

Reseña de libro

Alejandro Mungaray Lagarda (2023)

Promoción de emprendimientos sociales para el bienestar. México: Universidad Autónoma de Baja California, MAPorrúa. ISBN 978- 607- 8859-41-2

<https://doi.org/10.52906/ind.vii6.57>

La discusión económica de los últimos tiempos deja en claro que el espíritu empresarial y la innovación son elementos centrales para un desarrollo económico sustentable contra la pobreza, la desigualdad y el desempleo.

El gran interés por entender la relación entre el apoyo institucional al emprendedor y el desarrollo económico concentra la atención en lo que se conoce como Sistemas Regionales de Innovación y Emprendimiento.

El marco anterior son los motivos de la nueva obra de *Alejandro Mungaray Lagarda, Promoción de emprendimientos sociales para el bienestar, publicada por la Universidad Autónoma de Baja California y MAPorrúa, 2023*, se divide en dos grandes ejes. En el primero se aborda, “**Formando emprendedores por medio del servicio social universitario**” y el objetivo principal es analizar cómo los estudiantes que prestaron servicio social con microempresarios emprendedores desde 1999, dentro del Programa de Investigación, Asistencia y Docencia de la Micro y Pequeña Empresa (PIADMYPE) de la UABC, han tenido más oportunidad de ser emprendedores a lo largo del tiempo, que aquellos estudiantes que no lo hicieron. La relevancia de este modelo de aprendizaje en servicio con asistencia técnica in situ a las microempresas con problemas de marginación, es que se hizo a partir de metodologías, instrumentos de compilación de datos y un software que facilitó el análisis de información microempresarial.

En el aspecto metodológico se organizó un trabajo de campo a través de un cuestionario que mide el emprendimiento en egresados universitarios, que, como estudiantes, participaron en el PIADMYPE como prestadores de servicio social. El cuestionario se enfoca en cinco dimensiones pertenecientes al emprendimiento: aprendizaje en el emprendimiento; probabilidades de convertirse en emprendedor; desarrollo de conocimientos y habilidades emprendedoras; inspiración, motivación y confianza para el emprendimiento y detección de oportunidades empresariales.

A partir de los resultados se concluyó que los jóvenes prestadores de Servicio Social adquirieron habilidades, conocimientos y desarrollaron una mentalidad empresarial con mayor formación de intenciones empresariales. Asimismo, los resultados destacan diversos aspectos. Uno de ellos es que el efecto de estar en constante cercanía con un microempresario emprendedor incrementa las probabilidades de realizar actividades emprendedoras a futuro. El segun-



do punto para destacar es que aquellos estudiantes que transitaron por el programa de asistencia a microempresas, en el largo plazo han tenido mayores probabilidades de iniciar proyectos emprendedores, pues al estar en un proceso formativo constante, desarrollaron sentimientos positivos, inspiración y aumento de la confianza, elementos clave para estimular el emprendimiento.

El segundo eje de este libro lleva por nombre “**Diferenciando el emprendimiento microempresarial**”. En esta reflexión se diferencia a las empresas no sólo por tamaños, sino también por su comportamiento en el mercado, con especial énfasis en los negocios sociales tipo dos (Yunus, 2013), conocidas en México como microempresas.

Con la estratificación oficial actual en México, los negocios sociales carecen de una clasificación especial, y son comúnmente catalogadas dentro del sector microempresarial, en función del número de empleados. Ante ello, se propone una categorización empresarial que distinga a las microempresas en dos grupos: las sociales, orientadas a luchar contra la pobreza, y las de beneficio, con mayores posibilidades de crecer en el mercado y tomar utilidades.

En el aspecto metodológico, se genera un indicador que estratifica a las microempresas por tipo de comportamiento. El indicador propuesto se estructura con base en las ganancias empresariales netas y la línea de pobreza por ingresos (Ip). El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo

Social (Coneval), la define como aquel monto monetario por persona que equivale al valor total de la canasta alimentaria y no alimentaria; es decir, aquella cantidad de dinero mínima para satisfacer las necesidades básicas de alimentación, transporte, vivienda, educación, vestido y salud.

En las conclusiones de este apartado, en el esfuerzo para representar la heterogeneidad empresarial que existe en los mercados y clasificarlas según su tamaño, se observa que los institutos nacionales de estadística de países avanzados y en vías de desarrollo, convergen en considerar variables como personal ocupado, nivel de ventas y de activos fijos. Sin embargo, aún no hay un consenso para establecer definiciones e intervalos equivalentes para cada una de las variables.

Se puede concluir que una nueva clasificación empresarial oficial, sería importante para diferenciar a las microempresas no sólo por el tamaño habitual, sino también por el tipo de comportamiento en el mercado. Esto permitiría distinguirlas de acuerdo con sus objetivos de maximizar beneficios o maximizar capacidad instalada y orientar el tipo de política pública en consecuencia.

Jaciel Ramses Méndez León

Hermosillo, Sonora, 30 de octubre de 2023