

Universidad de la República
Facultad de Derecho



SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO

Documento de Trabajo No. 4:
Empresa capitalista y empresa solidaria
Bases para una necesaria teoría socioeconómica de la empresa

Dr. Pablo Guerra

Abril 2014.

ISSN: 2301-0851

INTRODUCCIÓN

La empresa es una de las instituciones más importantes del sistema económico. Esta sentencia tan unánimemente esgrimida, parece contrastar con el análisis de su propósito: es así que para algunos el objetivo de una empresa será la creación de riqueza, para otros la elaboración de bienes y servicios, para unos terceros la producción de mercancías y para algunos más la creación de satisfactores (podríamos seguir con el listado, pero por ahora bastan los señalados). En todo caso, para esos propósitos la empresa deberá combinar recursos, factores y habilidades. 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 cuáles 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 asalariada¹, (b) en el marco de un sistema económico básicamente de mercado donde se desarrolla un submercado financiero que ofrece medios a (c) los sujetos emprendedores guiados por la búsqueda de ganancia que a su vez recurren a otros sujetos, (e) 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

¹ La Recomendación 198 de la OIT expresa que “la existencia de una relación de trabajo debería 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).

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...” (Barrera Graf, 1983: 8).

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 cuál el estatuto salarial se determina por leyes de mínimos y un sistema de relacionamiento laboral que contribuye 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 80s.

Mientras eso ocurre, la teoría empresarial se muestra rezagada. Luego de una etapa clásica donde el fenómeno de la producción y el trabajo adquiría 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 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 S. 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 social, 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”.

Nuestro propósito en este documento es precisar una base teórica que nos permita comprender la esencia y el significado de las diferentes expresiones de economía y empresa. Para ello, proponemos como punto de partida superar las nociones neoclásicas y marginalistas, para avanzar hacia nociones más comprensivas que nos permitan dar cuenta de la existencia de relaciones solidarias en la economía (primer nivel de análisis) y luego la existencia de formatos empresariales alternativos a los de la empresa capitalista, con el propósito de avanzar hacia un segundo nivel de análisis, admitiendo la pertinencia de un tercer sector de la economía actuando en el mercado determinado junto a los otros sectores (público y privado).

SOBRE LA ECONOMÍA Y LAS RELACIONES SOLIDARIAS

Partamos de Lionel Robbins y su Ensayo sobre la Naturaleza y Significación de la Ciencia Económica. Su influyente obra de 1932 sin duda que es meritoria desde el punto de vista del esfuerzo por comprender el significado de la economía. A manera de ejemplo, es de destacar su aporte para superar la versión que identifica a esta ciencia como la encargada de estudiar las causas del bienestar material, prescindiendo de las dimensiones no materiales del bienestar (y por lo tanto no económicas según esta concepción que se arrastra desde las versiones fisiocráticas). Aún así, su definición ya clásica de la economía como “la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios limitados” (Robbins, 1944) termina por totalizar al mercado, las relaciones de compra – venta (intercambios) y el atomismo social. Los

seguidores de la teoría de la elección racional, mientras tanto, contribuyen a cierto imperialismo económico, mal que le pese a Buchanan quien explícitamente se niega a considerar “un imperialismo de los economistas” llevar la catalaxia más allá de las relaciones mercantiles cuando define a la economía como “el estudio de todo el sistema de relaciones de intercambio” (Buchanan, 1979: 10) en tanto pretenden explicar buena parte del comportamiento social aplicando la “teoría de mercados”. Finalmente, cierta tendencia a hacer un uso abusivo de las matemáticas mediante cálculos de costos – beneficios, en la línea del enfoque de la asignación de recursos, termina por reducir a mera técnica cuantitativa asuntos que en principio no deberían entenderse en clave de “economización”. La obra de Becker es paradigmática en ese sentido². La economía, desde estos paradigmas, entonces, se perfila como una ciencia dirigida a explicar las relaciones mercantiles pero con una proyección impensada para Robbins, hacia el estudio de relaciones sociales permeadas por la elección racional. En esta extensión sobre el campo de estudio, sobresale la figura del “sujeto billetera” (Hinkelammert, 1998: 238), esto es, el sujeto calculador y maximizador de utilidades³, capaz de actuar de este particular modo no solo en el mundo de los negocios (al fin y al cabo “Business are Business” expresan los más pragmáticos) sino además en campos otrora reservados al comportamiento afectivo, como es el caso de los vínculos con la familia o los amigos.

En este punto, denominado “falacia económica” Karl Polanyi viene a nuestro auxilio con su ya clásica distinción entre la concepción formalista de la economía y la concepción sustantivista de la economía. La primera, asociada a la versión de Robbins y la teoría de la elección racional encuentra en el mercado (como sistema) el formador de los precios. La última, más emparentada con la perspectiva aristotélica, hace hincapié en la economía como proceso humano orientado a organizar la satisfacción de necesidades.

Sobre la crítica a las bases teóricas de la primera concepción, dice Polanyi:

“La acción racional, como tal, es la relación de los fines con los medios; la racionalidad económica, específicamente, supone que los medios son escasos.

Pero la sociedad humana va mucho más allá de todo eso. ¿Cuál debería ser el fin

² Becker extiende el campo de la economía a los mismísimos comportamientos familiares, asumiendo que los hijos, la salud o el altruismo, por ejemplo, pueden ser considerados mercancía (Becker, 1987: 22-23)

³ Hinkelammert, en puridad, prefiere hablar de “cálculo de la utilidad propia” toda vez que el sujeto se transforma en un calculador de utilidad (Fernández y Silnik, 2013: 39).

del hombre y cómo debería elegir los medios? El racionalismo económico, en el sentido más estricto de la palabra, no tiene respuesta a estas preguntas, que implican motivaciones y valoraciones de un orden moral y práctico que va más allá de la irresistible, y al mismo tiempo vacía, exhortación de su ser «económico». Es así como el vacío se disfrazó de una jerga filosófica ambigua” (Polanyi, 2009: 57).

Y sobre la tendencia de llevar esta concepción a todos los planos económicos (¡ya no sociales!) es enfático:

“Por otro lado, ampliar el concepto de mercado a todos los fenómenos económicos es atribuir artificialmente a todas las cuestiones económicas las características peculiares que acompañan al fenómeno del mercado. Inevitablemente, esto perjudica la claridad de ideas” (Polanyi, 2009: 58).

Se hace por lo tanto imprescindible destacar la existencia de relaciones económicas diferentes y anteriores a las relaciones mercantiles (de intercambios), como es el caso de la reciprocidad y la redistribución. En consonancia con estas elaboraciones, otros autores más o menos contemporáneos como Perroux, Mauss, Boulding, Samuelson, Etzioni, Zamagni o Razeto, insisten en integrar al campo económico relaciones y comportamientos cuyas características y racionalidades se distinguen de aquel derivado del mal llamado *homo oeconomicus*.

Incluso la clasificación de Polanyi entre mercado como lugar físico y mercado como sistema, nos abre la posibilidad de entender al mercado también como un espacio de confluencia de distintas racionalidades y actores (Polanyi, 2000), o dicho en otros términos, el “mercado determinado” al que hacía referencia Antonio Gramsci⁴. Bajo esta concepción, en el mercado no solo circulan mercancías que se compran y venden a precios fijados por ley de oferta y demanda⁵. También circulan bienes a precios subsidiados, precios reglamentados por el Estado, precios establecidos de acuerdo a determinadas valoraciones éticas, etc. Este mismo mercado, por otra parte está influido

⁴ Primero David Ricardo y luego Antonio Gramsci, hicieron referencia al concepto de “mercado determinado” para hacer referencia “al conjunto de las actividades económicas concretas de una forma social determinada” teniendo en cuenta además, siempre según Gramsci, que “un determinado momento histórico-social no es nunca homogéneo, sino, por el contrario, rico en contradicciones” (Gramsci, 1970).

⁵ La propia Ley de Oferta y Demanda carece de suficiente sustento como Ley económica. Un interesante análisis al respecto puede verse en Kozy, John (2009)

por comportamientos económicos ajenos a los patrones del intercambio: donaciones, bienes que circulan por reciprocidad, trabajos voluntarios, bienes y servicios que circulan influidos por relaciones de buena vecindad, etc.⁶, a lo que se suman bienes robados, mercancías ilegales o comportamientos inmorales como ejemplos de acciones económicas ajenas al paradigma de sistema de mercado aunque ajenas también al paradigma de la solidaridad económica.

