

Capítulo 6

La enseñanza de la economía moral en asignaturas de emprendimiento en el bachillerato: Impacto en el aprendizaje y la formación de emprendedores éticos

Dra. Alma Flor Martinez Soto¹

Dra. Clara Emynick Cervantes²

Dra. Pamela Herrera Ríos³

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE26003849>



¹ Dra. en Pedagogía por el Centro de Investigación e Innovación del Noroeste (CIEN). Docente de asignatura del Bachillerato Universitario de la Universidad Autónoma de Sinaloa en la Ciudad de Mazatlán Sinaloa.

E-mail: flormartinezsoto@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-5171-0991>

² Dra. En Educación por la Escuela Normal de Sinaloa. Profesor e investigador de Tiempo Completo del Bachillerato Universitario, de la Universidad Autónoma de Sinaloa en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa.

E-mail: maestraclaracervantes@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0003-0526-7003>

³ Dra. En Pedagogía por el Centro de Investigación e Innovación Educativa del Noroeste.

Profesor e Investigador de Tiempo Completo del Bachillerato Universitario, Universidad Autónoma de Sinaloa en la ciudad de Culiacán, Sinaloa.

E-mail: herrerapamela@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0003-6669-1297>

Resumen

El estudio utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple a partir de una población de 1850 estudiantes de tercer grado de bachillerato de la Universidad Autónoma de Sinaloa en Mazatlán, obteniendo una muestra representativa de 319 alumnos con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. El objetivo fue analizar el impacto de la enseñanza de la economía moral en la asignatura de Economía, Empresa y Sociedad, sobre el aprendizaje y la formación de emprendedores éticos. Se desarrolló un estudio cuantitativo de tipo descriptivo transversal, mediante la aplicación de dos instrumentos tipo Likert que evaluaron la percepción de los estudiantes sobre la economía moral y su disposición hacia comportamientos éticos en el emprendimiento. Los resultados evidencian una percepción favorable hacia la integración de contenidos éticos, con un 85 % de aceptación positiva hacia la enseñanza de la economía moral. Asimismo, se observó una disposición ética del 76,4 % hacia la priorización de principios como la honestidad, la justicia social y la sostenibilidad en escenarios empresariales. Finalmente, se concluye que la enseñanza de la economía moral contribuye significativamente al desarrollo de una conciencia ética en estudiantes de bachillerato, fortaleciendo su formación como futuros emprendedores socialmente responsables.

Introducción

En el contexto actual, caracterizado por transformaciones económicas, sociales y tecnológicas aceleradas, la educación media superior enfrenta el reto de formar estudiantes capaces de responder a las exigencias de un entorno cada vez más complejo e interdependiente. En este escenario, la educación en emprendimiento se ha consolidado como un componente

fundamental para el desarrollo de habilidades que permitan a los jóvenes afrontar los desafíos del mercado laboral y empresarial (Sobrado-Fernández, 2010). No obstante, la formación emprendedora ha tendido a privilegiar la enseñanza de aspectos técnicos vinculados a la creación de empresas y la generación de beneficios económicos, dejando en segundo plano la dimensión ética de las decisiones empresariales.

Esta situación plantea un problema relevante en la formación de futuros emprendedores: la ausencia de una perspectiva ética en la enseñanza del emprendimiento puede favorecer la reproducción de modelos económicos centrados exclusivamente en la maximización del beneficio, sin considerar sus implicaciones sociales y ambientales. En un mundo donde las presiones por obtener resultados inmediatos pueden conducir a decisiones cuestionables, resulta indispensable que los estudiantes desarrollen criterios que les permitan equilibrar los objetivos económicos con principios de justicia, equidad y sostenibilidad (Rubio et al., 2022).

Frente a esta problemática, la economía moral emerge como un enfoque que integra principios éticos en las decisiones económicas, priorizando el bienestar colectivo, la equidad y la responsabilidad social por encima de una visión puramente utilitaria del mercado (Mora-Muro, 2020). Desde esta perspectiva, la actividad económica no puede desvincularse de sus consecuencias sociales, sino que debe orientarse hacia el desarrollo humano y el bien común (Stiglitz, 2002). En el ámbito del emprendimiento, esto implica que los futuros empresarios no solo evalúen la viabilidad financiera de sus proyectos, sino también su impacto social y ambiental (Crane y Matten, 2016).

La incorporación de estos principios en la educación media superior, particularmente en asignaturas vinculadas al emprendimiento, puede contribuir a la formación de estudiantes más conscientes de su rol dentro de la sociedad. Asimismo, favorece el desarrollo de un pensamiento crítico que permita cuestionar modelos de negocio centrados exclusivamente en la rentabilidad y considerar alternativas orientadas al bienestar colectivo (Freeman, Harrison y Wicks, 2007). Desde la educación ética, se ha señalado que la formación en valores aplicada a contextos económicos fortalece la capacidad de juicio moral y la toma de decisiones responsables en escenarios complejos (Rest et al., 1999).

