

Nuevos modelos empresariales híbridos: algunos vínculos teóricos con la empresa de la economía social y solidaria

DR. PABLO GUERRA¹

Resumen

Nuestro propósito en este artículo es mostrar cómo la clásica distinción en tres sectores económicos que da cabida a tres tipos ideales de empresa (la empresa capitalista, la empresa pública y la empresa de economía social y solidaria) comienza a tornarse nublosa al surgir en las últimas décadas algunos modelos empresariales híbridos que recogen elementos de los tipos anteriores. Nos detendremos, en ese sentido, fundamentalmente en el análisis de los vínculos existentes entre la empresa de la economía social y solidaria y nuevos formatos emergentes, a saber, la empresa social, las corporaciones B y las empresas de la economía del bien común.

Para ello, comenzaremos observando la identidad de la empresa de la economía social y solidaria contrastándola con el modelo opuesto por excelencia, esto es, la empresa capitalista en su formato de sociedad anónima.

Palabras clave: economía social, economía solidaria, economía popular, economía alternativa, economía de mercado, economía local

Artículo arbitrado

Fecha de recepción: 20/02/2014

Fecha de aprobación: 8/03/2014

¹ Profesor e Investigador en la Universidad de la República (Montevideo – Uruguay). Coordinador de la Red Interdisciplinaria de Economía Solidaria y delegado ante el Consejo Consultivo del Instituto Nacional de Cooperativismo (Uruguay). Integrante Activo del Sistema Nacional de Investigadores. Mail: profecosol@yahoo.com

Resumo

Novos modelos empresariais híbridos: alguns vínculos teóricos com a empresa da economia social e solidária

Nosso propósito neste artigo é mostrar como a clássica distinção em três setores econômicos que abrange três tipos ideais de empresa (a empresa capitalista, a empresa pública e a empresa de economia social e solidária) começa a se tornar nublada com o surgimento, nas últimas décadas, de alguns modelos empresariais híbridos que abarcam elementos dos tipos anteriores. Olharemos, neste sentido, fundamentalmente para as análises dos vínculos existentes entre as empresa de economia social e solidária e os novos formatos emergentes: a empresa social, as corporações B e as empresas de economia do bem comum.

Para isso, começaremos observando a identidade das empresas de economia social e solidária, contrastando-as com o modelo oposto por excelência, isto é, a empresa capitalista em seu formato de sociedade anônima.

Palavras-chave: *Economia social, economia solidária, economia popular, economia alternativa, economia de mercado, economia local*

Abstract

New hybrid business models: some theoretical links with the enterprise of social and solidarity economy

Our purpose in this article is to show how the classical distinction in three economic sectors which includes three ideal types of enterprise (capitalist enterprise, public company and the social and solidarity economy) starts to become blurred at the arise in the last decades of some hybrid business models that collect items of the above types. We will focus in this regard, primarily in the analysis of the links between the enterprise of social economy and emerging formats, namely, social enterprise, B corporations and companies in the economy of the common good.

We will start by looking at the business identity of the social and solidarity economy contrasting it with the quintessential opposite pattern, that is, the capitalist enterprise in its form of corporation.

Keywords: *Social economy, solidarity economy, popular economy, alternative economy, market economy, local economy.*

INTRODUCCIÓN

Si bien vivimos en un contexto socioeconómico donde predomina una economía de mercado hegemonizada por un particular tipo de empresa (la empresa capitalista), no menos cierto es que nuestro “mercado determinado” rico en contradicciones² expone un menú muy amplio de tipos de empresas, con diferentes racionalidades, objetivos, instrumentos económicos, estructuras y modelos de gestión³.

Nuestro propósito en este artículo es mostrar cómo la clásica distinción en tres sectores económicos que da cabida a tres tipos ideales de empresa (la empresa capitalista, la empresa pública y la empresa de economía social y solidaria) comienza a tornarse nublada al surgir en las últimas décadas algunos modelos empresariales híbridos que recogen elementos de los tipos anteriores. Nos detendremos en ese sentido, fundamentalmente en el análisis de los vínculos existentes entre la empresa de la economía social y solidaria y nuevos formatos emergentes, a saber: la empresa social, las corporaciones B y las empresas de la economía del bien común.

Efectivamente, en su formato más típico de nuestros mercados determinados, la actividad empresarial consiste en valorizar un aporte original de capital, procurando para ello la contratación de terceros factores entre los cuales está el trabajo, que asume en un particular momento histórico un estatus salarial que hasta el día de hoy aparece como rasgo típico de la empresa capitalista. Las características principales de este formato devenido hegemónico son: (a) el establecimiento de una relación capital-trabajo donde el primero contrata al segundo estableciendo una relación de trabajo asalariado⁴;

(b) un sistema económico básicamente de mercado donde se desarrolla un submercado financiero que ofrece medios a, (c), sujetos emprendedores guiados por la búsqueda de ganancia que a su vez recurren a, (d), los managers, CEOs o directivos que tienen a su cargo, también bajo una relación salarial, el desafío de maximizar el lucro de los inversores.

Estos elementos, mientras tanto, han variado desde el origen de la empresa capitalista.

Es así, por ejemplo, que los sujetos inversionistas han mutado con el paso del tiempo. De un capital fundamentalmente personalizado, se pasa a un capital muchas veces anónimo, aportado por múltiples sujetos. Es el pasaje de una empresa capitalista de primera generación (de base familiar) al modelo corporativo. Pero incluso en el modelo corporativo, es evidente el pasaje hacia un sistema despersonalizado cuando los aportes rebasan el círculo de los primitivos suscriptores y las acciones se materializan en documentos negociables. Dice Barrera Graf: “En efecto, el carácter anónimo de la sociedad y su naturaleza eminentemente capitalista se acentúan y exageran con la utilización de acciones al portador, que permiten toda clases de abusos de socios fantasmas, incontrolables y desconocidos, principalmente en detrimento del físico”⁵.

El vínculo salarial también ha mutado. Originalmente falto de regulación luego de la caída de las *Poor Laws* (el régimen de los gremios artesanales o el sistema de la *corvée* estaban regulados por otras vías), con el origen y desarrollo del Estado de Bienestar se pasa a un modelo en el cual el estatuto salarial se determina por leyes de mínimos y un sistema de relacionamiento laboral que contribuye

determinarse principalmente de acuerdo con los hechos relativos a la ejecución del trabajo y la remuneración del trabajador (9)” para aclarar luego, que una definición debería incluir “las condiciones que determinan la existencia de una relación de trabajo, por ejemplo, la subordinación o la dependencia (12)” (OIT, 1997: 102).

⁵ Barrera Graf (1983), 8.

² Gramsci (1970).

³ Guerra (2013).

⁴ La Recomendación 198 de la OIT expresa que “la existencia de una relación de trabajo debería

a limar las asperezas entre los intereses de una y otra parte. El Derecho Laboral nace y se desarrolla en este contexto. La globalización, sin embargo, inaugura una nueva etapa caracterizada por una mayor competencia a escala mundial, lo que contribuye a cambios importantes en materia de localización de las inversiones así como en términos de una mayor precarización cuando no de desempleo. Se abre en ese sentido una etapa de desregulación y flexibilidad laboral, visible sobre todo a partir de los años ochenta.