Dicho de otra manera, el estudio plural de los mercados y una concepción amplia de la economía nos permiten concluir que muchos de nuestros comportamientos económicos son solidarios (y no egoístas como creen los seguidores de Smith), algunos de los cuáles se expresan incluso en el mercado (tanto en su variante como lugar físico así como sistema). Llamemos a este primer nivel de análisis “estudio de la solidaridad en la economía”. Detengámonos en este nivel antes de pasar al segundo. El estudio de la solidaridad en la economía ha sido menospreciado por la mayor parte de la literatura científica. De hecho, la economía política moderna está fuertemente basada en su antítesis, esto es, el egoísmo y la búsqueda del interés propio. El discurso económico que reduce la motivación al interés egoísta, parte del absurdo de considerar la apertura hacia el otro, el móvil amoroso y altruista, o incluso el móvil del desprendimiento, como en última instancia “egoísta” (ya sea en su variante de “amor de si mismo” o “amor propio”). Ciertamente que ninguno de nuestros actos es “desinteresado” en el sentido que las personas emprendemos acciones interesados en sus consecuencias. Lo que debemos remarcar es que ese interés no siempre es propio en el sentido de preocuparme en mí mismo; sino que también puede ser altruista, esto es, preocupado fundamentalmente en los demás, en algún otro o en el bien común. Así por ejemplo, Caillé distingue entre el “interés por sí mismo” (instrumental, egoísta); el “interés – obediencia” (una suerte de interés egoísta pasivo); el “interés por el otro”; y el “interés pasional”, o dirigido a una actividad placentera (Caillé, 2010: 30). A los efectos de escapar al discurso hegemónico sobre el interés, el referido autor francés denominada al interés altruista como amancia, “modalidad simpática” de la empatía.

Es bastante obvio además, que una buena parte de nuestros comportamientos económicos no están guiados por la maximización de utilidades, sino que están

⁶ Desde este punto de vista es que se comprende la noción de Razeto sobre el “mercado democrático”. Cfr. Razeto (1988)

permeados por una serie de pautas morales. Gracias a los estudios de la neurobiología sabemos, por ejemplo, que las denominadas neuronas espejo explican cómo cierto sentido moral responde a nuestra naturaleza biológica (Olson, 2008).

Naturaleza biológica, que además compartimos con el reino animal. Las pioneras investigaciones realizadas con monos bonomos lideradas por Frans de Waal (luego aplicadas en delfines y elefantes), por ejemplo, afirman que éstos son capaces de manifestar altruismo, generosidad y entrega, lo que hecha por tierra las versiones darwinistas sobre la naturaleza humana (de Waal, 2011). ¿Sabemos, por ejemplo, que algunos pequeños monos sometidos a una investigación, caían en el abatimiento al notar que sus acciones habían infringido dolor a algunos de sus congéneres? La compasión y la empatía llevan a animales y personas, a actuar de manera altruista. En la naturaleza biológica también encontramos un segundo nivel de interés por el otro, la cooperación. Ya estudiadas en su momento por Príncipe de Kropotkin, las prácticas cooperativas de abejas u hormigas avergonzarían a más de un humano. Y es que numerosas especies animales han descubierto que de manera cooperativa, como mínimo las posibilidades de sobrevivir aumentan. La evolución humana no hubiera sido posible sin esos lazos de cooperación, aunque también sabemos en nuestra historia de lo contrario. El propio de Waal termina concluyendo, respecto a la naturaleza humana, que somos “el gran mono bipolar por excelencia” (de Waal; en Caille, 2010: 76).

Capaces por lo tanto de ser egoístas y solidarias, nuestras conductas están –además– influidas por las pautas culturales, sociales y religiosas que vamos creando y recreando en la vida social. Estas pautas son las que explican ciertas normas de convivencia en materia de relacionamiento económico que contradicen el paradigma utilitarista. A manera de ejemplo: insistir en pagar un café o una comida cuando invito a alguien, negarme a recibir un pago por mis servicios profesionales cuando atiendo un amigo o pariente o evitar el regateo en ciertos contextos sociales. Son las que explican además, comportamientos altamente virtuosos, como los del Buen Samaritano, que se proyectan luego para influir en nuestras conductas como modelos de actuación.

Resulta evidente entonces que el “interés egoísta” no guía todas nuestras acciones. Dice Caillé:

“Puede verse que hay aquí algo forzado. Sin duda, el interés amoroso, por ejemplo, es extremadamente “egoísta”, pero también es extremadamente “altruista”, está constitutivamente abierto a la alteridad. Y los “intereses de gloria”, los que en el caso del ethos aristocrático o del amor a la patria impulsan a arriesgar la vida, están manifiestamente en las antípodas del afán de autoconservación que el discurso del interés suele ubicar en la raíz del interés egoísta” (Caillé, 2010: 27).

El estudio de los comportamientos económicos en los pueblos ágrafos y en las civilizaciones antiguas resulta de gran utilidad para descartar la falsa idea liberal, difundida sobre todo a partir del Siglo XVIII, según la cual, en materia económica el comportamiento humano natural consiste en dejarse llevar por las pasiones egoístas en general, y por la búsqueda de las ganancias en particular.

Pero demos un paso más. Sobre la base de estos comportamientos, es posible comprender la gestación de ciertas realidades microeconómicas más institucionalizadas, dando lugar a una amplia variedad de empresas que se caracterizan por organizarse, gestionarse y conducirse por una serie de características formales y valores hasta el punto de distinguirse claramente respecto a los formatos organizacionales que bajo la perspectiva racionalista weberiana caracterizaron la descripción tipo ideal de la empresa moderna.

SOBRE EL CONCEPTO DE EMPRESA Y SU PLURALIDAD DE MANIFESTACIONES

Este segundo nivel de análisis, pone su acento entonces no tanto en los comportamientos cotidianos de solidaridad que pueden traducirse en relaciones económicas, sino en una mayor institucionalización y materialización de esos comportamientos por la vía de organizaciones concretas. Organizaciones que actuando en la economía se constituyen por lo tanto en empresas, conformando, por sus específicos modos de operar, un sector cuya identidad ha sido motivo de diversos análisis por parte de la academia. Es así que las preferencias para su denominación pasan por términos como sector social de la economía, sector de la economía solidaria,

sector de la economía social y solidaria, tercer sector, etc. No analizaremos en esta ocasión las diferencias entre estas diferentes denominaciones. Basta a los efectos de este trabajo reconocer la existencia de lógicas empresariales que actúan movidas por fines sociales y solidarios lo suficientemente relevantes como para distinguirlas tanto de las empresas capitalistas como de la empresa estatal.

Veamos entonces qué significado y características le atribuimos a la empresa a los efectos de comprender cómo es posible advertir la presencia de empresas solidarias en nuestras economías.

Comencemos diciendo lo que no es una empresa. Una empresa no es una organización piramidal donde unos deciden y otros obedecen. Si bien algunas empresas se guían por este modelo jerárquico que pretendió absolutizar el taylorismo, lo cierto es que no todas las empresas lo practican. De hecho, una empresa tampoco puede definirse como un conjunto de personas que se organizan para conseguir un propósito con fines económicos. La existencia de empresas unipersonales descarta una definición de ese tipo así como una definición como la presentada en primer lugar. Una empresa tampoco es un emprendimiento constituido con el ánimo de obtener una ganancia monetaria. Ya veremos cómo muchas empresas no se guían por el cálculo maximizador y otras ni siquiera persiguen una ganancia monetaria. Una empresa tampoco es un capital que contrata trabajo para obtener mayor capital a costa de explotar los factores contratados. Mal les pese a los seguidores de Marx, el propio “mercado determinado” nos muestra casos de empresas donde el capital no se erige como el factor organizador, sino que pasa a ser un factor contratado o generado por los mismos trabajadores. En fin, mucho menos podemos considerar a la empresa como el sujeto que produce y a las familias como el sujeto que demanda, tal como aún describen algunos manuales universitarios. Es bastante obvio que las familias también producen (incluso generan sus propias empresas) y las empresas también consumen y demandan (la teoría de sistemas viene aquí en nuestro auxilio).

Desde un punto de vista teórico, creo que la microeconomía neoclásica ha contribuido a gestar una definición de empresa que no se ajusta a la pluralidad de manifestaciones empresariales contemporáneas. Parte de un concepto a nuestro entender sesgado, fruto de sus dos postulados fundamentales: (1) la empresa es un agente económico que se

comporta de manera racional buscando la maximización de sus beneficios; (2) participando en el mercado competitivo que coordina las acciones de los agentes mediante el sistema de precios. Estos postulados, como sostiene Eymard-Duvernay, contrastan con “la observación de las economías reales” que “muestra la existencia de una multitud de formas sociales que nada tienen que ver con esa teoría” (Eymard-Duvernay, 2008: 22). Es así por ejemplo, que el enfoque neoclásico, poco puede decirnos sobre los formatos cooperativos cuando pone el acento en la mera función de producción y en la búsqueda del máximo beneficio a través de un comportamiento racional de tipo instrumental. No nos ocuparemos de las críticas al modelo de función de producción y las combinaciones óptimas de recursos que resultan de constatar la racionalidad limitada con que cuentan las empresas. Solo digamos que esta conceptualización debe incorporar en el mejor de los casos una teoría de factores más amplia a la comúnmente divulgada por los manuales de microeconomía⁷.