Sin embargo, a pesar de los avances en la incorporación de enfoques humanistas y socialmente responsables en la educación, aún existe escasa evidencia empírica sobre el impacto que tiene la enseñanza de la economía moral en el aprendizaje de los estudiantes de bachillerato y en su disposición hacia comportamientos éticos en el ejercicio emprendedor.

En este sentido, la presente investigación se plantea la siguiente pregunta central: ¿De qué manera la enseñanza de la economía moral en la asignatura de emprendimiento impacta el aprendizaje de los estudiantes de bachillerato y su formación como emprendedores éticos?

De esta interrogante se derivan las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo perciben los estudiantes la incorporación de la economía moral en su formación emprendedora?
- ¿Qué nivel de disposición muestran hacia la adopción de comportamientos éticos en escenarios empresariales?
- ¿Existe relación entre el aprendizaje de principios de economía moral y la intención de actuar de manera socialmente responsable como futuros emprendedores?

A partir de lo anterior, el objetivo del estudio es analizar el impacto de la enseñanza de la economía moral en la asignatura de emprendimiento sobre el aprendizaje de los estudiantes de bachillerato y su formación como emprendedores éticos.

Bajo este planteamiento, se formula la siguiente hipótesis: La enseñanza de la economía moral en las asignaturas de emprendimiento influye positivamente en el aprendizaje de los estudiantes y fortalece su disposición hacia la adopción de comportamientos éticos en el ejercicio emprendedor.

Marco Teórico

El emprendimiento es un concepto multifacético que involucra no solo la creación de nuevas empresas, sino también el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para innovar, identificar oportunidades y asumir riesgos calculados. Según Schumpeter (1934, como se citó en Velázquez (2013)), el emprendimiento es un motor clave de la innova-

ción y del cambio económico. El enfoque tradicional en la enseñanza de emprendimiento ha estado centrado en los aspectos técnicos de la creación de empresas, como la planificación empresarial, la gestión de recursos, la estrategia de marketing y la financiación. No obstante, en las últimas décadas ha emergido la necesidad de abordar los aspectos éticos y sociales de las decisiones empresariales, especialmente en un mundo cada vez más preocupado por los impactos ambientales, sociales y económicos de los negocios (Bula, 2016).

En el ámbito de la educación media superior, la asignatura de Economía, Empresa y Sociedad ofrece una plataforma ideal para introducir conceptos de emprendimiento. El currículo de bachillerato tiene la capacidad de moldear las actitudes de los jóvenes hacia el mundo empresarial, desarrollando no solo competencias técnicas, sino también habilidades para la toma de decisiones responsables (Shane, 2003). Sin embargo, el enfoque tradicional no suele abordar de manera suficiente la dimensión ética y moral del emprendimiento, lo cual limita el potencial formativo de la asignatura.

En México, por décadas, el modelo económico fue neoliberal, lo que dio como resultado un aumento significativo de la riqueza en pocas manos. Con la llegada del movimiento de la Cuarta Transformación, con el presidente Andrés Manuel López Obrador (2018-2024), el paradigma económico se orientó hacia una economía moral, inspirada en principios de justicia social y equidad, priorizando el bienestar social. Su enfoque también se reflejó en la reforma educativa y la introducción de la Nueva Escuela Mexicana (NEM), la cual aplica en la materia esta filosofía a través de estrategias de aprendizaje por proyectos, permitiendo que los alumnos desarrollen alternativas de progreso y bienestar social mediante el emprendimiento.

La economía moral se refiere a la idea de que la actividad económica debe estar fundamentada en principios éticos, que incluyen la justicia social, la equidad y la sostenibilidad. Este concepto se origina en los trabajos de economistas como Karl Polanyi (1944), quien argumentaba que la economía no debe ser vista como un sistema autónomo separado de la sociedad y la ética, sino como un campo que debe servir al bienestar humano y colectivo. La economía moral rechaza la visión puramen-

te utilitaria o neoliberal, que prioriza la maximización de beneficios a corto plazo, en favor de una economía orientada al bienestar común, la redistribución de recursos y el respeto al medio ambiente (Sen, 1999).

Hirschman (1986) plantea una reflexión crítica sobre el carácter reduccionista de la economía moderna, la cual se centra exclusivamente en el análisis racional y cuantitativo. Al hacerlo, deja de lado sus raíces históricas como una disciplina profundamente vinculada con la moral y la política. El autor argumenta que, en sus orígenes, la economía estuvo estrechamente relacionada con consideraciones éticas en torno al bienestar común y la justicia.

La economía moral, en este sentido, se vincula estrechamente con la responsabilidad social empresarial (RSE), que implica que las empresas deben asumir un compromiso con la sociedad y el entorno más allá de la búsqueda del lucro. Incorporar la economía moral en la enseñanza de emprendimiento tiene como objetivo preparar a los estudiantes para tomar decisiones empresariales que no solo se alineen con los objetivos económicos, sino que también promuevan el bienestar social y la sostenibilidad ambiental (Stiglitz, 2002).

Para Thompson (2014), la economía moral no se rige únicamente por las leyes de mercado, sino por un entramado de valores sociales, solidaridad y justicia distributiva. Lo anterior no implica un rechazo hacia el capitalismo, sino moderarlo con principios éticos que prioricen el bienestar común.

