. DOI: 10.1177/16094069231172074
- Bravo-Bravo, I.F., Bravo-Bravo, M.J., Preciado, J.D. y Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política* (33). <https://www.redalyc.org/journal/5711/571165147008/html/>
- Contreras-Oré, F.A. (2016). El aprendizaje significativo y su relación con otras estrategias. *Horizonte de la Ciencia*, 6(10), 130-140.
- Cruz-Barba, E. (2018). Educación financiera en niños: una evidencia empírica. *Sinéctica*, (51), 01-15.
- Damián Simón, J. (2015). ¿Pueden los niños adquirir y aplicar conocimientos de emprendimiento? El caso del subprograma, mi primer empresa: “emprender jugando”. *Nova Scientia*, 7(15), 389-415.

- Denegri, M., Del Valle Rojas, C., González, Y., Etchebarne, S., Sepúlveda A. J. y Sandoval G. D. (2014). ¿Consumidores o ciudadanos? Una propuesta de inserción de la educación económica y financiera en la formación inicial docente. *Estudios Pedagógicos*, 40(1), 75-96.
- Diago Camacho, J.S. y Páramo, P. (2023). Perspectivas educativas e investigativas del pragmatismo en sociedades democráticas. *Praxis & Saber*, 14(36), 15-30.
- Dobbins, C. E., Edgar, L. D., y Dooley, K. E. (2021). Facilitating the scholarship of discovery: Using the mini-ethnographic case study design. *Journal of Experiential Education*, 44(4), 395-408. <https://doi.org/10.1177/1053825921999685>
- Erkkilä, K. (2000). *Entrepreneurial education. Mapping the debates in United States, The United Kingdom and Finland*. Garland Publishing.
- Fusch, P. I., Fusch, G. E. y Ness, L. R. (2017). How to conduct a mini-ethnographic case study: A guide for novice researchers. *The Qualitative Report*, 22(3), 923–942. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2017.2580>
- Gallardo-Pérez, H. de J., Vergel-Ortega, M. y Villamizar-Araque, F. Y. (2017). Investigación intervención y enfoque multimétodo en ciencias humanas y educación matemática. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 9(2), 85-96. <https://doi.org/10.22335/rlct.v9i2.458>
- Gimeno Doñate, M.M. (2016). La necesidad de nuevas herramientas para la regulación del proceso de aprendizaje y la mejora del rendimiento académico. *EduPsykhé*, 15(2), 82-112.
- Gómez-Núñez, L., Llanos-Martínez, M., Hernández-Rico, T., Mejía-Rodríguez, D., Heilbron-López, J., Martín-Gallego, J., Mendoza-Soto, J. y Senior-Roca, D. (2017). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (43), 150-188.
- Guevara, C. N., Moreno, M. T. y Rodríguez, L. M. (2020). Neuroeducación en el aprendizaje de la contabilidad y las finanzas en niños de 7 a 10 años. Aproximaciones teóricas para la construcción de investigación aplicada. *Sinergias Educativas*, 5(2), 105-128.

- Guevara-Garzón, C. N., Rodríguez-Bolívar, L. M. (2021). Doctrina económica-financiera y contable: Un reto en la educación infantil. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(1).
- Jiménez-Vargas, F., Fardella-Cisternas, C. y Muñoz-Proto, C. (2017). Una aproximación microetnográfica de prácticas pedagógicas en escuelas multiculturales. Tensiones y desafíos en torno a la escolarización de inmigrantes y grupos minoritarios. *Perfiles Educativos*, 39(156), 72-88.
- Kelly, L. M. (2022). Focused ethnography for research on community development non-profit organisations. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum. Qualitative Social Research*, 23(2), <https://doi.org/10.17169/fqs-22.2.3811>
- Klaar, S., & Öhman, J. (2012). Action with friction: a transactional approach to toddlers' physical meaning making of natural phenomena and processes in preschool. *European Early Childhood Education Research Journal*, 20(3), 439-454. <https://doi.org/10.1080/1350293X.2012.704765>
- Klockner, K., Shields, P., Pillay, M., & Ames, K. (2021). Pragmatism as a teaching philosophy in the safety sciences: A higher education pedagogy perspective. *Safety Science*, 138. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.105095>
- Liszka, J. (2013). Charles Peirce's Rhetoric and the Pedagogy of Active Learning. *Educational Philosophy and Theory*, 45(7), 781-788. <https://doi.org/10.1111/j.1469-5812.2011.00763.x>
- Martínez Fresneda Osorio, H. (2004). La influencia de los medios de comunicación en el proceso de aprendizaje. *Comunicar*, (22), 183-188.
- Martínez-Ortiz, F. Santamaría-Quishpe, G.P., Montenegro-Cueva y E.G. Milton Marcelo C. (2024). Motivación en los pequeños negocios: una taxonomía empírica de propietarios utilizando análisis factorial exploratorio. *KAIRÓS, Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 7(12), 126-139.
- Montessori, M. (2003). El método de la pedagogía científica aplicado a la educación de la infancia. Biblioteca Nueva. Páramo-Morales, D.