Como demostró Razeto desde fines de los 1980 (Razeto, 1988), cualquier factor económico puede convertirse en categoría, organizando y subsumiendo a los demás en su propia racionalidad. Desde este punto de vista la clásica fórmula $K - T - K+$ puede dar lugar a fórmulas como $T - K - T+$, por ejemplo. Además, si incluyéramos a la solidaridad misma como factor económico, esto es el factor C (Razeto, 1997) se abriría la posibilidad de contar con una empresa del tipo $C - K - C+$. Así entonces, el sector solidario de la economía estaría integrado por aquellas empresas de trabajadores (intensivas en factor trabajo) y empresas comunitarias y cooperativas (intensidad en factor solidario).

Digamos ahora sí en términos positivos qué es una empresa. Desde nuestra visión, **una empresa es una unidad integrada de funciones que utiliza determinada combinación de factores para producir de manera racional un bien o servicio**. De acuerdo a nuestra concepción de tres grandes sectores de la economía, podemos distinguir en primer término a las empresas capitalistas, de las empresas públicas y las empresas solidarias. Cuando las ciencias económicas y los estudios organizacionales definen a las empresas, por lo general, están haciendo referencia a las empresas

⁷ La literatura crítica al modelo de función de producción es amplísima y tiene como hito a Robinson (1954) y las “controversias de los dos Cambridge”. Incluye variantes ecológicas (Georgescu Roegen, 1971; Granda Carvajal, 2006) o desde cierta teoría crítica microeconómica (Mora Plaza, 2009; Bellod Redondo, 2010; etc.).

capitalistas, pero nos dejan sin mayores elementos para comprender cabalmente a las empresas públicas y a las empresas del sector solidario. Veamos entonces algo más de estas últimas recurriendo a la forma en que se combinan el capital y el trabajo.

¿Acaso las empresas del sector solidario persiguen la maximización del capital? La respuesta es rotundamente NO. El capital en todos estos casos es un factor contratado que no dirige la actividad empresarial, mal podrían por lo tanto estas empresas orientarse a maximizarle. Descartada la posibilidad de maximizar el capital, se nos podría argumentar que en todo caso también podrían buscar el máximo beneficio posible de su factor organizador. Por ejemplo, una cooperativa de trabajadores según el modelo neoclásico debería perseguir la maximización del trabajo o una empresa comunitaria el máximo beneficio posible para su comunidad.

Para dar respuesta a esta pregunta más compleja repasemos las soluciones provistas hasta ahora. La doctrina cooperativista, por ejemplo, ha intentado responder a esta pregunta durante la segunda mitad del siglo XX recurriendo al debate sobre los fines de las asociaciones y sociedades, una temática muy atravesada por el derecho mercantil. Básicamente el razonamiento que se persigue es que en las sociedades contemporáneas existen dos grandes modelos de empresas: empresas comerciales y empresas sin fines de lucro. Aún hoy perdura en el léxico cooperativo o incluso legislativo, definiciones de cooperativas como empresas que no persiguen fines de lucro. ¿Es el lucro la ganancia, la utilidad o el beneficio? ¿O más bien es la forma en cómo distribuyo esos conceptos al interior de las organizaciones? Me ahorro las respuestas a estas preguntas pues la doctrina a nivel comparado jamás llegó a una conclusión satisfactoria. En todo caso el mismo concepto del lucro aparece en el imaginario como algo despectivo cuando no perverso, lo que en definitiva termina sumando complejidad e inoperancia. Pero por otro lado el concepto del “ánimo” (de lucro) se vuelve discutible. ¿Es posible una empresa que no tenga “ánimo de lucro” pero lucre? De hecho eso ocurre y por lo tanto devalúa y desdibuja la importancia del concepto. Finalmente, digamos que fin y ánimo no parecen ser sinónimos a pesar que muchos textos legales los hacen figurar como tales.

A nuestro criterio, cualquier empresa se caracteriza por hacer un uso racional de sus medios para alcanzar beneficios y utilidades. A partir de esta sentencia podemos decir

que luego, existen empresas que persiguen distintos tipos de beneficios y reparten con distinto criterio las utilidades, además de organizar racionalmente de forma distinta los factores. Solo comprendiendo estas lógicas podremos dar cuenta de la identidad de cada sector así como de los múltiples tipos de empresas.

Nótese cómo en este sentido, **lo medular de una empresa solidaria no es que no pretenda perseguir utilidades o beneficios, sino que éstos en caso de darse no retribuirán al capital.** ¿A quien retribuyen entonces? Aquí podemos distinguir dos subtipos de empresas solidarias: (1) aquellas que redistribuyen sus utilidades al factor organizador que en este caso es el trabajo o el factor C; y (2) aquellas que redistribuyen sus eventuales utilidades al propio fin social de la empresa. Las cooperativas son ejemplo del tipo (1) en tanto que las mutuales, asociaciones y ciertas empresas sociales son ejemplo del tipo (2).

Por lo demás, caracteriza a la economía solidaria, al menos en teoría, que esos beneficios o utilidades se persiguen en el marco de una serie de principios y valores como veremos luego.

Por lo tanto, volviendo a las cooperativas, creemos desafortunado definirlas como empresas que no persiguen fines de lucro y nos unimos a las tendencias más actualizadas que prescinden de este artilugio y avanzan en una definición más propositiva y positiva sobre la empresa cooperativista y solidaria. Por ejemplo, la Ley 5/2011 sobre economía social de España, en ninguna parte menciona al lucro o ausencia de lucro como elemento determinante. La ACI, mientras tanto, define a la cooperativa como “una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” (ACI, 1995). Nótese que el máximo organismo mundial representativo del cooperativismo desecha al lucro (o no lucro) como determinante en su definición.

La multiplicidad de formatos empresariales en nuestras plurales economías, por lo tanto, nos obligan a tener una mirada más amplia a la vez que compleja sobre la materia.

Esa mirada nos lleva a ser críticos respecto a las conceptualizaciones más o menos convencionales que distinguen dos grandes modelos de empresas: por un lado las empresas comerciales y por otro lado las empresas que no persiguen ánimo de lucro.

Desde estas posiciones los Manuales más divulgados señalan como características de una “empresa comercial”:

1. Una empresa comercial se basa en un inversionista (o grupo inversor) que provee los fondos necesarios, a cambio de un interés a percibir sobre el capital aportado a la empresa.

INCORRECTO: el capital puede ser provisto por los propios trabajadores con el ánimo de hacer funcionar el negocio. No procuran por lo tanto percibir un interés sobre el capital, sino recibir un ingreso por concepto de toda la actividad empresarial que conforman. Por lo demás, la doctrina cooperativa es enfática en cuanto disponer un interés limitado al capital. Los socios de una cooperativa de usuarios, no invierten para percibir un interés por el capital, sino para satisfacer una necesidad concreta. En otros formatos del tipo empresa social, mientras tanto, el grupo inversor no esperará ningún interés por el capital prestado.

2. El/los inversionistas esperan que la empresa sea administrada en su propio beneficio y les provea de ganancias que posteriormente puedan ser distribuidas.

INCORRECTO: esta idea presupone que un agente externo administra el capital. Eso sucede en algunas grandes empresas capitalistas, pero no en la mayoría de las empresas, donde el aportante de capital es también el administrador. Por lo demás, presupone que es el capital el que conforma la empresa. Finalmente, tenemos casos donde el agente que administra un capital aportado por terceros, es contratado para perseguir un beneficio social.

3. Para obtener utilidades la empresa vende un producto o servicio a precio mayor que su costo de producción; si las operaciones son favorables se producirá una ganancia, que incrementará el patrimonio del aportante de capital.

INCORRECTO: en algunas empresas comerciales, las ganancias no se dirigen al aportante del capital. Es el caso de las cooperativas y otras formas de economía solidaria, que tienen reglas muy precisas acerca de la distribución de los excedentes. Por lo demás los costes de producción se miden de manera diferente según la empresa sea constituida por trabajo o por capital. Finalmente, muchas empresas comercializan sus productos sin margen respecto al costo de producción, pues privilegian el valor de uso respecto al valor de cambio (p.e. el fin de algunas empresas es colocar la mayor cantidad de alimentos sanos entre población en situación de pobreza, y eso solo es posible si se comercializa el producto al costo).