Mientras eso ocurre, la teoría empresarial se muestra rezagada. Luego de una etapa clásica donde el fenómeno de la producción y el trabajo adquiriría particular centralidad (nótese en ese sentido que el principal texto del máximo referente de la economía clásica –Smith– comienza con el análisis de “la división del trabajo”; en tanto la teoría de “valor–trabajo” caracterizaría a autores de distinto pelo como Ricardo o Marx), la teoría neoclásica abandona esta perspectiva, seducida por los encantos del funcionamiento de los mercados. El léxico abandona o minimiza términos como “trabajo”, “producción” o “necesidades” y erige otros como “consumo”, “precios” y “utilidad marginal”.

Nuestras economías, mientras tanto, revelan una pluralidad de manifestaciones empresariales más allá del formato capitalista que mantiene la hegemonía y prácticamente el monopolio en el discurso establecido.

Es así que en las postrimerías del siglo XX comienza a desarrollarse una interesante literatura proveniente tanto desde la academia como desde las organizaciones sociales que pone su eje en la necesidad de reconocer la presencia de formatos económicos y empresariales diferentes a los más comúnmente analizados. Eso sucede, por ejemplo, con conceptos como economía social, economía solidaria, empresa social, emprendurismo so-

cial, empresa socialmente responsable, tercer sector, etc. Estas nuevas voces, a su vez, beben de las fuentes de otras expresiones con más antigüedad como es el caso de Cooperativismo, mutuales, asociaciones civiles, comunidades o autogestión, solo para citar algunas. Finalmente, proyectan nuevas configuraciones que desde distintos marcos doctrinarios, ideológicos o incluso científicos comienzan a proliferar desde el último lustro, caso de los “negocios inclusivos”, “corporaciones B” o “economía del bien común”.

Luego de una etapa clásica donde el fenómeno de la producción y el trabajo adquiriría particular centralidad, la teoría neoclásica abandona esta perspectiva, seducida por los encantos del funcionamiento de los mercados. El léxico abandona o minimiza términos como “trabajo”, “producción” o “necesidades” y erige otros como “consumo”, “precios” y “utilidad marginal”.

LA IDENTIDAD COMO ANTÍTESIS: EL CASO DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

La figura prototípica de empresa en el sistema capitalista (la sociedad anónima) surge en el siglo XVII en Inglaterra y los Países Bajos con el propósito de organizar un emprendimiento comercial en las “Indias Orientales”, esto es, las colonias fundamentalmente ubicadas en el continente asiático. Estas sociedades recogen antecedentes en la *commenda* italiana, un modelo de gestión empresarial constituido con el propósito de eludir las normas morales que restringían la actividad comercial y donde los nobles (comanditarios) básicamente colocaban fondos para que un gestor realizara la actividad

comercial propiamente dicha. La sociedad en comandita, de esta manera, limitaba la responsabilidad del capitalista al capital aportado. Otros antecedentes, incluso muy anteriores en el tiempo, han sido recogidos por diversos autores⁶. Las S.A. recogen estos antecedentes introduciendo la “acción” como la parte representativa del capital aportado por los socios. En esta primera etapa histórica, como bien señala Barrera, la S.A. asumía un carácter personalista además de aristocrático y no democrático. La naturaleza aristocrática reside “en la amplitud de facultad que se arroga el Consejo, así como la escasez de atribuciones reservadas a los socios”, lo que coincidía con las estructuras políticas de la época, poco propensas a otorgar soberanía a las asambleas de socios⁷. El modelo de gestión por lo demás no era democrático, sino que quienes más capital aportaban, más poder de decisión tenían. Este modelo, que finalmente limitaba las responsabilidades de sus socios, fue de fundamental importancia para canalizar capitales en el contexto de un cambio de época donde los marcos éticos que regulaban fuertemente la economía se descomprimían al punto de gestarse otras motivaciones fundamentalmente dirigidas a la obtención de riquezas materiales.

Han sido por lo tanto características de este modelo empresarial:

- La separación legal entre la entidad (unidad económica) y sus propietarios, lo que significa entre otras cosas que la entidad permanece aún si los socios fallecen o transfieren sus activos. Esta característica le otorga a las corporaciones una estabilidad en el tiempo de la que no gozan otras unidades económicas.
- Las decisiones se toman por parte de una estructura de dirección que no coincide con la persona de los propietarios.

- La propiedad de los medios puede ser libremente transferida.
- Finalmente, son sociedades con responsabilidad limitada, eso supone que sus propietarios solo son responsables hasta el monto invertido en la empresa.

Como señala Khanna, las primeras corporaciones europeas cumplían con los dos primeros atributos, a veces con el tercero, pero raramente con el cuarto, más propio de las corporaciones modernas⁸. También podríamos citar como una quinta característica de este modelo empresarial, la motivación de ganancia económica que persigue. Como señala Hirschman (1999), las pasiones egoístas comienzan a manifestarse con especial protagonismo en este tiempo histórico que va dando origen al capitalismo.

En todos los casos, este modelo empresarial se convirtió en un instrumento estratégico y funcional para atraer la concentración de capitales en tiempos donde el crecimiento del comercio abría un campo favorable a la inversión productiva con ánimo de obtener ganancias económicas. Desde este punto de vista, las corporaciones son instrumentos empresariales que concitan la asociatividad, aunque a diferencia de las empresas solidarias, aquí se asocian los capitales en tanto en las empresas solidarias hay una asociación de personas con igualdad de derechos.

LOS MECANISMOS DE ASOCIATIVIDAD

El mercado (al menos en su versión polanyiana como “lugar físico”) puede ser visto como un ámbito de encuentro entre los agentes económicos. Ciertamente este “encuentro” se dio en un momento de la historia de manera territorializada, donde “el mercado” se asimilaba a un particular tipo de encuentro presencial entre productores y consumidores que recibía el nombre justamente de merca-

⁶ Ver Kyd (1793); Khanna (2005).

⁷ Barrera *op cit.*, 3.

⁸ Khanna (2005), 5.

do, feria, tianguis, mercadillos, etc. El paso del tiempo y el avance de técnicas de comercialización cada vez más refinadas, fueron distanciando esta concepción del territorio, del lugar físico, para pasar a tener una connotación más sistémica, donde la lógica de los intercambios, por ejemplo, no necesita del contacto físico entre oferente y demandante. Sin duda que la globalización financiera llevaría a un punto de máxima radicalidad esta suerte de desprendimiento mercantil del contacto y encuentro físico. Dicho de otra manera, no son ya las personas las que se encuentran sino la oferta y demanda.

Hay entonces todo un espacio de lo económico (físico o virtual) que se constituye para el intercambio de bienes y servicios, pero además para el encuentro de información, necesidades y aspiraciones de los diversos sujetos que allí concurren con multiplicidad de racionalidades, propósitos, objetivos e ideales.

