



EL MUNDO

QUÉ: Segunda jornada del primer certamen de niños emprendedores 2010

CUÁNDO: Hoy y el sábado 5 de junio

DÓNDE: C.C. Sexta Avenida de Majadahonda

Concurso

Primer certamen de niños emprendedores

E. M.

El sábado 22 de mayo comenzó el certamen *Niños Emprendedores 2010*, una iniciativa pionera y única en España en la que participarán 50 empresas formadas por niños de 10 a 14 años y que venderán sus productos e ideas en el centro comercial Sexta Avenida de Majadahonda. *Niños emprendedores 2010*, es un programa educativo basado en un concurso que premia la originalidad, conocimientos sobre economía y espíritu emprendedor de los niños impulsado por la empresa Método Educativo Gears Company (www.gearsco.com). Las actividades se celebrarán también hoy sábado y el 5 de junio.

Bajo el lema *Descubre, emprende y aprende*, este programa educativo pretende inculcar desde temprana edad, una cultura de economía, renovación y espíritu emprendedor. A partir de la creación de una sociedad simbólica, cada niño pondrá en práctica los conocimientos adquiridos con la ayuda de sus padres a través de 50 kioscos de venta, en los que venderán productos elaborados por ellos mismos, emitirán facturas, controlarán el stock, valorarán el coste de producción, etc.

Niños Emprendedores 2010 premia de forma independiente a las empresas (de los niños) con los mayores beneficios obtenidos, el mejor *merchandising* demostrado y el producto más original. En opinión de Pablo Gumucio, director de Método educativo Gears Company «ésta es una iniciativa que apuesta por la educación, a través de programas especiales y tomando la realidad como base no sólo la teoría».

Gumucio, su fundador, un empresario del sector de la ingeniería, dos veces ganador de la medalla de oro en el salón de innovaciones técnicas de Ginebra, asegura que poner en práctica la teoría es la clave de la educación. «Es importante –asegura– incentivar la creatividad con lo que los niños también están acostumbrados a vivir en el día a día. En este sentido, el éxito de una idea no sólo se mide por su originalidad, sino también por una serie de factores que hay que superar para convertirla en rentable, y es en esto en lo que casi siempre se falla».

**EL CONCURSO
PREMIA A LAS
EMPRESAS CON
MEJORES
BENEFICIOS,
'MERCHANDISING'
Y PRODUCTO
ORIGINAL**