4. A través de la venta de los productos o servicios la empresa recupera los costos y así mantiene y acrecienta el capital para continuar sus operaciones.

INCORRECTO: como ya dijimos la fórmula que parte de un capital para obtener mayor capital que el original es solo una posible. En una empresa comercial cooperativa, lo que se pretende acrecentar es la satisfacción a la necesidad que impulsó el asociativismo. Por lo demás, en la economía popular no siempre se procura (o se puede) acrecentar el capital, sino mantenerlo estable para garantizar la continuidad del negocio. Mantener el capital parece ser una condición necesaria, aumentarlo es solo una posibilidad.

5. Las empresas comerciales recurren a las instituciones financieras para obtener recursos, a través de préstamos con interés, que son cancelados posteriormente con los recursos por ellos generados

INCORRECTO: las instituciones financieras son solo una vía para la obtención de recursos. Para bien o para mal muchas empresas familiares y de la economía popular desarrollan sus negocios sin recurrir a estas fuentes de financiamiento. Por su parte, muchas instituciones financieras (evidentemente no capitalistas) prestan sin interés o con interés reducido.

Mientras tanto serían características de las organizaciones sin fines de lucro:

1. una entidad sin fines lucro inicia sus actividades con un grupo de personas que invierte fondos a cambio de nada, sin ningún interés a percibir sobre sus aportes.

INCORRECTO: quienes invierten fondos en las asociaciones sin fines de lucro (donantes, por ejemplo) procuran a cambio impactar positivamente en los fines de la organización.

2. Los inversionistas, saben que la entidad no va a operar en su beneficio y no va a generar ganancias distribuibles.

INCORRECTO: los beneficios pueden ser materiales o inmateriales. Una persona amante de las ballenas seguramente invertirá en una asociación de defensa de los cetáceos procurando incidir positivamente en sus acciones.

3. En su funcionamiento la organización obtiene y distribuye productos o servicios de acuerdo a sus objetivos sociales, pero sin costo para quienes lo reciben y, por consiguiente, sin margen de utilidad.

INCORRECTO: muchas organizaciones sociales ofrecen sus bienes y servicios a precios de mercado. Lo que le diferencia respecto a una entidad con fines comerciales, es que la eventual utilidad no se distribuye a los aportantes de capital sino que en este caso, debe devolverse a la organización para la persecución de sus objetivos.

4. Al distribuir los productos o servicios la organización gasta sus recursos y debe recurrir a contribuciones adicionales de sus inversionistas, para poder continuar sus operaciones.

INCORRECTO: eso no siempre ocurre así. Las organizaciones sin fines de lucro pueden recibir ingresos de sus propios integrantes a cambio de servicios.

5. Estas organizaciones dependen de las contribuciones de sus aportantes para tener recursos disponibles.

INCORRECTO. También pueden generar aportes por venta de servicios. Las tarjetas de UNICEF son un ejemplo, como las galletas que los Boy Scouts venden en países como los EUA.

6. También estas organizaciones pueden obtener recursos mediante préstamos del sistema financiero, pero estos son pagados con nuevos aportes de sus contribuyentes.

INCORRECTO. Como ya se dijo antes, las entradas económicas de estas organizaciones son múltiples y con estos recursos puede pagarse un eventual préstamo bancario.

Un esquema de este tipo, si bien goza de mucha influencia para dar cuenta de los formatos empresariales, claramente distorsiona una realidad más compleja.

Comencemos por la denominación: atribuirle a las “empresas” un carácter comercial para diferenciarlas de las “organizaciones”, es desconocer con criterio de realismo que estas organizaciones también comercializan. Es desconocer además, que se puede comercializar de varias maneras, más allá de las relaciones de intercambio propias del mercado como sistema. Los otrora países socialistas por ejemplo, no comercializaban entre ellos con los criterios mercantiles propios del capitalismo; como tampoco había criterios mercantiles de intercambio en las finas experiencias de comercio antiguo descritas por autores como Malinowski, Mauss o el ya citado Polanyi. O como tampoco existen al interior de varios complejos cooperativos, como es notorio por ejemplo al interior de la corporación cooperativa de Mondragón (País Vasco). Por lo tanto si las “organizaciones” también comercializan (o pueden comercializar), ¿qué es lo que caracteriza a una empresa? Y más concretamente a los efectos de este artículo: ¿qué caracteriza a una empresa solidaria y cooperativa?

Sigamos con la clasificación para dar respuesta a estas preguntas: diferenciar entre empresas comerciales y sin fines de lucro es demasiado simplista y erróneo para dar cuenta de las complejidades del mundo empresarial. Ya hemos visto cómo desde hace un buen tiempo ciertas legislaciones y doctrinas cooperativistas definen a sus empresas como organizaciones sin ánimo de lucro. Son, sin embargo, en la mayoría de los casos, empresas comerciales. En el esquema anterior: ¿las ubicamos como empresas

comerciales o como organizaciones sin ánimo de lucro? ¡Pero si para la legislación son ambas cosas a la vez! Desde nuestro marco teórico sin embargo la respuesta es más ambigua. Son, claramente, empresas. Luego digamos que algunas de ellas son empresas comerciales. Finalmente digamos que la finalidad de lucro no es aconsejable como criterio de distinción.

Veamos más detenidamente estos tres aspectos:

a. Son empresas. Las cooperativas son empresas de acuerdo a la definición vista antes y no porque participen del mercado. De hecho, algunas cooperativas no participan del mercado. Es muy claro, por ejemplo, que una cooperativa de consumo participa en el mercado comercializando bienes que incluso compiten con otras empresas del sector. No hay duda respecto al carácter empresarial de estas cooperativas. Podría haberlas sin embargo en otros formatos cooperativos, caso de las cooperativas de vivienda, pues éstas no producen una mercancía. Sin embargo también son empresas en tanto entidades que se organizan combinando factores para producir un bien o servicio, o para decirlo en otros términos, producen valor de uso. “La sociedad cooperativa de viviendas se caracteriza como empresa, ya que en ella acontecen interrelacionados los tres tipos de flujos que caracterizan toda actividad empresarial: Los flujos de información-decisión; Los flujos reales relativos a la prestación de un servicio: suministrar alojamiento; Los flujos financieros asociados a los flujos reales” (Gómez, 2004: 64)

b. Algunas de ellas son empresas comerciales. Justamente las cooperativas que producen bienes y servicios destinados al mercado son empresas comerciales. Esta realidad es la que lleva a confusiones acerca del estatus cooperativo desde el punto de vista jurídico. Así el debate Sociedad vs. Asociación se parece mucho al que en economía y sociología divide aguas entre empresa comercial y organización sin fines de lucro, en el entendido que la cooperativa es tanto una sociedad (mecanismo que por voluntad de sus organizadores les permite alcanzar un objetivo económico) como una asociación (reunión de voluntades con un fin social). Entre ambos, surge el concepto de “sociedades cooperativas” con el propósito de ampliar las miradas más allá de la

bipolaridad con que se han manejado comúnmente los asuntos referidos al estatus empresarial⁸.

c. El criterio del lucro. Las cooperativas por el hecho de perseguir un fin social no dejan de tener un fin económico y empresarial que consiste en obtener utilidades (conjunto de beneficios). Eventualmente pueden generar excedentes, en cuyo caso su distribución entre los socios responde a criterios diferenciales (por ejemplo a prorrata, con criterios equitativos o de justicia social) respecto a la forma en cómo distribuye los excedentes las empresas capitalistas (de acuerdo al aporte de capital).

LA IDENTIDAD DE LA ECONOMÍA Y EMPRESA SOLIDARIA

La identidad de una empresa solidaria entonces debe construirse en términos afirmativos, lo mismo respecto a la economía solidaria. Nos explicamos. El movimiento de la economía solidaria en todo el mundo viene construyendo su identidad como sucede con todos los movimientos sociales, comenzando a señalar a qué se oponen. En nuestro caso, la economía solidaria claramente se opone a un modelo de economía excluyente, consumista y especulador, generador de inequidad, pobreza y destrucción del medioambiente. Un nuevo paso consiste en señalar qué propone en términos afirmativos⁹. Lo mismo sucede con una empresa solidaria. Se puede construir su identidad a partir de lo que no pretende ser (una empresa verticalista, irresponsable social y ambientalmente, en manos de unos pocos, dirigida a maximizar ganancias, etc.), pero en algún momento hay que proponer una identidad en términos positivos.