Es así que cierta información de mercado, ciertas necesidades y ciertas iniciativas llevan a la concreción de estrategias de asociatividad. Desde un punto de vista amplio podemos definir a la estrategia de asociatividad como aquella estrategia que lleva a un actor económico (sujeto individual o colectivo) a integrarse a un proyecto mayor, manteniendo su identidad, mediante mecanismos de colaboración, aportación o cooperación con el propósito de seguir un objetivo en común. Es así, por ejemplo, que un sujeto individual puede asociarse a una sociedad anónima aportando sus ahorros convertidos ahora en acciones; otro sujeto individual puede asociarse a una cooperativa de trabajo cooperando con su trabajo; una empresa puede asociarse a otra para compartir economías de escala (por ej., una red de pequeñas tiendas se asocian para comprar juntas); y otra empresa decide establecer una alianza estratégica con las restantes empresas de su territorio para generar un proceso de desa-

rollo local que impacte positivamente en el conjunto.

Nótese en estos ejemplos que las motivaciones pueden ser variadas, por ejemplo: mejorar la rentabilidad de los ahorros, generar fuentes de trabajo, reducir costos, aumentar las ganancias o impactar positivamente en el contexto socioeconómico. Es tan complejo el campo de las motivaciones económicas que podemos decir que una familia no decide comprar acciones de una empresa solo para mejorar la rentabilidad de sus ahorros; en algunos casos, se trata de poner a resguardo los ahorros antes que de maximizar un retorno, en otros casos se trata de apoyar una causa (eso sucede en algunas empresas sociales), incluso hay organizaciones sociales que alientan a comprar acciones de importantes corporaciones para poder expresar sus ideas en las asambleas de accionistas (accionistas críticos), algunas veces con resultados alentadores como cuando en 1982 Bayer se vio obligada a terminar con sus políticas de vertido de ácidos en el Mar del Norte⁹. La misma complejidad y multiplicidad de razones motivacionales ocurre entre algunos cooperativistas y algunas cooperativas: no solo se trata de crearlas con el ánimo de satisfacer una necesidad, sino que en muchas oportunidades los sujetos que las integran solo buscan allí una determinada rentabilidad tal como sucedería en una empresa capitalista, por ejemplo, el caso de una persona que se asocia a una cooperativa de ahorro y crédito solo por el hecho de que allí paga una cuota de menor valor respecto de su competencia en el mercado, o un hacendado que se integra a una cooperativa agraria por el beneficio de las exoneraciones tributarias. La asociatividad cooperativa aquí se reduce a una acción racional en base a cierto interés común con otros sujetos. Compartimos con Evers que esta mirada del Cooperativismo "deja de lado un vasto mundo de motivaciones que no son

⁹ CNMS (1997), 134.

consumistas ni instrumentales”¹⁰.

Finalmente digamos que la estrategia de asociatividad nada dice respecto al modelo de gestión del proyecto mayor. Es así que la asociatividad de capitales en una S.A. se da en el marco de un modelo de gestión capitalista donde el poder de decisión está relacionado a la cantidad de capital accionario que se posea. En una cooperativa, la asociatividad entre personas (físicas o jurídicas) comúnmente da lugar a un modelo de gestión democrática (una persona = un voto). Eso a veces no ocurre entre cooperativas de segundo grado, lo que pervierte –a mi modo de ver– el modelo de la cooperación económica de tipo solidario.

La estrategia de asociatividad nada dice respecto al modelo de gestión del proyecto mayor. Es así que la asociatividad de capitales en una S.A. se da en el marco de un modelo de gestión capitalista donde el poder de decisión está relacionado a la cantidad de capital accionario que se posea. En una cooperativa, la asociatividad comúnmente da lugar a un modelo de gestión democrática.

La asociatividad económica, como ya se expuso, tiene como condición el hecho de que sus partes no pierden su autonomía, conservando, por ejemplo, su personería jurídica cuando se trata de empresas. Esto significa que la fusión empresarial no constituye asociatividad en la medida que las empresas que se fusionan unen sus patrimonios disolviéndose las partes constituyentes. La absorción mientras tanto implica que una de las partes se disuelve. Como señala Martí, la asociatividad empresarial puede dar lugar a cooperati-

vas, consorcios, alianzas estratégicas, *clusters*, distritos industriales y redes empresariales locales como las formas más importantes¹¹.

La empresa solidaria, por lo tanto, necesita algo más que asociatividad. Hemos visto que las empresas basadas en el capital recurren a mecanismos asociativos. La asociatividad que caracteriza a la economía social y solidaria es de carácter democrático y está encarnada –como ya hemos señalado– en el marco de determinados principios y valores.

LA ECONOMÍA PLURAL Y LOS CASOS DE EMPRESAS HÍBRIDAS

Así como en el marco de la modernidad no ha sido posible advertir la existencia de una economía puramente capitalista ni de una economía puramente socialista¹², lo cierto es que a nivel microeconómico no podemos trasladar el formato de la sociedad anónima como hegemónico en nuestros mercados determinados.

La idea de una economía plural intenta poner el acento en la multiplicidad de formas y racionalidades operando en nuestras economías. Al decir de Mauss, “no hay tal cosa como una sociedad exclusivamente capitalista (...). Solo hay sociedades con un régimen dominante o, mejor dicho, para complicar aún más las cosas, con sistemas institucionales más o menos arbitrariamente definidos por el predominio de uno u otro de sus elementos”¹³.

Esto es lo que lleva a Laville a reflexionar sobre la necesidad de superar el paradigma dominante de la teoría económica, rescatando en el contexto de una economía plural,

¹¹ Martí (2012), 7.

¹² En tal sentido Amartya Sen explica: “Algunos alegan que deben nacionalizar todos los medios de producción, entonces no hay ningún país socialista en el mundo. Otros dicen que el capitalismo significa que todos los mercados deben ser privados, pero tampoco hay un país así” (Sen, 2013).

¹³ Mauss (1997), 265.

¹⁰ Evers (1993).

la existencia de una variedad de formas de propiedad, es decir, las diferentes categorías de personas que tienen los derechos de propiedad y por tanto son capaces de dar forma a los objetivos de una empresa. Los objetivos de una empresa dependen de la configuración de los derechos de propiedad y de los que las poseen. En efecto, a diferencia de las empresas capitalistas, algunas empresas no son propiedad de los inversores, sino también de otros tipos de actores, cuyo objetivo no es acumular capital¹⁴.

En este contexto, creemos que la clasificación habitual de empresas en tres sectores de la economía resulta insuficiente y simplista, pues en la realidad de nuestros mercados determinados irrumpen y se manifiestan múltiples racionalidades e instrumentos económicos traducidos en una pluralidad de manifestaciones empresariales.