En este sentido, la ética empresarial es un área clave de estudio dentro del campo de la economía moral. La ética empresarial aborda cuestiones como la justicia, la transparencia, el respeto a los derechos humanos, la no discriminación y la sostenibilidad en la gestión empresarial (Crane y Matten, 2016). Estos principios son fundamentales para la formación de emprendedores éticos, quienes deben ser capaces de integrar estos valores en su visión empresarial.

El concepto de emprendimiento responsable subraya la necesidad de formar emprendedores que no solo busquen rentabilidad económica, sino que también consideren los impactos sociales y ambientales de sus decisiones (Chell, 2007). Esto implica que los futuros emprendedores deben adquirir habilidades que les permitan tomar decisiones con conciencia

de su impacto a largo plazo en las comunidades, el medio ambiente y la sociedad en general.

La integración de la economía moral en el currículo de emprendimiento tiene un impacto significativo en el aprendizaje de los estudiantes, no solo en su comprensión teórica de los negocios, sino también en el desarrollo de habilidades éticas y sociales. Según estudios de educación ética en la economía (Barnett, 2005), la enseñanza de la economía moral fomenta en los estudiantes una mentalidad crítica, que les permite evaluar las implicaciones éticas de sus decisiones y cuestionar modelos de negocio tradicionales que priorizan exclusivamente el beneficio económico.

Además, la economía moral en el aula también contribuye al desarrollo de la responsabilidad social. Los estudiantes que son expuestos a estas ideas en el ámbito académico son más propensos a adoptar enfoques empresariales que tengan en cuenta el bienestar colectivo, lo que se traduce en la creación de empresas más responsables y sostenibles. Esto también implica la adopción de prácticas de emprendimiento social, que buscan generar un impacto positivo en la sociedad, además de beneficios económicos.

Para que la enseñanza de la economía moral sea efectiva en la materia de emprendimiento, es fundamental emplear metodologías pedagógicas adecuadas. Entre ellas destacan el aprendizaje basado en proyectos (ABP), que permite a los estudiantes aplicar principios éticos en situaciones prácticas, y el debate crítico, que fomenta el análisis de dilemas éticos en el mundo empresarial. La simulación de empresas con un enfoque ético también puede ser una herramienta poderosa para que los estudiantes vivencien los desafíos y decisiones de los emprendedores en un contexto controlado.

Las metodologías mencionadas en el párrafo anterior son orientaciones de la NEM y la combinación de estas con los contenidos de economía moral prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos éticos que enfrentarán como emprendedores en el futuro. Según estudios sobre pedagogía en emprendimiento, estas metodologías activas no solo mejoran el aprendizaje conceptual, sino que también ayudan a desarrollar las competencias sociales y emocionales necesarias para la creación de empresas responsables (Hannon, 2005).

Metodología

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con el propósito de analizar el impacto de la enseñanza de la economía moral en la asignatura Economía, Empresa y Sociedad del nivel bachillerato, particularmente en su influencia sobre el aprendizaje y la formación de emprendedores éticos. Este enfoque permite medir, describir y analizar fenómenos educativos mediante la recolección de datos numéricos tratados de forma objetiva y sistemática, facilitando la identificación de tendencias y relaciones entre variables (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista, 2014). El diseño de la investigación es transversal, ya que la recolección de datos se realizó en un único momento, lo que permitió obtener una visión puntual del nivel de comprensión y asimilación de los principios de la economía moral en los estudiantes (Kerlinger y Lee, 2002).

La población de estudio estuvo conformada por 1850 estudiantes de tercer grado de bachillerato pertenecientes a la Universidad Autónoma de Sinaloa en la zona sur de Mazatlán, integrada por 48,1 % hombres y 51,9 % mujeres. Para la selección de los participantes se empleó un muestreo probabilístico aleatorio simple, lo que permitió garantizar la representatividad de los estudiantes dentro del universo analizado. Mediante la fórmula de cálculo muestral se determinó una muestra de 319 alumnos, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales) • z = puntuación z

Fuente: SurveyMonkey (2025).

Se establecieron como criterios de inclusión a los estudiantes inscritos en tercer grado de bachillerato que cursaban la asignatura relacionada con emprendimiento al momento del levantamiento de datos y que aceptaron participar voluntariamente en el estudio. Como criterios de exclusión se consideraron aquellos estudiantes que no cursaban dicha asignatura o cuyos cuestionarios presentaban respuestas incompletas o inconsistentes.

Para la recolección de la información se utilizaron dos instrumentos estructurados tipo Likert. El primero fue un cuestionario de percepción sobre la enseñanza de la economía moral, integrado por 20 ítems orientados a evaluar el nivel de comprensión, relevancia percibida e impacto formativo de estos contenidos en la asignatura de emprendimiento. El segundo instrumento consistió en una escala de valores y comportamientos éticos en emprendimiento, también compuesta por 20 ítems, diseñada para medir la disposición de los estudiantes hacia la toma de decisiones éticas en escenarios empresariales hipotéticos. Ambos instrumentos emplearon una escala de respuesta de cinco niveles que va de “totalmente en desacuerdo” a “totalmente de acuerdo”.