En mi opinión, los principios y los valores que guían a las empresas solidarias, son, en la medida que se cumplan, sus principales características distintivas con independencia de las formas (sociales o jurídicas) que asuman los emprendimientos.

⁸ Otra discusión, que no trataremos en esta ocasión, es si las relaciones de cambio entre la cooperativa y los socios se rigen mediante el acto cooperativo (dispuesto en varias legislaciones latinoamericanas) o mediante actos puramente mercantiles.

⁹ El sustantivo “solidaridad” cuando nos referimos a una economía de la solidaridad, es en ese sentido, una orientación explícita en términos afirmativos que se diluye cuando adoptamos términos como “economía social”, menos precisos en términos orientativos.

Un análisis de las cartas de presentación de varios movimientos en todo el mundo de economía solidaria nos permiten destacar algunos de los siguientes aspectos distintivos, donde justamente asoma esa perspectiva axiológica:

- Es una forma diferente de producir, vender, comprar e intercambiar todo lo que se precise para vivir
- Prácticas regidas por valores de autogestión, democracia, cooperación y respeto por el medio ambiente
- Una alternativa al modo de producción capitalista, donde no existe la explotación del trabajo humano
- Prácticas que colocan a la persona humana y a la satisfacción de las necesidades humanas por encima de los intereses del capital
- Una economía basada en el trabajo humano bajo relaciones de cooperación
- Un enfoque de la actividad económica que tiene en cuenta a las personas, el medio ambiente y el desarrollo sostenible como referencia prioritaria
- Es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía basadas en la solidaridad y el trabajo

Como puede observarse, más allá de las diferencias entre distintas visiones, en todas ellas **el rescate de los “valores” podría considerarse como una de las principales características de la economía solidaria.**

Y es que una de las características de las empresas solidarias es que se interrogan acerca del *qué* y del *cómo* para cada una de las fases de la economía, aspectos abandonados por buena parte de las prácticas económicas convencionales.

El cooperativismo, por ejemplo, nucleado a nivel mundial en la ACI continúa la obra de los Pioneros de Rochdale, elaborando y reelaborando sus valores y principios distintivos. La II Asamblea General de la ACI (Manchester, 1995) adoptó una declaración sobre identidad cooperativa especificando sus valores y principios. En cuanto a los valores: “Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los miembros de las cooperativas creen en los valores éticos de

honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás” (ACI, 1996: 13).

Esta declaración de la ACI es heredera de una elaboración anterior (Böök, 1992) donde se distinguía entre unos valores institucionales (igualdad, equidad, ayuda mutua, internacionalismo, etc.) y otros más personales del cooperativista (honestidad, humanidad, solidaridad, etc.).

En cuanto a los principios, los mismos son una herencia de los Pioneros de Rochdale, luego corregidos en sucesivas reuniones de la ACI (1937, 1966 y 1995), siendo actualmente siete: membresía abierta y voluntaria; control democrático de los miembros; participación económica de sus miembros; autonomía e independencia; educación, entrenamiento e información; cooperación entre cooperativas; y compromiso con la comunidad.

El Movimiento de la Economía Solidaria, por su parte, aún no tiene a nivel mundial un organismo representativo que haya desarrollado una tarea de definiciones como la realizada por la ACI desde hace tantos años. Incluso, son evidentes ciertas identidades latinoamericanas que no coinciden del todo con aquellas surgidas, por ejemplo, en Europa, Asia u África. Aún así exponemos a continuación algunos principios elaborados por diversas fuentes:

Ley de la “Otra Economía” en Región del Lazio (Italia).

Señala los valores de esta modalidad: “valores de primacía del sujeto sobre el capital, con equidad en la distribución de los recursos, con respeto y tutela del ambiente y persecución de objetivos sociales” (Lazio, 2009).

Son principios de la otra economía:

- eco-compatibilidad;
- transparencia en las rendiciones;
- equidad y solidaridad en la distribución de ingresos;
- buena ocupación;
- participación.

Ley 454 de Colombia (Colombia, 1998)

- 1. El ser bueno, su trabajo y mecanismos de cooperación tienen primacía sobre los medios de producción.
- 2. Espíritu de solidaridad, cooperación, participación y ayuda mutua.
- 3. Administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora.
- 4. Adhesión voluntaria, responsable y abierta.
- 5. Propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción.
- 6. Participación económica de los asociados, en justicia y equidad.
- 7. Formación e información para sus miembros, de manera permanente, oportuna y progresiva.
- 8. Autonomía, autodeterminación y autogobierno.
- 9. Servicio a la comunidad.
- 10. Integración con otras organizaciones del mismo sector.
- 11. Promoción de la cultura ecológica

Carta de Principios de la Economía Social, CEP-CMAF (2002)

- Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital
- Adhesión voluntaria y abierta
- Control democrático por sus miembros (excepto para las fundaciones que no tienen socios)
- Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general
- Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad
- Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos
- Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a los miembros y del interés general

Informe del Parlamento Europeo sobre Economía Social, de 26 de enero de 2009

- la primacía de la persona y el objeto social sobre el capital
- la defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad,
- la conjunción de los intereses de los miembros y del interés general,
- el control democrático por parte de los miembros

- la adhesión voluntaria y abierta
- la autonomía de gestión y la independencia de los poderes públicos,
- la movilización de lo esencial de los excedentes para la persecución de objetivos de desarrollo
- sostenible, la mejora de los servicios a los miembros y al interés general.

Como se puede observar, tanto en el componente cooperativo como en el componente de otras organizaciones de economía solidaria, los valores y principios están presentes con singular fuerza en términos doctrinarios y son testimonios de un sector que en ese sentido se distingue del sector estatal (organizado según los fines primarios y secundarios de los estados; muy influidos por la perspectiva de la soberanía estatal) y del sector capitalista (al que le ha costado adaptar sus mecanismos a determinados marcos éticos)¹⁰.

De esta manera, Ciriec Internacional llega a la siguiente definición de economía social:

“Conjunto de empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, creadas para satisfacer las necesidades de sus socios a través del mercado, produciendo bienes y servicios, asegurando o financiando y en las que la eventual distribución entre los socios de beneficios o excedentes así como la toma de decisiones, no están ligados directamente con el capital o cotizaciones aportados por cada socio, correspondiendo un voto a cada uno de ellos. La Economía Social también agrupa a aquellas entidades privadas organizadas formalmente con autonomía de decisión y libertad de adhesión que producen servicios de no mercado a favor de las familias, cuyos excedentes, si los hubiera, no pueden ser apropiados por los agentes económicos que las crean, controlan o financian” (Pérez de Mendiguren, 2009: 9).

Aquí podemos observar dos tipos bien definidos de empresas: las volcadas al mercado, y aquellas que no aplican los criterios de mercado para la distribución de los bienes y/o servicios que producen. En todos los casos, lo que caracteriza a estas empresas es manejarse por una serie de principios entre los cuáles es de destacar la importancia de l

¹⁰ La RSE es en ese sentido, una búsqueda por parte de las empresas del sector capitalista por enmarcarse en un paradigma diferente al fundacional, y no exento de diferencias. Por ejemplo, Milton Friedmann se negaba a aceptar fines sociales por parte de las empresas, con el argumento que su principal responsabilidad consiste en generarle ganancias a los inversionistas.

a gestión democrático a los efectos de diferenciarlos de otros formatos híbridos que analizaremos más adelante.

LA IDENTIDAD COMO ANTÍTESIS: EL CASO DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

Es de conocimiento público que la figura prototípica de empresa en el sistema capitalista (la sociedad anónima) surge en el S. 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 autores (Kyd, 1793, Khanna, 2005). Las S.A. recogen estos antecedentes introduciendo a 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 socios (Barrera, 1983: 3). 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:

- (a) 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.

- (b) Las decisiones se toman por parte de una estructura de dirección que no coincide con la persona de los propietarios.
- (c) La propiedad de los medios puede ser libremente transferida.
- (d) 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 modernas (Khanna, 2005: 5). También podríamos citar como una quinta característica de este modelo empresarial, la motivación de ganancia económica que perseguían. Como señala Hirschman, 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 convierte 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 puede ser visto entonces como un ámbito de encuentro entre los agentes económicos. Desde este punto de vista nos recuerda la clasificación de Polanyi entre mercado como sistema y mercado como lugar físico. 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 mercado, 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. O dicho de otra manera, no son ya las personas 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 (ej. una red de pequeñas tiendas se asocian para comprar juntos); y otra empresa decide establecer una alianza estratégica con las restantes empresas de su territorio para generar un proceso de desarrollo 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 en 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 su políticas de vertido de ácidos en el Mar del Norte (CNMS, 1997: 134). 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 sólo 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 que allí paga una cuota de menor valor respecto a 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 consumistas ni instrumentales” (Evers, 1993, en Laville, 1997: 37).