La propia noción de la empresa cooperativa incluso resulta insuficiente para dar cabida a todos los formatos cooperativos, pues una cooperativa financiera tiene diferencias notorias respecto a una cooperativa de trabajo o una cooperativa de vivienda. No se trata solamente de hacer mención a la clásica diferencia entre cooperativas de usuarios y cooperativas de trabajadores, sino señalar que al interior de estas incluso hay diferencias apreciables, como se puede observar cuando comparamos, por ejemplo, una cooperativa de vivienda por autoconstrucción y una cooperativa de consumidores. El abanico se abre un poco más cuando damos un nuevo paso y avanzamos hacia una definición de la economía social y solidaria como sector. Aquí los consensos, como es lógico, son menores a pesar del esfuerzo realizado sobre todo en Europa para incluir bajo esta voz a cooperativas, mutuales, asociaciones e incluso fundaciones. Nótese en tal sentido, que a pesar de

los avances realizados para llegar a posiciones más o menos consensuadas en cuanto al tipo de organización que forma parte de este sector, surgen dudas respecto a las asociaciones (para algunos solo deben figurar aquellas que realicen actividades económicas) y sobre todo respecto a las fundaciones. Estas últimas claramente no suelen ser organizaciones democráticas, a lo que se suma que muchas de ellas tampoco son autónomas al depender financieramente de empresas capitalistas.

La clasificación habitual de empresas en tres sectores de la economía resulta insuficiente y simplista, pues en la realidad de nuestros mercados determinados irrumpen y se manifiestan múltiples racionalidades e instrumentos económicos traducidos en una pluralidad de manifestaciones empresariales. La propia noción de la empresa cooperativa incluso resulta insuficiente para dar cabida a todos los formatos cooperativos.

Nos detendremos entonces en tres formatos híbridos en materia empresarial, donde las nociones de *non profit*, economía social y solidaria, o empresa capitalista parecen no ser suficientes para dar cuenta de sus características. Nos referimos a empresas híbridas pues en parte responden a los criterios del tipo ideal de empresa capitalista (por ejemplo, son empresas basadas en un capital aportado por socios que bajo formatos jurídicos de sociedades mercantiles y luego de contratar factores externos como trabajo, producen mercancías para vender en el mercado esperando una cierta rentabilidad económica), aunque en parte también responden a criterios de tipo ideal de empresa

¹⁴ Laville (2013), 6.

solidaria (por ejemplo, fuerte acento en un marco ético, fuerte presencia de objetivos sociales y ambientales en su misión).

1. LA EMPRESA SOCIAL

En los años noventa surge en la literatura europea el concepto de *l'entreprise sociale* o *Social Enterprises* para dar cuenta de nuevos formatos empresariales que comenzaban a surgir en algunos países para hacer frente al problema de la exclusión social generado por el desempleo entre población vulnerable¹⁵, caso de las cooperativas sociales de Italia legisladas en 1991 y que se constituyen sin duda en el ejemplo más paradigmático de esta primera literatura o las sociedades con finalidad social de Bélgica legisladas ese mismo año. Las empresas sociales, de esta manera, comenzaban a verse como expresiones de la denominada “nueva economía social” en Europa¹⁶ ya que primaban entre las figuras jurídicas de estas expresiones las cooperativas y asociaciones. Por su parte, también tendía puentes con las organizaciones del *non profit sector*, ya que muchas de estas empresas eran creadas por ONGs como forma concreta de incidir a favor de los sectores excluidos mediante formatos de activación económica, lo que ha llevado a un cambio de sus fuentes de financiación, evolucionando de una total dependencia del sector público a la obtención parcial de recursos del mercado¹⁷.

En ese contexto, la OCDE las define en una primera instancia como:

toda actividad privada, de interés general, organizada a partir de una gestión empresarial que no tiene como razón principal la maximización de las ganancias sino la satisfacción de ciertos objetivos económicos y sociales, así como la ca-

pacidad de poner en marcha por la producción de bienes o servicios soluciones innovadoras a los problemas de exclusión y desempleo¹⁸.

Si bien en esta definición no se incluye la participación democrática, luego menciona entre sus palabras claves la “participación y organización democrática”¹⁹. En ese mismo plano, Euronetz incluye entre sus características distintivas una estructura organizacional de tipo cooperativo con igualdad de derechos²⁰, lo que le lleva a decir al citado autor que el concepto de empresa social está muy cercano al de economía social²¹, citando casos que van desde las empresas comunitarias hasta los sistemas de intercambios tipos LETs, pasando por las cooperativas y mutuales. Incluye no obstante las *social firms*, denominadas empresas de inserción en otros países como España. También, distanciándose de las empresas de la economía social, menciona el caso de las organizaciones que prestan servicios de intermediación laboral mediante programas específicos dirigidos a desempleados.

Digamos entonces que, en el marco de esta incipiente literatura europea, la idea de una empresa social estaba muy vinculada a los nuevos formatos de la economía social, cosa que no sucedería en una segunda oleada, con mayor acento en la tradición norteamericana, donde el concepto se iría moviendo más hacia un cierto emprendurismo de base capitalista pero con fines sociales. Juega aquí un papel relevante la “iniciativa empresa social” de la Harvard Business School o luego la Social Enterprise Alliance que definió a la empresa social como “cualquier negocio de generación de ingresos o estrategia emprendida por una organización *non profit* para generar ingresos

¹⁵ Este tipo de empresas se denominaron WISE a principios de los 90s: *Work Integration Social Enterprise*.

¹⁶ Defourny, Favreu y Laville (2001).

¹⁷ Alguacil (2012), 84.

¹⁸ OCDE (1999), 10.

¹⁹ Gardin (2004), 2.

²⁰ Smallbone (2001), 6.

²¹ Idem, 15.

para apoyar su misión caritativa”²² aunque también en los EUA el concepto tenía una segunda variante incluyendo empresas capitalistas con fines sociales.

Como bien señala Mendiguren (2009), parecería haber una conexión entre la influencia de la economía social y el concepto de empresa social en el contexto europeo, en tanto en Estados Unidos la influencia viene dada por la impronta del *non profit sector*. Mientras que la primera pone el acento en el sujeto colectivo y la gestión democrática, la segunda pone énfasis en la no-distribución de beneficios y en el concepto del negocio.

Esta segunda vertiente de la empresa social genera además una corriente de “emprendurismo social” (*social entrepreneurship*) asociado a la idea del “negocio inclusivo”, donde actores como Ashoka, Echoing Green, Skoll Foundation, Schwab Foundation o Avina han jugado un papel decisivo para su difusión. Este enfoque, a diferencia del anterior, apuesta al papel de cierto liderazgo individual más propio de los valores culturales hegemónicos aunque esta vez reorientado al desarrollo de una visión y misión con propósitos sociales.

En esta segunda línea se ubican, por ejemplo, los trabajos de Yunus, conocidos especialmente luego de haber recibido el Premio Nobel de la Paz en 2006. Situado en la intersección entre los negocios tradicionales y las ONGs, las empresas sociales (o *Social Business*, como prefiere denominarlo Yunus) son definidas como

un negocio auto-sostenible sin pérdidas ni dividendos que aborda un objetivo social dentro de las normas del mercado actual. La empresa social es un negocio al generar ingresos suficientes como para garantizar su funcionamiento y es un negocio social al despojarse de los dividendos reinvertiendo las ganancias

obtenidas en su objetivo social, ampliando su impacto positivo en la sociedad²³.