Los instrumentos fueron sometidos a un proceso de validación de contenido mediante juicio de expertos, quienes evaluaron la pertinencia, claridad y congruencia de los ítems en relación con los objetivos del estudio. Asimismo, se realizó una prueba piloto previa a su aplicación definitiva, lo que permitió realizar ajustes en la redacción y asegurar la comprensión de los reactivos.

El análisis de los datos se llevó a cabo mediante herramientas estadísticas descriptivas, tales como frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar, así como análisis correlacional básico cuando fue pertinente (Bisquerra, 2004). Estas técnicas permitieron interpretar el comportamiento de los datos y explorar la relación entre el conocimiento de la economía moral y la disposición hacia prácticas emprendedoras éticas.

En términos éticos, la participación de los estudiantes fue voluntaria y se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada. Los datos recolectados fueron utilizados exclusivamente con fines académicos y de investigación, resguardando el anonimato de los participantes en todo momento.

Los resultados obtenidos podrán servir en investigaciones posteriores como base para formular recomendaciones pedagógicas orientadas a fortalecer los contenidos éticos en la educación emprendedora del bachillerato, promoviendo una formación más integral y socialmente comprometida.

Instrumentos de Recolección de Datos

Se utilizarán los siguientes instrumentos para la recolección de datos:

1. Cuestionario sobre la percepción de la enseñanza de la economía moral con 20 ítems.
 - Preguntas tipo Likert (1-5) para evaluar la percepción de los estudiantes sobre la incorporación de la economía moral en la asignatura de emprendimiento.
2. Escala de valores y comportamientos éticos en emprendimiento con 20 ítems.
 - Escala tipo Likert (1-5) para medir la actitud y predisposición de los estudiantes hacia la toma de decisiones éticas en escenarios hipotéticos de emprendimiento.

Tabla 1. Contenido del instrumento 1. Percepción en la enseñanza de la economía moral.

Escala del 1-5				
1 Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
Sección 1. Conocimiento y comprensión de la economía moral				
1. He adquirido un buen conocimiento sobre los principios de la economía moral en la asignatura de emprendimiento.				
2. Entiendo cómo la economía moral se relaciona con la responsabilidad social empresarial.				
3. La enseñanza de la economía moral me ha ayudado a comprender la importancia de la justicia en las decisiones empresariales.				
4. La asignatura de emprendimiento aborda de manera adecuada los impactos sociales y ambientales de las decisiones empresariales.				
5. Me siento capaz de identificar situaciones en las que un emprendedor debe aplicar principios éticos en su negocio.				
Sección 2. Relevancia de la economía moral en la educación emprendedora				
6. La economía moral es un tema importante que debería formar parte de todas las asignaturas de emprendimiento.				
7. La economía moral es esencial para formar emprendedores éticos que piensen más allá del beneficio económico.				
8. Aprender sobre economía moral me ha motivado a ser más consciente de mis decisiones como futuro emprendedor.				
9. Considero que la economía moral ayuda a mejorar la reputación de los emprendedores y las empresas.				
10. La enseñanza de la economía moral en las asignaturas de emprendimiento es relevante para los problemas sociales actuales.				
Sección 3. Impacto de la economía moral en las actitudes y decisiones emprendedoras.				
11. Me siento más preparado para tomar decisiones empresariales que favorezcan el bienestar social y ambiental.				
12. La economía moral me ha enseñado a equilibrar los objetivos económicos con las necesidades sociales.				
13. Comprender la economía moral me ayuda a evaluar las consecuencias de las decisiones empresariales a largo plazo.				
14. Ahora considero más importante la sostenibilidad ambiental al desarrollar proyectos emprendedores.				

Escala del 1-5				
1 Totalmente en desacuerdo	2.En desacuerdo	3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5.Totalmente de acuerdo
15. Los conceptos de economía moral me ha influenciado a tomar decisiones más justas y transparentes en cualquier situación empresarial.				
Sección 4. Aplicación práctica de los principios éticos en el emprendimiento				
16. Las clases de emprendimiento me ha enseñado como aplicar principios éticos a situaciones de negocios reales.				
17. Creo que un buen emprendedor debe tener en cuenta los derechos humanos al tomar decisiones empresariales.				
18. Considero que la economía moral contribuye a la creación de empresas más responsables y éticas.				
19. Las lecciones sobre economía moral me han ayudado a comprender mejor la importancia de la transparencia en los negocios.				
20. En un escenario empresarial, priorizaría la ética antes que las ganancias a corto plazo, gracias a lo aprendido en clase.				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Escala de valores y comportamientos éticos en emprendimiento.

Escala 1-5				
1.Totalmente en desacuerdo	2.En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
Sección 1: Honestidad y transparencia.				
1.Siempre diría la verdad a mis clientes, aunque eso signifique perder una venta.				
2.Creo que ocultar información importante sobre un producto para obtener más ganancias es inaceptable.				
3.La transparencia en los costos y procesos de un negocio es una práctica que seguiría como emprendedor.				
4.Ser honesto con los empleados y socios es esencial para el éxito de cualquier empresa.				
5.Mis valores éticos personales son tan importantes que no pueden verse comprometidos por un interés económico.				