(2015). La teoría fundamentada (Grounded Theory), metodología cualitativa de investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (39), vii-xiii.

Ortiz-Colón, A.M., Jordán, J. y Agredal, M. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educação e Pesquisa*, 44 (e173773).

<https://www.redalyc.org/journal/298/29858802073/html/>

Pinillos-Laffón, A., Olivares-Delgado, F. y Rodríguez-Valero, D. (2016). El nombre de la marca corporativa. Una taxonomía de los nombres de empresa familiar en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 750-774.

Ramanigopal, C.S., Palaniappan, G. y Hemalatha, N. (2012). Need for entrepreneurship education in School Students. *IJPSS*, 2(3), 243-59.

Rojas-León, A. (2014). *Aportes de la sociología al estudio de la educación. (Autores clásicos) Educación*, 38(1), 33-58.

Romero-Tena, R. y Espasandín-Bustelo, F. (2016). Iniciativa personal y emprendedora del alumnado de Primaria y 1er Ciclo de Secundaria: Aspectos personales, familiares y escolares. *Intangible Capital*, 12(5), 1221-1254.

Sanchidrián-Blanco, C. (2023). La pedagogía de Montessori y la formación de profesores. La importancia de la teoría. *Pedagogía y Saberes*, (58), 9-22.

San Román, T. (2009). Sobre la investigación etnográfica. *Revista de Antropología Social*, (18), 235-60.

Tight, M. (2017). *Understanding case study research: Small-scale research with meaning*. Sage.

Torres-Puentes, E. (2023). El material Montessori: de la vida práctica a la mente matemática. *Pedagogía y Saberes*, (58), 109-122.

Vargas-Morúa, G. (2022). Educación emprendedora y gamificación como estrategia de aprendizaje. *Revista Espiga*, 21(43), 126-155.

Vargas Valdiviezo, M. A. y Uttermann-Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720.

Von Hausswolff, K. (2021). Practical thinking while learning to program-novices' experiences and hands-on encounters. *Computer Science Education*. <https://doi.org/10.1080/08993408.2021.1953295>.

Yamane, E. (2002). Entrepreneurship Education in the 'Period for Integrated Study' in Elementary and Lower Secondary Schools in Japan. *Citizenship, Social and Economics Education*. 5(2), 44-52.

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. Sage.

## SÍNTESIS CURRICULAR

### **Edith Anahy Ibarra de León**

Realizó su formación académica en el área de educación, iniciando con la Licenciatura en Educación Primaria en la Benemérita Escuela Normal Federalizada de Tamaulipas, en Ciudad Victoria, Tamaulipas, durante el periodo 2002-2006. Posteriormente, obtuvo el grado de Maestría en Educación Campo Intervención Docente y Aprendizaje Escolar por la Universidad Pedagógica del Estado de Sinaloa entre 2009 y 2011. Más recientemente, completó el grado de Doctora en Educación Énfasis en Profesionalización Docente en la misma universidad, la Universidad Pedagógica del Estado de Sinaloa, Unidad Los Mochis en el periodo 2023-2025. Correo electrónico: [gtqmaestraedith@hotmail.com](mailto:gtqmaestraedith@hotmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4111-8630>. Actualmente de desarrolla frente a grupo en la escuela primaria “Alfredo V. Bonfil” en Los Mochis, Sinaloa.

### **Ernesto Guerra García**

Doctor en Enseñanza Superior. Maestro en Economía. Miembro del sistema Nacional de Investigadores nivel II. Coordinador de Investigación y Posgrado de la Universidad Pedagógica Nacional Unidad Los Mochis. Correo electrónico: [ernesto.guerra@upes.edu.mx](mailto:ernesto.guerra@upes.edu.mx). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6966-8071>