Agrega luego: “Porque la compañía está dedicada en un 100% a la causa social, la noción del lucro personal desaparece. El inversor podrá, pasado un tiempo, recuperar su inversión inicial, pero sin obtener una ganancia superior a su inversión”²⁴.

Este tipo de empresas, siempre según el reconocido economista de Bangladesh, se basan en los siguientes principios:

- El objetivo de superar la pobreza, o uno o más problemas (como educación, salud, acceso a tecnología, medio ambiente, etc.) que amenazan a las personas y a la sociedad; no la maximización del beneficio.
- Sostenibilidad financiera y económica.
- Los inversores recuperan únicamente la cantidad de su inversión. No se reparten dividendos más allá del dinero invertido.
- Cuando la cantidad de la inversión ha sido retornada, los beneficios de la compañía permanecen en la compañía para expansión y mejora.
- Medioambientalmente consciente.
- La fuerza de trabajo recibe salarios de mercado con mejores condiciones laborales.
- Hacerlo con alegría²⁵.

Nótese en estos principios algunas coincidencias y diferencias respecto a la literatura de la economía social y solidaria. La principal coincidencia es que se trata de empresas que no buscan la maximización de utilidades sino fundamentalmente objetivos sociales. De esta manera la empresa se maneja con una serie de principios. Es de destacar que Yunus en su obra *Un mundo sin pobreza (2008)* se muestra crítico al modelo de em-

²² Defourny y Dissens (2013), 9.

²³ Yunus (2013).

²⁴ Idem.

²⁵ Yunus Centre (2013).

presa socialmente responsable, un punto en el que también se muestran coincidencias con el movimiento de la economía solidaria, aunque llamativamente el último de sus libros, dedicado a las empresas sociales, se subtitula en español *Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad* (2011). Como se comprenderá, la recurrencia al capitalismo es un elemento ideológico diferenciador del discurso más comúnmente manejado entre autores de la economía solidaria (sobre todo en América Latina).

En un plano más concreto, a diferencia de las definiciones más consensuadas de economía social y solidaria, aquí no se establece como principio el de la gestión democrática. Otra de las diferencias tiene que ver con el factor organizador de la empresa. Mientras que las empresas de la economía social y solidaria se constituyen a partir de un colectivo humano que se asocia originando un capital social, en la empresa social se busca una inyección original de capital que podría venir, por ejemplo, de una empresa capitalista. Ese es el caso emblemático de Grameen Danone. De alguna manera, la empresa social no solo convive con empresas capitalistas, sino que a veces depende de ellas para su existencia y sobrevivencia, lo que podría generar mecanismos de presión (coste de dependencia) o exportación de modelos gerenciales contrarios al espíritu que guía a muchas empresas

La empresa social no solo convive con empresas capitalistas, sino que a veces depende de ellas para su existencia y sobrevivencia, lo que podría generar mecanismos de presión o exportación de modelos gerenciales contrarios al espíritu que guía a muchas empresas de la economía solidaria.

de la economía solidaria. La convivencia de estos dos modelos empresariales no parece ser sencilla, como se desprende del caso Grameen – Telecom.

Los puntos de contacto y las diferencias entre la idea de la empresa social y la empresa de la economía social quedan expuestos en los trabajos de la EMES Network²⁶. En efecto, EMES no presenta una definición acabada sino una serie de criterios ordenados en tres ejes:

Eje económico – empresarial

a) Una actividad continua que produce bienes y/o vende servicios

Las empresas sociales son fundamentalmente empresas productivas o comerciales antes que organizaciones que realizan actividades sociales. Este criterio las asemeja a las cooperativas y otras entidades de la ESS.

b) Un nivel significativo de riesgo económico

Quienes fundan una empresa social asumen total o parcialmente el riesgo inherente a la iniciativa. En este punto también hay coincidencia con las empresas de la ESS cuya viabilidad financiera depende de los esfuerzos de sus miembros y trabajadores.

c) Una mínima cantidad de trabajo remunerado

Esta característica tiene como propósito distinguir estas empresas de las organizaciones basadas en el trabajo voluntario. EMES señala que si bien pueden combinar recursos monetarios y no monetarios, y trabajadores voluntarios y remunerados, la actividad realizada en las empresas sociales requiere un número mínimo de trabajadores remunerados. Esta característica tampoco está reñida con la mayoría de los casos de ESS, en la medida en que se refiere a “remuneración” y no “salario”, que como se comprenderá es un

²⁶ EMES es la sigla que identifica a la Red nucleada a través del proyecto denominado “Emergence des Entreprises Sociales en Europe” de 1996.

subtipo de remuneración más específico²⁷.

Eje social

d) Un objetivo explícito de beneficiar a la comunidad

Uno de los principales objetivos de las empresas sociales es servir a la comunidad o a un grupo específico de personas. Aquí hay una diferencia con la mayoría de las empresas de la ESS que se constituyen para satisfacer las necesidades de sus socios mediante las relaciones económicas de ayuda mutua y cooperación. Si bien hay un servicio a la comunidad (establecido, por ejemplo, mediante el séptimo principio cooperativo definido por la ACI), claramente se trata de organizaciones que persiguen la satisfacción de las necesidades de sus miembros. Aún así, la economía solidaria muestra casos más dirigidos al beneficio de la comunidad respecto a la economía social, caso de las empresas que se organizan para el desarrollo del comercio justo, las finanzas éticas, el consumo o el turismo responsable, etc. Aquí observamos cómo la cooperación puede dar lugar a organizaciones que también explícitamente están dirigidas a beneficiar a la comunidad.

e) Una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la sociedad civil

Las empresas sociales son el resultado de dinámicas colectivas. Esta característica, que busca apartarse del mero emprendurismo individual, es característica también de la ESS.

f) Una distribución de beneficios limitada

Esta característica permite incluir desde la perspectiva de Yunus (irrepartibilidad de beneficios luego de que los capitalistas amortizaron su inversión) hasta la legislación cooperativa más usual, que permite cierta

²⁷ El texto original de estas características se refiere a "paid work", asumiendo por lo tanto un abanico de remuneraciones que van desde un salario (empleo en relación de dependencia) hasta la distribución de utilidades (cooperativas de trabajo). Defourny (2001), 16.

distribución de excedentes entre sus socios. Por lo tanto es una nueva característica que se comparte con la ESS.

Eje de la gobernanza participativa

g) Un alto grado de autonomía

Esta característica, que pretende distanciarla de proyectos gestionados desde políticas públicas, es también propio de la ESS, como se desprende, por ejemplo, del cuarto principio cooperativo definido por la ACI.

h) Una facultad de decisión no basada en la propiedad de capital

Este criterio responde al principio históricamente defendido por el Cooperativismo que se resume en "una persona, un voto" o, mínimamente, que el poder de voto, no está distribuido según las acciones de capital en el máximo órgano de gobierno.

i) Una naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad

La representación y participación de usuarios o clientes, la influencia de diversas partes interesadas en la toma de decisiones y la gestión participativa constituyen a menudo importantes características de las empresas sociales. En la ESS, el modelo de gestión es democrático pues está sustentado en sus socios. La inclusión de otros actores en la gobernanza es una tarea con dispares resultados entre las organizaciones tradicionales de la ESS aunque con mayor desarrollo en algunos de los nuevos actores.