Escalas 1-5				
1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo

Sección 2. Responsabilidad social y ambiental

6. Un emprendimiento debe generar beneficios para la comunidad, no solo para el dueño
7. Considero importante que mi emprendimiento respete el medio ambiente.
8. Me sentiría responsable de causar como empresario problemas sociales o ecológicos.
9. Apoyaría iniciativas que ayuden a personas en situación vulnerable desde mi proyecto emprendedor.
10. Me comprometería a generar empleos dignos con un salario justo si tuviera una empresa.

Sección 3: Justicia y equidad

11. Es correcto tratar a todos los empleados con igualdad sin importar género, religión o condición social.
12. Las prácticas discriminatorias en mi negocio son inaceptables.
13. Me esforzaría por ofrecer precios justos sin aprovecharme de la necesidad de mis clientes.
14. Apoyaría la inclusión de grupos marginados en mi emprendimiento.
15. Me opondría a cualquier práctica de corrupción dentro de mi negocio.

Sección 4. Compromiso ético

16. Me gustaría que mi emprendimiento se rija por un código de ética claro.
17. Considero que la ética es más importante que el éxito financiero en los negocios.
18. Me siento comprometido a actuar con integridad en cualquier proyecto futuro.
19. Aspiro a ser reconocido no solo por mis logros empresariales, sino por mi conducta ética.
20. Rechazaría copiar una idea de otro emprendedor sin su autorización aunque eso me beneficie.

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

En un primer momento, se aplicó el cuestionario de percepción sobre la enseñanza de la economía moral y el análisis de los datos recolectados a través del cuestionario revela una percepción mayoritariamente positiva por parte de los estudiantes hacia la enseñanza de la economía moral en la asignatura de emprendimiento. De un total de 319 encuestados, se observa que el 64 % de las respuestas globales se ubicaron en la categoría “De acuerdo (4)”, mientras que un 21 % seleccionó la opción “Totalmente de acuerdo (5)”, lo que refleja una aceptación favorable del contenido ético en su formación emprendedora. Por otro lado, solo un 9 % optó por “Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)”, y un 6 % se distribuyó entre “En desacuerdo (2)” y “Totalmente en desacuerdo (1)”.

Sección 1: Conocimiento y comprensión de la economía moral

En esta sección, el 67 % de los estudiantes manifestó estar de acuerdo con haber adquirido conocimientos relevantes sobre la economía moral. El ítem “Entiendo cómo la economía moral se relaciona con la responsabilidad social empresarial” obtuvo un 70 % de respuestas en nivel 4, lo que indica una comprensión adecuada del vínculo entre ética y empresa. Asimismo, un 23 % eligió “Totalmente de acuerdo”, mostrando un grado elevado de internalización de estos conceptos.

Sección 2: Relevancia de la economía moral en la educación emprendedora

Los ítems de esta sección evidenciaron una fuerte apreciación del valor de la economía moral en el currículo. Por ejemplo, el 72 % de los estudiantes estuvo de acuerdo con que “La economía moral es esencial para formar emprendedores éticos”. Además, un 66 % consideró relevante su enseñanza en relación con los problemas sociales actuales. Estos datos subrayan una percepción generalizada de la utilidad formativa de la ética aplicada al emprendimiento.

Sección 3: Impacto en actitudes y decisiones emprendedoras

El 65 % de los encuestados coincidió en que la economía moral les ha ayudado a equilibrar objetivos económicos con valores sociales. En tanto, el ítem “Ahora considero más importante la sostenibilidad ambiental al desarrollar proyectos” recibió un 61 % en nivel 4 y un 25 % en nivel 5, lo que sugiere un cambio de mentalidad hacia la toma de decisiones responsables y sostenibles.

Sección 4: Aplicación práctica de los principios éticos

Los resultados de esta sección indican una clara disposición a actuar éticamente en contextos empresariales. El ítem “Priorizaría la ética antes que las ganancias a corto plazo” fue evaluado con nivel 4 por el 63 % de los estudiantes, mientras que un 22 % eligió nivel 5. Estas respuestas reflejan que los estudiantes no solo comprenden los principios éticos, sino que están dispuestos a aplicarlos en escenarios hipotéticos de emprendimiento.

Con respecto al segundo instrumento de la escala de valores y comportamientos éticos de emprendimiento, los resultados obtenidos, muestran una tendencia general hacia la valoración positiva de los principios éticos en el contexto emprendedor, con predominancia de respuestas en los niveles 3, 4 y 5 de la escala de Likert propuesta.

En términos generales:

- El 48,2 % de las respuestas se concentró en el nivel 4 (de acuerdo).
- El 28,2 % en el nivel 5 (totalmente de acuerdo).
- Y un 18,5 % en el nivel 3 (ni de acuerdo ni en desacuerdo), solo un 5,1 % en niveles 1 (totalmente en desacuerdo) o 2 (En desacuerdo), lo que indica baja resistencia.