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 asociatividad económica como ya se expuso tiene como condición el hecho 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 cooperativas, consorcios, alianzas estratégicas, clusters, distritos industriales y redes empresariales locales como las formas más importantes (Martí, 2012: 7).

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 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 socialista¹¹, 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 ... Sólo hay sociedades con un régimen dominante o, mejor dicho, para complicar aún más las cosas, con sistemas institucionales más o menos arbitrariamente definidas por el predominio de uno u otro de sus elementos" (Mauss 1997 : 265; en Laville, 2013:5).

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,

“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 en los que las poseen. En efecto, a diferencia de las empresas capitalistas, algunas empresas no son propiedad de los inversores, sino también por otros tipos de actores, cuyo objetivo no es acumular capital (Laville, 2013: 6).

En este contexto la clasificación habitual de empresas en tres sectores de la economía, resulta insuficiente y simplista, pues en la realidad de nuestros mercados determinados

¹¹ 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).

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, esto 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 éstas incluso hay diferencias apreciables, como se pueden 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. Éstas 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.

Un nuevo paso es la clasificación del tercer sector, como sector no lucrativo de nuestras economías. Aquí surgen también dudas respecto a la inclusión o no de cooperativas que actúan en el mercado compitiendo con empresas capitalistas. Si bien como vimos antes, parte de la doctrina cooperativa insiste en tipificar a éstas como empresas no lucrativas, una buena parte de la literatura sobre el tercer sector prefiere no incluir a estas empresas en el entendido que el tercer sector sólo debe conformarse con organizaciones que persigan fines sociales antes que económicos, siendo su figura emblemática la asociación nutrida de trabajo voluntario o incluso las fundaciones. Esta visión, popularizada por la Universidad "Johns Hopkins" (Baltimore)¹² no coincide del todo con la clasificación de los tres sectores analizada desde la perspectiva de la economía social y solidaria, aunque es importante señalar que tiene puntos en común. De hecho

¹² Para mayor información sobre los programas de esta Universidad en materia de non profit sector, Cfr. <http://ips.jhu.edu/pub/Nonprofit-Sector>

en el seno de la ISTR (THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR THIRD SECTOR RESEARCH) se han presentado numerosos trabajos en referencia al cooperativismo y las economías solidarias.

En el próximo apartado nos detendremos en dos 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: la empresa social y corporaciones B. 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 solidaria (por ejemplo, fuerte acento en un marco ético; fuerte presencia de objetivos sociales y ambientales en su misión). De alguna manera, se trata de formatos empresariales que ponen en tela de juicio el rol que hasta el momento ha venido cumpliendo la empresa capitalista, así como ciertos conceptos ya devaluados como la “responsabilidad social empresarial” donde –al decir de Porter y Kramer- los problemas sociales no se encuentran en el centro de la acción empresarial, sino en la periferia (Porter y Kramer, 2011: 3)¹³. Justamente estos renombrados autores reconocen la necesidad de redefinir el objetivo de una empresa, reconduciendo sus propósitos desde la generación de utilidad a la creación de un “valor compartido” entendido como “las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera” (Porter y Kramer, 2011: 5)¹⁴.

Obviamente que en esta devaluación de la RSE han jugado un papel fundamental las experiencias de empresas inescrupulosas que mientras manejaban un discurso políticamente correcto cometían actos reñidos con la moral empresarial, caso del

¹³ De todas maneras creemos que Porter y Kramer definen su concepto sin mayores diferencias respecto a la idea de una RSE. Dice Vives al respecto: “No se agota la capacidad de ponerle nuevos nombres a nuestra querida RSE. Cada cierto tiempo sale alguien que para llamar la atención sugiere una variante, una nueva interpretación para las prácticas responsables” (Vives, 2011).

¹⁴ Aún así, podemos criticar en la versión de Porter, cierta ingenuidad en su planteo, en la medida que no se desmarca de acciones puntuales de empresas, que como Wall Mart y Nestlé aparecen como ejemplos de ese tipo de prácticas y a la vez son reconocidas mundialmente por estilos de gestión empresarial violatorios de ciertos derechos sociales y laborales.

maquillaje contable de Enron¹⁵. Recordemos que esta multinacional del rubro energético que quiebra en 2001 dejando a miles de trabajadores sin empleo y sin sus ahorros (la empresa pagaba una parte del salario mediante acciones) mientras maquillaba sus balances, en su Informe 2000 sobre la responsabilidad social decía: “Queremos trabajar para promover el respeto recíproco con la comunidad y con aquellos cuyos intereses se vean afectados por nuestra actividad. Tratamos a los demás como nos gustaría que nos trataran a nosotros mismos” (Zamagni, 2012: 179).

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 vulnerable¹⁶, 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 Europa (Defourny, Favreu y Laville, 2001) ya que primaba 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 mercado (Alguacil, 2012: 84).

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 capacidad de poner en marcha por la producción de bienes o servicios,

¹⁵ Sobre una lectura de ética empresarial para el caso de Enron Cfr. Muñoz y Nevado (2007: 194 -202).

¹⁶ Este tipo de empresas se denominaron WISE a principios de los 90s: Work Integration Social Enterprise.

soluciones innovadoras a los problemas de exclusión y desempleo” (OCDE, 1999: 10).

Si bien en esta definición no se incluye la participación democrática, luego menciona entre sus palabras claves la “participación y organización democrática” (Gardin, 2004: 2). En ese mismo plano, Euronetz incluye entre sus características distintivas una estructura organizacional de tipo cooperativo con igualdad de derechos (Smallbone, 2001: 6), lo que le lleva a decir al citado autor, que el concepto de empresa social está muy cercano al de economía social (Smallbone, 2001: 15), 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 nonprofit para generar ingresos para apoyar su misión caritativa” (Defourny y Dissens, 2013:9) aunque también en los EUA el concepto tenía una segunda variante incluyendo empresas capitalistas con fines sociales.

Como bien señala Mendiguren (Mendiguren, 2009), parecería haber una conexión entre la influencia de la economía social para 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 denominar 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 sociedad" (Yunus, 2013). 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" (Yunus, 2013).

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

1. El objetivo de la empresa será 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.
2. Sostenibilidad financiera y económica.
3. Los inversores recuperan únicamente la cantidad de su inversión. No se reparten dividendos más allá del dinero invertido.
4. Cuando la cantidad de la inversión ha sido retornada, los beneficios de la compañía permanecen en la compañía para expansión y mejora.
5. Medioambientalmente consciente.
6. La fuerza de trabajo recibe salarios de mercado con mejores condiciones laborales.
7. Hacerlo con alegría (Yunus Centre, 2013).

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* (Yunus, 2008) se muestra crítico al modelo de empresa 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” (Yunus, 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 dependen 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 guían muchas empresas 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 Network¹⁷. 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

¹⁷ EMES es la sigla que identifica a la Red nucleada a través dle proyecto denominado “Emergence des Entreprises Sociales en Europe” de 1996.

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 que se refiere a “remuneración” y no “salario” que como se comprenderá es un subtipo de remuneración más específico¹⁸.

Eje social

d) Un objetivo explícito para 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,

¹⁸ El texto original de estas características se refiere a “paid work” (Defourny, 2001: 16), 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).

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 que los capitalistas amortizaron su inversión) hasta la legislación cooperativa más usual, que permite cierta 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 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.

El Prof. 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” (Borzaga, 2013). 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 antes (Austin, 2004; en Defourny y Nissens: 2013: 21). Lo mismo sucede con el enfoque de la innovación social norteamericano, 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 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 formato (B Corporation, 2012). 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 sucedería 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 dimensiones 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.

Veamos algunos de los indicadores aplicados a este tipo de corporaciones. Respecto a la Misión, por ejemplo, las BCorp pretenden avanzar más allá de las definiciones habituales que a lo sumo plantean la satisfacción del cliente y alientan misiones corporativas por escrito que incluyan explícitamente dimensiones sociales (por ejemplo el alivio de la pobreza) y ambientales. Respecto a los balances, las BCorp impulsan avanzar desde los mero balances contables a aquellos que incluyan los resultados

ambientales y sociales. Otro de los puntos refieren a evaluaciones de desempeño que integren las dimensiones socio-ambientales, tomar medidas por ejemplo en la estructura legal de la empresa para asegurar la Misión, establecimiento de códigos éticos en la organización, auditorías y mecanismos de transparencia contable, transparencia en informes financieros, sistema de pagos y beneficios a empleados que superen los mínimos nacionales, mecanismos de participación accionaria o estructura cooperativa, etc.