El enfoque EMES de la empresa social presenta por lo tanto muchos más puntos en común que diferencias respecto al concepto de una empresa de la economía social. Incluso, sus eventuales diferencias toman como referencia a la economía social clásica, antes que a la denominada "nueva economía social". Así, por ejemplo, desde la óptica de EMES el Prof. Carlo Borzaga señala cuatro diferencias

de las empresas sociales respecto al modelo tradicional de la economía social, a saber:

- Respecto al objetivo: no se trata solo de servir al socio, sino de impactar positivamente en la comunidad.
- Respecto a la propiedad: abierta a otros *stakeholders*, por ejemplo, los voluntarios.
- Respecto a los sectores de actividad: no solo se buscan nichos de mercado, sino además nichos con elevado valor social.
- Respecto a la distribución de las ganancias: no redistribuyen entre los socios.

Borzaga, por lo tanto, señala que en los últimos años es visible una tendencia a avanzar hacia organizaciones que se constituyen no solo para atender las necesidades de sus socios, sino además para atender el interés de la comunidad, y que ello resulta de un pasaje de la “economía social” a la “economía solidaria”²⁸. Si bien es una elaboración discutible desde los paradigmas latinoamericanos, no deja de ser interesante como una descripción de tendencias.

Sin embargo, cuando comparamos con algunas tendencias de empresa social provenientes de los Estados Unidos de América, comienzan a visualizarse mayores diferencias conceptuales, siendo que, por ejemplo, un proyecto que genera valor social liderado por una empresa capitalista es considerado propiamente empresa social aunque no responda al criterio de autonomía visto antes²⁹. Lo mismo sucede con el enfoque norteamericano de la innovación social, que reconoce a una empresa social aunque no presente límites en la distribución de los beneficios, cosa que ocurre por ejemplo entre las *Low-Profit Limited Liability Company* (L3C).

2. LAS CORPORACIONES B Y LAS *LOW-PROFIT LIMITED LIABILITY COMPANY*

Las corporaciones B o corporaciones de beneficio nacen recientemente en los Estados Unidos con el propósito de consolidar un sector corporativo que persiga al mismo tiempo un balance económico, social y ambiental. Con el convencimiento de que las políticas sociales y las ONGs son importantes pero no suficientes para hacer frente a tantos problemas sociales, un grupo de empresarios fue tejiendo en 2006 la idea de crear un nuevo tipo de empresa que procure el bienestar no solo de sus accionistas sino de todos los involucrados (*stakeholders*). Hoy son 18 los estados con legislaciones aprobadas en esta materia (la primera ley es de 2010 en el estado de Maryland) y 600 las empresas que han cambiado sus estatutos para este formato³⁰. Otro hito fue la creación de la primera corporación B fuera de los Estados Unidos (Canadá) en 2009, abriéndose de esta manera una etapa de internacionalización que le ha llevado, por ejemplo, a tener presencia en algunos países latinoamericanos mediante un sistema de certificación que expide BLab, una ONG creada con ese propósito.

Es de destacar que estas corporaciones operan de la misma manera que las corporaciones tradicionales, pero elevando los estándares de su actuación socio-ambiental, rendición de cuentas y políticas de transparencia. Para constituirse en corporaciones B, las empresas deben cumplir una serie de requisitos que luego son monitoreados con el propósito de constatar su cumplimiento. Así entonces, si alguna de estas empresas no logra generar rentabilidad y compromete su capacidad de pago, le sucede lo que al resto de las sociedades comerciales, esto es, se concursa o entran en quiebra. Ahora bien, si no generan impactos positivos en las dimen-

²⁸ Borzaga (2013).

²⁹ Austin (2004).

³⁰ B Corporation (2012).

siones sociales y ambientales, deberán corregir sus prácticas so pena de perder el estatus legal (en aquellos Estados donde exista marco legal) o perder su certificación.

Una de las empresas más emblemáticas en obtener la “certificación B” en los EEUU ha sido Ben & Jerry’s. Esta empresa, que ha hecho muy popular la citada marca de helados, fue creada por Ben Cohen y Jerry Greenfield en 1978 y desde entonces se ha posicionado con mucho éxito en el mercado a través de una estrategia empresarial muy audaz y cargada de valores como el bienestar de la comunidad y la sustentabilidad del planeta. Es así que sus helados incorporan insumos saludables y han sido utilizados para diversas campañas sociales (una de las últimas consistió en el apoyo a los manifestantes frente a Wall Street), en tanto sus productos llevan el sello de comercio justo. Su misión, por ejemplo, se centra en el papel social que pretende cumplir la empresa: “Conscientes del papel que jugamos en la sociedad, nos comprometemos a innovar sin cesar para seguir mejorando la calidad de vida de la comunidad que nos acoge, tanto a nivel nacional como internacional”³¹.

Esta empresa, sin embargo, tuvo un giro inesperado en el 2000. La impronta “progresista” impuesta por sus particulares propietarios recibió un fuerte cimbronazo cuando Unilever, una de las multinacionales más fuertes del mundo, decidió su compra. Aunque sus fundadores se negaron, terminaron aceptando por razones jurídicas: la ley de corporaciones obligaba a aceptar la mejor oferta (al fin y al cabo las empresas que cotizan en bolsa buscan maximizar las utilidades de sus accionistas). Este hecho, justamente, terminó impulsando entre los promotores del empresariado social nuevas figuras jurídicas como las corporaciones B o las L3Cs. Aunque ciertas opiniones cuestionan que la ley de cor-

poraciones en EEUU haya sido determinante para esta venta³², lo cierto es que este ha sido un caso emblemático acerca de los límites que tienen las sociedades anónimas para actuar de manera socialmente responsable.

Por su parte las *Low-Profit Limited Liability Company* (L3c) son una forma jurídica de empresas establecidas como sociedad de responsabilidad limitada de baja rentabilidad, pensadas justamente para dar cuenta de las empresas sociales, esto es, entidades empresariales que persiguen fines sociales. Se legisla por primera vez en Vermont en 2008. Toman como base conceptual una sociedad de responsabilidad limitada pero específicamente dirigidas esta vez a procurar un beneficio social. Extendidas a otros estados, aún no han generado una alta demanda, aunque una reciente reforma en la regulación de las fundaciones que obliga a aportar 5% de sus activos por año con fines benéficos podría impactar positivamente en este nuevo formato pues se las reconoce como sujetos receptivos de estas donaciones³³.

En América Latina, la figura de las corporaciones B (o empresas B) ha tenido cierto desarrollo en países del Cono Sur. En tal sentido, las primeras empresas en ser certificadas fueron TriCiclos y Green Libros (Chile), Ouro Verde (Brasil) y Emprendia (Argentina). Actualmente, en Argentina, por ejemplo, existen unas 20 empresas certificadas y se ha generado un incipiente movimiento empresarial con el objetivo de modificar la ley de sociedades y de esa manera legislar sobre este tipo de empresas³⁴. En Chile, el país con mayor dinamismo en estas materias, son 49 las empresas certificadas con una lista de espera de otras 200, y también se encuentran formulando un proyecto de ley (Innovación. cl: 2013) además de contar con un Fondo de Inversión Social dirigido al apoyo de este

³² Page & Katz (2012).