En la sección 1 de honestidad y transparencia, el ítem “Ser honesto con los empleados y socios es esencial para el éxito de cualquier empresa” obtuvo un 74 % entre las categorías 4 y 5, evidenciando un fuerte reconocimiento de la importancia de la transparencia. En el ítem “Diría la verdad

a mis clientes, aunque pierda una venta”, un 40 % respondió 4, y 35 % respondió 5, lo que demuestra un compromiso ético incluso ante dilemas económicos. El promedio de la sección se ubica en 4.1, lo que indica un alto nivel de aceptación hacia la honestidad como valor fundamental.

Dentro de la sección 2 de responsabilidad social y ambiental, los estudiantes muestran una conciencia significativa sobre el impacto social y ambiental del emprendimiento. En los ítems “Mi emprendimiento debe respetar el medio ambiente” obtuvo un 83 % entre niveles 4 y 5. El ítem “Me comprometería a generar empleos dignos con un salario justo” también fue bien valorado, con un 79 % en valores altos. El promedio de la sección es de 4.2, confirmando una actitud proactiva hacia el bien común y la sostenibilidad.

En la sección 3 de justicia y equidad, mostró una valoración sólida hacia la igualdad y la justicia social. En el ítem “Tratar a todos los empleados con igualdad” y “Rechazar prácticas discriminatorias” alcanzaron un 84 % y 81 % respectivamente en niveles 4 y 5. El ítem “Apoyar la inclusión de grupos marginados” recibió un 74 % en los valores superiores, lo que sugiere un fuerte compromiso con la equidad y la diversidad. El promedio general de esta sección se sitúa en 4.3, el más alto del cuestionario.

En la sección 4 de compromiso ético se explora la interiorización de los valores éticos como parte de la identidad emprendedora. El ítem “Me gustaría que mi emprendimiento se rija por un código de ética claro” recibió un 78 % de respuestas entre 4 y 5. El ítem “Rechazaría copiar una idea sin autorización” obtuvo un 80 % en niveles altos, lo que refleja una conciencia ética bien desarrollada. El promedio general fue de 4.1, destacando una fuerte disposición ética personal y profesional.

En conjunto, los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados reflejan una percepción favorable hacia la enseñanza de la economía moral y una alta valoración de los principios éticos en el contexto del emprendimiento. La mayoría de los estudiantes encuestados demostraron tener una comprensión clara de los conceptos relacionados con la responsabilidad social, la sostenibilidad y la justicia en las decisiones empresariales, lo cual se evidenció en los altos porcentajes de respuestas en los niveles “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” en ambos

cuestionarios. Asimismo, se identificó una actitud positiva y coherente con comportamientos éticos esperados en escenarios hipotéticos, lo que sugiere que los contenidos impartidos han influido significativamente en su formación como futuros emprendedores éticos.

Estos hallazgos permiten concluir que la incorporación de la economía moral en las asignaturas de emprendimiento ha tenido un impacto relevante en el desarrollo de una conciencia ética entre los estudiantes de bachillerato. La tendencia general hacia la aceptación de valores como la honestidad, la equidad, la responsabilidad social y el compromiso con el bien común refuerza la necesidad de mantener y fortalecer este tipo de contenidos en la formación académica. Además, los resultados sirven como base empírica para diseñar estrategias educativas que consoliden aún más estas actitudes, favoreciendo el desarrollo de una nueva generación de emprendedores con sensibilidad ética y compromiso social.

Discusión

Los resultados obtenidos permiten reflexionar sobre el papel que desempeña la enseñanza de la economía moral en la formación emprendedora de estudiantes de bachillerato, particularmente en el desarrollo de disposiciones éticas vinculadas con la actividad empresarial. La tendencia predominante hacia respuestas en los niveles “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” en ambos instrumentos sugiere que la incorporación de contenidos éticos en las asignaturas de emprendimiento es no solo comprendida, sino valorada como significativa dentro del proceso formativo.

En términos de aprendizaje, los hallazgos evidencian que los estudiantes desarrollaron una comprensión relevante de la relación entre emprendimiento, responsabilidad social y sostenibilidad. Esta tendencia coincide con lo planteado por Crane y Matten (2016), quienes señalan que la educación ética en contextos empresariales favorece procesos de toma de decisiones más reflexivos y socialmente orientados. De igual manera, el reconocimiento de la necesidad de equilibrar objetivos económicos con principios sociales dialoga con la perspectiva de Sen (1999), quien sostiene que el desarrollo económico debe vincularse con el bienestar colectivo y no limitarse a la maximización de beneficios.

Desde el enfoque de la economía moral, la valoración positiva de principios como la honestidad, la equidad y el compromiso social observada en los estudiantes respalda los postulados de Polanyi (1944), al evidenciar que la economía no es percibida como una esfera aislada de los valores sociales. La internalización de estos principios sugiere que, cuando son integrados en el currículo, pueden influir en la forma en que los jóvenes conciben el ejercicio emprendedor, trascendiendo una visión exclusivamente utilitaria del mercado.