Una de las empresas más emblemáticas en obtener la “certificación B” en los EUA 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” (Ben & Jerry’s, 2013).

Esta empresa, sin embargo, tuvo un giro inesperado en el 2000. La impronta “progresista” impuesta por sus particulares propietarios recibe un fuerte cimbronazo cuando Unilever, una de las multinacionales más fuertes del mundo, decide su compra. Aunque sus fundadores se negaron, terminan 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 termina 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 corporaciones en EUA haya sido determinante para esta venta (Page & Katz, 2012), lo cierto es que éste 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 ha generado una alta demanda, aunque una reciente reforma en la regulación de las fundaciones, que obligan a aportar 5% de sus activos por año con fines benéficos, podría impactar positivamente en este nuevo formato pues se les reconoce como sujetos receptivos de estas donaciones (Field, 2012).

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 empresas (El Cronista, 2013: 1). 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 (Innovacion.cl: 2013) además de contar con un Fondo de Inversión Social dirigido al apoyo de este tipo de iniciativas¹⁹. Además de éstos, el otro país donde existen empresas certificadas es Colombia.

3.- El caso de la economía del bien común

La denominada “economía del bien común” responde a un modelo económico propuesto por el austríaco 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, pasa a ser muy prontamente divulgada en todo el contexto europeo. En consonancia con la economía

¹⁹ 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

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 empresa no será conseguir el mayor lucro posible sino “producir el mayor parte posible para el bienestar” (Felder, 2012: 48), siendo por lo tanto inadecuado el mero balance financiero como indicador de éxito económico. Es así que se construye una matriz con 5 valores (dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social, participación democrática y transparencia) y 5 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 éstas.

Otras especificaciones tienen que ver con las escalas salariales (nadie debería ganar más de 10 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 Felder forma parte del tronco común de la economía solidaria²⁰ 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 Felder, sino en el énfasis puesto en proponer un balance más integral, con indicadores y normas específicas que deben cumplir las

²⁰ El texto de Felder “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.

empresas del bien común más allá de las normas clásicas en la economía social (por ejemplo, una persona = 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 1000 puntos²¹. Sin embargo, en otros asuntos como el de las relaciones laborales, criterios de comercialización o transparencia, este formato empresarial incluye 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 desde la economía solidaria. Como 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) así como en la importancia asignada a las dimensiones sociales y ambientales del negocio, además de las propiamente económicas.

²¹ 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.

Llegado a este punto, y partiendo de la base de reconocer una economía plural y un mercado determinado donde confluyen diversas lógicas empresariales, podemos concluir lo siguiente:

1. 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 grandes sectores: el público, el privado y el social o solidario.
2. 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.
3. 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.

Cuadro 1: comparativo tipos ideales de empresa capitalista, empresa cooperativa y nuevos formatos de economía solidaria.

	Empresa capitalista	Empresa Cooperativa	Nueva Economía Solidaria
Factor organizador	Capital	Trabajo y factor C	Trabajo y factor C
Objetivo	Rentabilidad al capital	Satisfacer necesidades de los socios	Satisfacer necesidades de asociados o interés general
Distribución de	Proporcional al capital	Proporcional a la	Dos subtipos:

excedentes	aportado	actividad cooperativizada, con restricciones	distribución a los fines de la empresa; y distribución acotada a los socios.
Gestión política	En relación al capital aportado	Democrática	Democrática
Papel de la ética	Bajo. Básicamente se considera la legislación	Alto. Rol de los principios cooperativos	Alto. Principios y valores solidarios
Rol del trabajo	Factor contratado	Factor organizador, factor contratado o combinación	Fundamentalmente factor organizador
Rol del usuario	Relación mercantil	Relación mercantil o inclusión como asociado (acto cooperativo)	Relación mercantil o inclusión como asociado
Nivel de complejidad para su constitución	Baja	Alta	Alta
Criterio de inclusión en la empresa	Mercantil	Mercantil y social	Social y mercantil
Nivel de complejidad transferencias	Baja	Alta	Alta o imposibilidad de transferencias
Tipo de propiedad	Privada	Asociativa	Colectiva y Asociativa
Tipo de motivación	Económica	Económica y social	Social y económica
Sustentabilidad ambiental	baja	Baja	Alta
Figura jurídica predominante	S.A.	Cooperativas, mutuales	Cooperativas, asociaciones

Cuadro2: comparativo casos híbridos (empresa social y BCorp)

	Empresa Social	Empresa B
Factor organizador	Capital	Capital
Objetivo	Triple balance	Triple balance
Distribución de excedentes	Luego de pagado el capital se distribuye en la empresa	A los socios, pero se incentiva ampliarlo a empleados
Gestión política	En relación al capital aportado	En relación al capital aportado
Papel de la ética	Alto. Nuevas configuraciones éticas	Alto. Nuevas configuraciones éticas
Rol del trabajo	Factor contratado	Factor contratado
Rol del usuario	Stakeholder	Stakeholder
Sustentabilidad ambiental	Alta	Alta
Figura jurídica predominante	S.A. SRL	S.A., Bcorp

CONCLUYENDO

Las empresas solidarias en sus diversas variantes (cooperativas, mutuales, asociaciones, empresas recuperadas por sus trabajadores, organizaciones de comercio justo, comunidades, bancos éticos, etc.) son una expresión real y concreta de actuación económica subsumida a lo social (Polanyi). El marco de valores y principios con los que actúa, les aporta su principal seña de identidad: no se trata de producir, comercializar o consumir a cualquier costo, sino satisfacer necesidades bajo ciertas coordenadas morales. No es el mero asociacionismo lo que caracteriza a estas empresas, sino la construcción de un modelo comunitario.

Así como en nuestros actos económicos cotidianos no siempre nos comportamos como seres egoístas y calculadores, en el plano organizacional no todas las empresas se constituyen para maximizar las ganancias.

Ciertamente que en la práctica muchas de nuestras empresas cooperativistas y solidarias no se comportan conforme a ese marco ético de referencia. Son, en los hechos, empresas convencionales, aunque sus figuras jurídicas indiquen otra cosa.

Será necesario en tal sentido, avanzar en la construcción de una teoría empresarial que pueda dar cuenta de los nuevos formatos que ya no se explican con viejos moldes o categorías de análisis. Una teoría crítica a las nociones hegemónicas que postulan una racionalidad instrumental absolutamente prescindente de referencias éticas. Y sobre todo, una teoría que pueda dar cuenta de las numerosas prácticas que asoman hoy como esperanzadoras frente a una crisis sistémica que ha encendido la alarma a escala planetaria y nos empuja a la urgente búsqueda de alternativas.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

ACI (1996): *Identidad y Principios Cooperativos*, Montevideo, Nordan.

Alguacil, María (2012). “Empresas sociales y políticas europeas: los servicios sociales de interés económico general” (en línea) Ciriec España (consultado 14/10/2013) en http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/CIRIEC_7504_Alguacil.pdf

Barrera Graf, J. (1983) *Las sociedades en el derecho mexicano* (en línea) Biblioteca Jurídica Virtual (consultado 23/8/2013) en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/2/912/pl912.htm>

B Corporation (2012). *Annual Report* (en línea) B Corporation (consultado 21/10/2013) en http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/BcorpAP2012_Web-Version.pdf

Becker, Gary (1987): *Tratado sobre la familia*, Madrid, Alianza.

Bellod Redondo, J. (2010). “La función de producción Cobb-Douglas y la economía española” (en línea) *Revista Economía Crítica* (consultado 9/10/2013) en http://revistaeconomicacritica.org/sites/default/files/revistas/n12/REC12_Articulo_2_bellod.pdf

Ben & Jerry's (2013). “Ben & Jerry's Mission Statement” (en línea) Ben & Jerry's (consultado 21/10/2013) en <http://www.benjerry.com/activism/mission-statement>

Borzaga, Carlo (2013). “Las cooperativas y empresas sociales en el contexto europeo” (inédito) conferencia VIII Congreso Rulescoop, Sao Leopoldo – Brasil.

Buchanan, James (1979) “Qué deberían hacer los economistas” (en línea) Eumed.Net (consultado 6/6/2013) en <http://www.eumed.net/cursecon/textos/Buchanan-economistas.pdf>

Caillé, Alain (2010) *Teoría anti-utilitarista de la acción*, Buenos Aires, Waldhuter.

CNMS (1997) *Rebelión en la Tienda*, Barcelona, Icaria.

Colombia (1998) Ley 454, Bogotá, Diario Oficial No. 43.357, de 6 de agosto de 1998.