³³ Field (2012).

³⁴ El Cronista (2013).

³¹ Ben & Jerry’s (2013).

tipo de iniciativas³⁵. El otro país donde existen empresas certificadas es Colombia.

3. LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

La denominada “economía del bien común” responde a un modelo económico propuesto por el austriaco Christian Felber a partir de su obra original publicada en Viena en 2010 y titulada *Die Gemeinwohl-Ökonomie*. Surgida en un contexto de crisis económica, la obra, que no descuida propuestas alternativas concretas, pasó a ser muy prontamente divulgada en todo el contexto europeo. En consonancia con la economía solidaria, la economía del bien común se basa en la misma crítica a las consecuencias generadas por la economía de mercado capitalista, impulsando de esta manera una mirada ética de la economía, rescatando los roles que por ejemplo la cooperación y la confianza pueden jugar en el plano económico.

En consonancia con la economía solidaria, la economía del bien común se basa en la misma crítica a las consecuencias generadas por la economía de mercado capitalista, impulsando de esta manera una mirada ética de la economía, rescatando los roles que por ejemplo la cooperación y la confianza pueden jugar en el plano económico.

Pero a diferencia de la literatura sobre economía solidaria, el texto de Felber propone un modelo concreto de organización de la economía con especial énfasis en la regulación que deberían enfrentar las empresas.

En este contexto, el objetivo de la empre-

sa no será conseguir el mayor lucro posible sino “producir el mayor parte posible para el bienestar”³⁶, siendo por lo tanto inadecuado el mero balance financiero como indicador de éxito económico. Es así que se construye una matriz con cinco valores (dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social, participación democrática y transparencia) y cinco grupos de referencia (proveedores; financiadores; empleados inclusive propietarios; clientes, productos, servicios, propietarios y ámbito social) que sirve como balance más integral del éxito económico.

En lo que respecta al ámbito financiero empresarial, la propuesta implica algunas restricciones a los beneficios empresariales, como por ejemplo el no reparto de beneficios entre propietarios no trabajadores de la empresa luego de un período de tiempo o la imposibilidad de adquirir o fusionar otras empresas cuando no hay voluntad por parte de estas.

Otras especificaciones tienen que ver con las escalas salariales (nadie debería ganar más de diez veces el salario mínimo de la empresa) o con las políticas de reparto del voto entre accionistas, trabajadores y la comunidad.

En definitiva, creemos que el modelo de Felber forma parte del tronco común de la economía solidaria³⁷ al basar su propuesta en un enfoque ético que parte de una crítica al desenfreno capitalista poniendo a la persona en el centro al tiempo que se compromete por alternativas democráticas, justas y ecológicas. Podríamos decir que no es en este plano que se destaca la obra de Felber, sino en el énfasis puesto en proponer un balance más integral, con indicadores y normas específi-

³⁶ Felber (2012), 48.

³⁷ El texto de Felber *La economía del bien común* en el plano teórico no solo no se muestra original, sino que parece desconocer los aportes de los últimos 20 años en el área de la economía social y solidaria. Aún así, a la hora de exponer algunas experiencias en su Cap. VII titulado “Ejemplos y modelos” menciona reconocidas cooperativas y experiencias de economía social y solidaria.

³⁵ Este Fondo se rige por los principios de las “inversiones de impacto” que cuentan con herramientas como GIIRS (Global Impact Investing Rating System). Acerca de este sistema puede verse www.giirs.com

Cuadro resumen comparativo casos híbridos y tipo ideal ESS

	Empresa Social	Empresa B	Empresa Bien Común	Empresa ESS
Factor organizador	Capital	Capital	Capital y/o Trabajo	Trabajo y Factor C ³⁸
Objetivo	Triple balance	Triple balance	Contribuir al bien común (matriz)	Satisfacer necesidades de miembros e interés general
Distribución de excedentes	Luego de pagado el capital se distribuye en la empresa	A los socios	Límites al inversor capitalista	Limitado a los socios o enteramente en la empresa
Gestión política	En relación al capital aportado	En relación al capital aportado	Cogestión con diferentes niveles	Autogestión. Gestión equitativa
Papel de la ética	Alto. Nuevas configuraciones éticas	Alto. Nuevas configuraciones éticas	Alto. Nuevas configuraciones éticas	Alto
Rol del trabajo	Factor contratado	Factor contratado	Factor contratado u organizador	En cooperativas de usuarios factor contratado. En cooperativas de trabajo factor organizador.
Rol del usuario	<i>Stakeholder</i>	<i>Stakeholder</i>	<i>Stakeholder</i> con derechos de representación	En cooperativas de usuarios autogestión.
Sustentabilidad ambiental	Alta	Alta	Alta	Alta, a impulsos de la economía solidaria
Figura jurídica predominante	S.A., S.R.L.	S.A., Bcorp	Indistinta	Cooperativas, asociaciones.

Fuente: elaboración propia

cas que deben cumplir las empresas del bien común más allá de las normas clásicas en la economía social (por ejemplo, una persona =

³⁸ Ver Razeto (1997).

un voto). Es en este plano más práctico que el tipo ideal de empresa de economía del bien común se diferencia de los otros formatos empresariales vistos antes.

Respecto al modelo de empresa de economía social y solidaria, la empresa del bien común se muestra más flexible desde el punto de vista del aporte de capital y no es tan riguroso en el modelo de gestión democrática. De hecho, los indicadores en el modelo de Felber llevan un puntaje, de tal manera que se puede participar en una escala que va de 0 a 1.000 puntos³⁹. Sin embargo, en otros asuntos como el de las relaciones laborales, criterios de comercialización o transparencia, este formato empresarial incorpora indicadores que la economía social clásica no ha logrado incluir en sus normativas, más allá de algunos casos puntuales. En estos aspectos hay muchos puntos de contacto con los planteos renovadores provenientes de la economía solidaria. También hay muchos puntos de contacto con las definiciones de empresas sociales (sobre todo en sus vertientes europeas).

Finalmente, en relación a los casos de las corporaciones B hay una similitud en el modo de convocar nuevas empresas así como en algunos instrumentos específicos (por ejemplo, auditorías para controlar los balances) y en la importancia asignada a las dimensiones sociales y ambientales del negocio, además de las propiamente económicas.

ALGUNAS CONCLUSIONES

Partiendo de la base de reconocer una economía plural y un mercado determinado donde confluyen diversas lógicas empresariales, podemos concluir lo siguiente:

La multiplicidad de lógicas empresariales que existen en nuestros mercados determinados nos obligan a superar los tipos ideales de empresas construidos para dar cuenta de la clasificación de la economía en tres gran-

des sectores: el público, el privado y el social o solidario.