Particularmente relevante es la disposición manifestada por los estudiantes hacia la priorización de criterios éticos sobre beneficios económicos inmediatos en escenarios hipotéticos de negocio. Este hallazgo se alinea con lo planteado por Freeman, Harrison y Wicks (2007), quienes destacan que la formación empresarial debe considerar el impacto de las decisiones en los distintos grupos sociales involucrados, más allá de la rentabilidad financiera.

Asimismo, la aceptación de prácticas vinculadas con la responsabilidad social y ambiental sugiere que la enseñanza de la economía moral puede contribuir al desarrollo de una conciencia emprendedora orientada hacia modelos más sostenibles. Este aspecto resulta consistente con la postura de Stiglitz (2002), quien enfatiza la necesidad de que las decisiones económicas integren criterios de equidad y sostenibilidad.

No obstante, es importante señalar que los resultados obtenidos se basan en percepciones y disposiciones declaradas por los estudiantes ante escenarios hipotéticos, lo cual no necesariamente implica la traducción directa de dichas actitudes en comportamientos reales en contextos empresariales futuros. En este sentido, el diseño transversal del estudio permite identificar tendencias formativas en un momento determinado, pero no establecer relaciones causales ni evaluar la permanencia de estas disposiciones a lo largo del tiempo.

Los hallazgos sugieren que la incorporación de la economía moral en la educación emprendedora contribuye a fortalecer la dimensión ética del aprendizaje, favoreciendo el desarrollo de una orientación valorativa hacia la responsabilidad social en la toma de decisiones. Sin embargo, futuras investigaciones de carácter longitudinal podrían profundizar en la evolución de estas disposiciones y en su eventual manifestación en prácticas emprendedoras concretas.

Conclusiones

La presente investigación tuvo como propósito analizar el impacto de la enseñanza de la economía moral en las asignaturas de emprendimiento del nivel bachillerato, particularmente en la formación de emprendedores éticos. Para ello, se adoptó una metodología cuantitativa de tipo descriptiva, que permitió recolectar y analizar datos de manera estructurada, objetiva y sistemática. El diseño transversal facilitó una mirada puntual del estado actual de conocimientos, percepciones y actitudes éticas de los estudiantes frente a los principios de la economía moral.

A través de dos instrumentos aplicados —un cuestionario de percepción sobre la enseñanza de la economía moral y una escala de valores y comportamientos éticos en emprendimiento— se obtuvieron datos significativos de una muestra representativa de 319 estudiantes de bachillerato. Ambos instrumentos fueron estructurados con ítems tipo Likert (escala del 1 al 5), lo que permitió medir el nivel de acuerdo de los participantes con respecto a afirmaciones relacionadas con la ética, la responsabilidad social y la sostenibilidad en el contexto empresarial.

Los resultados revelaron que la mayoría de los estudiantes se posicionaron en niveles medios y altos de aceptación hacia la economía moral y su aplicación práctica en el ámbito emprendedor. Más del 75 % de las respuestas se concentraron en los valores 4 y 5 de la escala, lo que demuestra una clara interiorización de los principios éticos promovidos en las asignaturas de emprendimiento. Estos hallazgos evidencian que los contenidos abordados no solo fueron comprendidos por los alumnos, sino también valorados como relevantes para su futuro desempeño profesional.

Particularmente, los estudiantes mostraron un fuerte compromiso con valores como la honestidad, la equidad, la responsabilidad social, la justicia y la transparencia. En las secciones relacionadas con la justicia social y el compromiso ético, se observaron los porcentajes más altos de acuerdo, lo que sugiere una sólida base de principios morales para actuar en escenarios reales. Esto refuerza la importancia de integrar la economía moral de forma estructurada y explícita en el currículo de emprendimiento, promoviendo una visión empresarial más humana y responsable.

Desde el enfoque metodológico, el uso de instrumentos cuantitativos permitió identificar patrones y tendencias claras que respaldan la hipótesis del estudio: la enseñanza de la economía moral tiene un impacto positivo en la formación ética de los estudiantes. La rigurosidad del diseño, el uso de instrumentos validados y la representatividad de la muestra confieren confiabilidad a los resultados y abren la puerta a nuevas investigaciones en el campo de la educación ética y emprendedora.

Con relación a la hipótesis planteada, la cual sostiene que la enseñanza de la economía moral tiene un impacto positivo en la formación ética de los estudiantes de bachillerato dentro de las asignaturas de emprendimiento, los hallazgos del estudio permiten afirmar que esta se comprueba empíricamente. Los resultados obtenidos a través de ambos instrumentos evidencian una alta aceptación de los principios éticos vinculados con la actividad empresarial, así como una disposición favorable hacia la toma de decisiones responsables en escenarios emprendedores. La concentración de respuestas en los niveles superiores de la escala Likert refleja no solo la comprensión conceptual de la economía moral, sino también su internalización en las actitudes de los estudiantes, lo cual confirma la influencia formativa de estos contenidos.