Defourny, Favreu y Laville (2001). Tackling social exclusion in Europe: The Contribution of the Social Economy (en línea) socioeco.org (consultado 10/10/2013) en http://www.socioeco.org/bdf/es/corpus_publication/fiche-publication-531.html

Defourny, J. (2001) ‘From Third Sector to Social Enterprise’, in Borzaga, C. and Defourny, J. (eds) *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York: Routledge, 1–28

Defourny, J. y Nissens, M. (2013). « El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada » (en línea) EMES Network (consultado 21/10/2013) en http://www.emes.net/uploads/media/EMES_WP_13-01.pdf

De Waal, Frans (2011) *La edad de la empatía*, Madrid, Metatemas.

El Cronista (2013). “Hacia una ley B” (en línea) El Cronista Comercial (consultado 11/11/2013) en <http://www.sistemab.org/hacia-una-ley-b>

Eymard-Duvernay, Francois (2008) *Economía Política de la Empresa*, Bs.As., Conicet.

Felber, Ch. (2012) *La economía del bien común*, España, Ediciones Deusto.

Fernández, Estela y Silnik, Gustavo (2013) *Teología profana y pensamiento crítico. Conversaciones con Franz Hinkelammert*, Bs.As., Ciccus.

Field, A. 2012. "IRS Rule Could Help the Fledgling L3C Corporate Form" (en línea) Forbes (consultado 21/10/2013) en <http://www.forbes.com/sites/annefield/2012/05/04/irs-rules-could-help-the-fledgling-l3c/>

Gardin, Laurent (2004). Las empresas sociales (en línea) Socioeco (consultado 14/10/2013) en http://base.socioeco.org/docs/gardin_lasempresassociales.pdf

GEORGESCU-ROEGEN, Nicholas (1971). The Entropy Law and the Economic Process. Harvard University Press.

Gómez, Pilar (2004) "Las sociedades cooperativas de vivienda. Especial referencia al País Vasco" (en línea) Cuadernos de Gestión (consultado 6/6/2013) en <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/425.pdf>

Granda Carvajal, Catalina (2006). "Elementos para una crítica a las teorías del crecimiento económico basados en los conceptos de capital y cambio tecnológico y sus nexos con los recursos naturales y la energía" (en línea) (consultado 9/10/2013) en http://www.bdigital.unal.edu.co/4911/1/Elementos_para_una_Cr%C3%ADtica_a..._-_Tesis_Maestr%C3%ADa_.pdf

Gramsci, Antonio (1970): *Antología*, México, Biblioteca del Pensamiento Socialista, Siglo XXI.

Hinkelammert, F. (1998): *El grito del Sujeto. Del teatro mundo del evangelio de Juan al perro-mundo de la globalización*, Costa Rica, DEI.

Hirschman, A (1999).: *Las pasiones y los intereses. Argumentos a favor del capitalismo previos a su triunfo*, Barcelona, Península.

Innovacion.cl (2013): "Empresas B, soluciones sociales con reglas de mercado" (en línea) Innovación.cl (consultado 11/11/2013) en <http://www.innovacion.cl/reportaje/empresas-b-soluciones-sociales-con-reglas-de-mercado/>

Khanna, Vikramaditya S. (2005). The Economic History of the Corporate Form in Ancient India. (en línea) University of Michigan (consultado 18/3/2014) en http://www.law.yale.edu/documents/pdf/cbl/Khanna_Ancient_India_informal.pdf

Kyd, Stewart (1793). A Treatise on the Law of Corporations, Volume 1 (en línea) Google Books (consultado 13/9/2013) en http://books.google.com.uy/books?id=I5ADAAAAQAAJ&pg=PA12&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

Kozy, John (2009): “El error de la oferta y la demanda” (en línea) Global Research (consultado 1/07/2011) en www.globalresearch.ca/

Laville, J.L. (1997) « Cohesión social y empleo: las nuevas relaciones entre la economía social y el Estado de bienestar”, en Ciriec España, N. 25, p. 28 – 40.

Laville, J.L. (2013). “La economía social y solidaria. Un marco teórico y plural” (en línea) (consultado 14/10/2013) en http://www3.diputados.gob.mx%2Fcamara%2Fcontent%2Fdownload%2F307684%2F1036939%2Ffile%2FLa_Economia_Social_Solidaria.pdf&ei=1BpcUp_LGYTA8ATz4oGYCA&usg=AFQjCNFXUNDVAaC8J3Z159xgI9E6GVrHsQ&sig2=eRJaRwRF4S2fMpkw2K78xA&bvm=bv.53899372,d.eWU

Lazio (2009) Ley Región del Lazio 4 de Agosto de 2009, Nro. 20 (en línea) (consultado 20/6/2013) en http://www.consiglio.regione.lazio.it/consiglioweb/dettaglio_wordpress.php?id=focuson_3&vmf=&vms= (traducción propia)

Martí, J.P. (2012) “Asociarse para competir en un mundo globalizado”, Montevideo, paper.

Mora Plaza (2009). “Función de producción, producción conjunta y salarios (revisión crítica del paradigma de la productividad marginal) (en línea) Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas (consultado 9/10/2013) en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/24/antoniomora.pdf>

Muñoz, Rosa y Nevado, Domingo (2007). El desarrollo de las organizaciones del S. XXI, Madrid, Especial Directivos.

OCDE (1999): Social Enterprises, Organisation for Economic Co-operation and Development.

OIT (1997) Recomendación 198, en CED (2013) “Derecho Laboral. Compendio de normas nacionales e internacionales”, Montevideo, Copyced.

Olson, Gary (2008): “De las neuronas espejo a la neuropolítica moral” (en línea) Revista Polis (consultado 05/04/2013) en <http://polis.revues.org/3559>

Page, A. Katz, R. (2012) “The Truth About Ben and Jerry’s” (en línea) Socially Responsible Business (consultado 21/10/2013) en http://www.ssireview.org/articles/entry/the_truth_about_ben_and_jerrys

Pérez de Mendiguren, J. (2009): Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate (en línea) Papeles de Economía Solidaria (consultado 18/10/2013) en http://www.economiasolidaria.org/files/papeles_ES_1_ReasEuskadi.pdf

Polanyi, Karl (2000) *La Gran Transformación*, México, JP.

Polanyi, Karl (2009) *El sustento del hombre*, Madrid, Capitán Swing.

Porter, M. y Kramer, M. (2011). “La creación de valor compartido” (en línea) Harvard Business Review América Latina (consultado 15/11/2013) en

<http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>

Puerto Rico (2004) Ley General de Sociedades Cooperativas N. 239 (en línea) (consultado 6/6/2013) en

<http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2004/lexl2004239.htm>

Razeto, Luis (1988): *Economía de la Solidaridad y Mercado Democrático*, Santiago, PET.

Razeto, Luis (1997). “El factor C” (en línea) Escuela Cooperativa Cecosesola (consultado 9/10/2013) en http://www.economiasolidaria.org/files/el_factor_c.pdf

Robbins, Lionel (1944) Ensayo sobre la Naturaleza y Significación de la Ciencia Económica (en línea) Eumed.Net (consultado 28/5/2013) en <http://www.eumed.net/cursecon/textos/robbins/index.htm>

Robinson, Joan (1954): “La Función de Producción y la Teoría del Capital”, *Review of Economic Studies*, vol XXI, n 55. Edición en castellano en *Ensayos Críticos*, editorial Orbis, 1988.

Sen, Amartya (2013) “No hay ningún país capitalista o socialista en el mundo” (en línea) *Gestión* (consultado 16/10/2013) en <http://gestion.pe/economia/amartya-sen-no-hay-ningun-pais-capitalista-socialista-mundo-2076266>

Smallbone, David (2001). *Researching social Enterprise* (en línea) Centre for Enterprise and Economic Development Research Middlesex University Business School Middlesex University (consultado 14/10/2013) en <http://www.mbsportal.bl.uk/secure/subjareas/smlbusentrep/bis/120401file38361.pdf>

Yunus Centre (2013) *Social Business* (en línea) Yunus Centre (consultado 18/10/2013) en <http://www.socialbusinessday.net/about/social-business>

Yunus, Muhammad (2008). *Un mundo sin pobreza*, Barcelona, Paidós.

Yunus, Muhammad (2011). *LAS EMPRESAS SOCIALES una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*, Barcelona, Paidós.

Yunus, Muhammad (2013). “Qué es una empresa social” (en línea) Ceo Forum (consultado 18/10/2013) en <http://www.ceoforum.com.ar/nota.asp?Id=751>

Zamagni, S. (2012) *Por una economía del bien común*, Madrid, Ciudad Nueva.