Es necesario por lo tanto reconocer la existencia de numerosos casos híbridos. La existencia de casos híbridos ha sido recogida tradicionalmente en relación a los tipos ideales de los tres sectores. Es así que se puede hacer referencia a cooperativas que se comportan como empresas capitalistas o viceversa. Ahora bien, en los últimos años han surgido esfuerzos intelectuales que intentan posicionar nuevos formatos empresariales en escena, donde nuevamente se confunden características tradicionales de clasificación. Es el caso, por ejemplo, de empresas recuperadas, empresas solidarias, empresas sociales o empresas B.

En estos últimos casos, la legislación y la doctrina comercial, así como la teoría económica y sociológica de la empresa, parecen ser insuficientes para hacer una correcta lectura de las características y formas de operar de estos nuevos formatos empresariales.

La crisis económica y la búsqueda de nuevos modelos ha promovido el surgimiento de nuevos formatos empresariales, todos ellos con un alto componente de referencias éticas. Se observan aquí muchos puntos de contacto con los principios y valores del Movimiento Cooperativo y del movimiento de la economía solidaria.

Las diferencias radican sobre todo en el factor organizador, el agente inversor, los destinos de las eventuales utilidades o ganancias y el modelo de gestión política de la empresa.

³⁹ Nótese esta diferencia respecto a otros modelos empresariales como las cooperativas. Las normas jurídicas que las regulan son más bien de carácter taxativas: hay que cumplir ciertos criterios para ser catalogadas como tal.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera Graf, J. "Las sociedades en el derecho mexicano", en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/2/912/pl912.htm>, 23 de agosto de 2013.
- B Corporation. "Annual Report" en http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/BcorpAP2012_Web-Version.pdf, 21 de octubre de 2013.
- Ben & Jerry's. "Ben & Jerry's Mission Statement", en <http://www.benjerry.com/activism/mission-statement>, 21 de octubre de 2013.
- Borzaga, Carlo. "Las cooperativas y empresas sociales en el contexto europeo" (inédito), *Conferencia VIII Congreso Rulescoop*. Brasil: s/e, 2013.
- CNMS. *Rebelión en la Tienda*. Barcelona: Icaria, 1997.
- Defourny, J. "From Third Sector to Social Enterprise", *Borzaga*, 2001.
- Defourny, J. (eds). *The Emergence of Social Enterprise*. Londres: Routledge, 2001.
- Defourny, J. y Nissens, M. "El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada", en http://www.emes.net/uploads/media/EMES_WP_13-01.pdf, 21 de octubre de 2013.
- El Cronista. "Hacia una ley B", en <http://www.sistemab.org/hacia-una-ley-b>, 11 de noviembre de 2013.
- Eymard-Duvernay, Francois. *Economía Política de la Empresa*. Buenos Aires: Conicet, 2008.
- Felber, Ch. *La economía del bien común*. España: Ediciones Deusto, 2012.
- Field, A. "IRS Rule Could Help the Fledgling L3C Corporate Form", en <http://www.forbes.com/sites/annefield/2012/05/04/irs-rules-could-help-the-fledgling-l3c/>, 21 de octubre de 2013.
- Gardin, Laurent. "Las empresas sociales", en http://base.socioeco.org/docs/gardin_la_sempresasociales.pdf, 14 de octubre de 2013.
- Gómez, Pilar. "Las sociedades cooperativas de vivienda. Especial referencia al País Vasco" en <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/425.pdf>, 6 de junio de 2013.
- Gramsci, Antonio. *Antología*. México: Biblioteca del Pensamiento Socialista, Siglo XXI, 1970.
- Guerra, Pablo. "Sobre el concepto de empresa. Bases para la comprensión de formatos económicos solidarios", en <http://www.eumed.net/rev/oidles/15/empresa-solidaria.html>, 14 de febrero de 2014.
- Hirschman, A. *Las pasiones y los intereses. Argumentos a favor del capitalismo previos a su triunfo*. Barcelona: Península, 1999.
- Innovacion.cl. "Empresas B, soluciones sociales con reglas de mercado", en <http://www.innovacion.cl/reportaje/empresas-b-soluciones-sociales-con-reglas-de-mercado/>, 11 de noviembre de 2013.
- Khanna, Vikramaditya S. *The Economic History of the Corporate Form in Ancient India*. EEUU: University of Michigan, 2005.
- Kyd, Stewart. "A Treatise on the Law of Corporations", en http://books.google.com.uy/books?id=I5ADAAAQAAJ&pg=PA12&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false, 13 de septiembre de 2013.
- Laville, J.L. "Cohesión social y empleo: las nuevas relaciones entre la economía social y el Estado de bienestar", en *Ciriec España*, N° 25, p. 28 – 40, 1997.
- . "La economía social y solidaria. Un marco teórico y plural", en http://www3.diputados.gob.mx%2Fcamara%2Fcontent%2Fdownload%2F307684%2F1036939%2Ffile%2FLa_Economia_Social_Solidaria.pdf&ei=1BpcUp_LGYTA8ATz4oGYCA&usq=AFQjCNFXUNDVAaC8J3Z159xgI9E6GVrHsQ&sig2=eRJaRwRF4S2fMpkw2K78xA&bvm=bv.53899372, 14 de octubre de 2013.
- Marti, J.P. *Asociarse para competir en un mundo globalizado*. Montevideo: s/e, 2012.
- OCDE. *Social Enterprises, Organisation for Economic Co-operation and Development*, 1999.
- OIT. "Recomendación 198", *Derecho Laboral. Compendio de normas nacionales e internacionales*. Montevideo: Copyced, 1997.
- Page, A. Katz, R. "The Truth About Ben and Jerry's", en http://www.ssireview.org/articles/entry/the_truth_about_ben_and_jerrys, 21 de octubre de 2013.
- Pérez de Mendiguren, J. "Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: dife-

- rentes conceptos para un mismo debate”, en http://www.economiasolidaria.org/files/papeles_ES_1_ReasEuskadi.pdf, 18 de octubre de 2013.
- Polanyi, Karl. *La Gran Transformación*. México: JP, 2000.
- *El sustento del hombre*. Madrid: Capitán Swing, 2009.
- Porter, M. y Kramer, M. “La creación de valor compartido”, en <http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>, 15 de noviembre de 2013.
- Razeto, Luis. “El factor C” , en http://www.economiasolidaria.org/files/el_factor_c.pdf, 9 de octubre de 2013.
- Sen, Amartya. “No hay ningún país capitalista o socialista en el mundo” en <http://gestion.pe/economia/amartya-sen-no-hay-ningun-pais-capitalista-socialista-mundo-2076266>, 16 de octubre de 2013.
- Smallbone, David. “Researching social Enterprise”, en <http://www.mbspportal.bl.uk/secure/subjareas/smlbusentrep/bis/120401file38361.pdf>, 14 de octubre de 2013.
- Yunus Centre. “Social Business”, en <http://www.socialbusinessday.net/about/social-business>, 18 de octubre de 2013.
- Yunus, Muhammad. *Un mundo sin pobreza*. Barcelona: Paidós, 2008.
- *Las empresas sociales, una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*. Barcelona: Paidós, 2011.
- “Qué es una empresa social”, en <http://www.ceoforum.com.ar/nota.asp?id=751>, 18 de octubre de 2013.