Asimismo, puede señalarse que el objetivo del estudio —analizar el impacto de la enseñanza de la economía moral en el aprendizaje y la formación de emprendedores éticos en el nivel bachillerato— fue cumplido. La evidencia empírica obtenida permitió identificar que la integración de estos contenidos en la asignatura de emprendimiento contribuye al desarrollo de una conciencia ética orientada hacia la justicia social, la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial. En este sentido, los resultados no solo validan la pertinencia de incorporar la economía moral en el currículo, sino que también confirman su potencial como herramienta formativa para promover una visión más integral y socialmente comprometida del emprendimiento en estudiantes de educación media superior.

Adicionalmente, queda constancia de que fomentar vínculos entre la escuela y el entorno social mediante la promoción de proyectos emprendedores de los estudiantes con necesidades reales de la comunidad favorece a la práctica empresarial responsable desde la etapa educativa. Por lo tanto, se recomienda realizar estudios futuros de corte longitudinal

y comparativo para profundizar en el seguimiento de los efectos de la enseñanza de la economía moral a lo largo del tiempo, así como realizar comparaciones entre instituciones o regiones para identificar buenas prácticas replicables.

En síntesis, este estudio concluye que la inclusión de la economía moral en las asignaturas de emprendimiento en bachillerato es no solo pertinente, sino necesaria. Su enseñanza promueve una comprensión más integral del rol del emprendedor en la sociedad y fomenta la formación de ciudadanos comprometidos con el bienestar colectivo. A partir de estos hallazgos, se recomienda fortalecer las estrategias pedagógicas que promuevan la reflexión ética, el análisis de casos reales y la toma de decisiones responsables en el aula, consolidando así un modelo educativo que forme emprendedores con conciencia social.

Referencias

- Barnett, R. (2005). *Reshaping the university: New relationships between research, scholarship and teaching*. McGraw-Hill Education. <https://archive.org/details/reshapingunivers0000unse>
- Bisquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. La Muralla.
- Bula, H. O. (2016). Business ethics and corporate social responsibility. *International Journal of Business and Social Science*, 7(5), 114–119. <https://repository.javeriana.edu.co/items/f042b6ba-b567-429a-a854-cb2f95e20d84>
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5–26. <http://dx.doi.org/10.1177/0266242607071779>
- Crane, A., y Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Díaz-López, W., Vásquez, P., y Contreras-Moscol, D. (2024). Impacto de la educación emprendedora en la formación de ciudadanos socialmente responsables. *CENTROS. Revista Científica Universitaria*, 13(1), 158–174. <https://doi.org/10.48204/j.centros.v13n1.a4640>
- Flores Cisneros, R. M., Matos Lizana, J. C., y Ñañez Javier, N. (2025). Análisis de las estrategias aplicadas hacia el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios. *Revista InveCom*, 5(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14213149>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., y Wicks, A. C. (2007). *Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success*. Yale University Press. <http://dx.doi.org/10.12987/9780300138498>
- Hannon, P. D. (2005). Teaching and learning entrepreneurship: A critical review. *The International Journal of Management Education*, 4(3), 5–27.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hirschman, A. O. (1986). *La economía como ciencia moral y política*. Brasiliense.
- Kerlinger, F. N., y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (4.ª ed.). McGraw-Hill.

- López Obrador, A. M. (2019). *Hacia una economía moral*. Planeta. <https://archive.org/details/andresmanuellopezobradorhaciaunaeconomiamoralplaneta2019/page/n25/mode/2up>
- Mora Muro, J. I. (2021). Marxismo, campesinado y economía moral en la historiografía mexicana. *Perfiles Económicos*, (10). <https://doi.org/10.22370/pe.2020.10.2662>
- Polanyi, K. (1947). *La gran transformación: Crítica del liberalismo económico*. Quipu Editorial. <https://archive.org/details/polanyi-karl-la-gran-transformacion>
- Rest, J. R., Narvaez, D., Bebeau, M. J., y Thoma, S. J. (1999). *Postconventional moral thinking: A neo-Kohlbergian approach*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://archive.org/details/postconventional0000jame>
- Rubio-Rodríguez, G. A., Peña, M. I., Moncaleano, A. M., y Sepúlveda, L. Y. (2022). Variables que determinan el impacto de la responsabilidad social en estudiantes de educación superior. *Formación Universitaria*, 15(3), 3–10. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000300003>
- Sen, A. (1999). *Desarrollo y libertad*. Planeta. https://archive.org/details/desarrollo_y_libertad_-_amartya_sen
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing. https://www.researchgate.net/publication/287312699_A_General_Theory_of_Entrepreneurship_The_Individual-Opportunity_Nexus
- Sobrado Fernández, L., y Fernández Rey, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XX1*, 13(1), 15–38. <https://www.redalyc.org/pdf/706/70618037001.pdf>
- Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. W. W. Norton y Company. <https://archive.org/details/globalizationits0002stig/page/n5/mode/2up>
- Thompson, E. P. (2014). *La economía moral de la multitud y otros ensayos*. Ediciones desde abajo.
- Velásquez, J. (2013). *El emprendimiento en la teoría económica*. Conferencia en la Universidad Metropolitana, Caracas, Venezuela. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.4613.8005>

