



Generando Oportunidades Sostenibles: las Empresas Sociales

Silvia Elena López Ortega

Cuarto año Bachillerato en Relaciones Internacionales

Universidad Nacional de Costa Rica

elopezort@gmail.com

Resumen: El objetivo de este documento es el de analizar las diversas iniciativas que se han generado para fomentar a las empresas sociales, para determinar el apoyo jurídico que le brindan algunos Estados a esta forma de negocio; ya que se parte de la premisa de que este tipo de entidades tiene la capacidad de crear una igualdad de oportunidades. Para esto, se van a relacionar las principales corrientes teóricas que han dinamizado el concepto de Empresa Social para poder identificar si existe una diferencia entre estas y otras entidades de la Economía Solidaria. En base a esto, se desea exponer algunas tendencias recientes que han enmarcado el debate sobre el tema y se van a mencionar algunos ejemplos de empresas. Finalmente, se va a vincular el propósito de estas empresas con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los cuales pueden incidir en el cumplimiento de las metas establecidas. Para la elaboración del artículo se realizaron entrevistas a empresas sociales de América Latina, a una consultora del tema y a un licenciado en Derecho que está trabajando en la propuesta de un Proyecto de Ley en Costa Rica. Además, se contó con bibliografía reciente, de fuentes confiables que regularmente se pronuncian sobre el tema a nivel global.

Palabras claves: Empresa, social, desarrollo, objetivos, sostenible, oportunidades, comunidad, innovación, crecimiento, economía, alianzas, Estado.

Abstract: The goal of this document is to analyze the various initiatives that have been generated to encourage social enterprises to determine the legal support provided by some States to this form of business; since it is based on the premise that these entities have the capacity to create equal opportunities. Therefore, we will relate the main theoretical currents that have dynamized the concept of Social Enterprise to be able to identify if there is a difference between these and other entities of the Solidarity Economy. On that basis, we want to outline some recent trends that have framed the debate on the subject and will mention some examples of companies. Finally, the purpose of these companies will be linked with some of the Sustainable Development Objectives in which they can influence the achievement of the established goals. For the elaboration of the article, interviews were carried out with social companies from Latin America, a consultant of the subject and a lawyer who is working on a proposal of a Bill of Law in Costa Rica. In addition it was rounded with recent bibliography, from reliable sources which are regularly pronounced on the subject at a global level.

Key words: Enterprise, social, development, goals, sustainable, opportunity, community, innovation, growth, economy, alliance, State.



Introducción

Actualmente, las fundaciones, las cooperativas y las ONG se asocian al término “empresa social” como las entidades más tradicionales, sin embargo, es importante acotar que existen nuevas tendencias que han diversificado el alcance de este concepto al punto que, es difícil encontrar una definición puntual de la misma.

Para efecto de este documento, se están identificando tres corrientes: la anglosajona, la europea continental y la de Muhammad Yunus¹, de las cuales se van a establecer sus diferencias. Las tres definiciones pueden influir en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y ayudar en la creación de igualdad de oportunidades, si se les brinda un incentivo gubernamental, sin embargo, a todas se les puede realizar mejoras para maximizar este objetivo. Es pertinente mencionar que para América Latina no es apropiado copiar de forma íntegra un modelo para su aplicación, debido a que todos vienen de realidades muy diversas, con problemáticas sociales, políticas y culturales muy distintas, pero si es importante estudiarlos para evaluar qué puntos pueden ser favorables para adaptarlos. A continuación se desarrolla el artículo en cinco secciones: la conceptualización, las tendencias actuales, las empresas sociales como generadoras de oportunidades, el caso costarricense y por último su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Conceptualizando a las Empresas Sociales

Como se mencionó antes, el concepto de “Empresa Social” tiene diversas interpretaciones. El enfoque europeo continental es tal vez el más conocido debido a que enmarca a las entidades más tradicionales. Según cita Monzón (2013), la Social Business Initiative de la Comisión Europea, identifica a una empresa social como aquel “operador de la economía social, cuyo objetivo principal es tener un impacto social, en lugar de obtener un beneficio para sus propietarios o accionistas. Produce bienes y servicios para el mercado de una manera innovadora y emprendedora y utiliza sus beneficios principalmente para lograr los objetivos sociales”. Aunado a esta definición,

¹ Premio nobel de la Paz por su labor en la reducción de pobreza. Trata de generar un nuevo concepto para la “Empresa Social”



se establece que una parte de sus excedentes los reinvierte en su función y otro se reparte entre sus propietarios.

Por otro lado, se encuentra el enfoque anglosajón, el cual según este mismo autor, encierra en sí mismo la unión de diversas corrientes que definen a la empresa social como “homóloga” de las organizaciones sin fines de lucro y fin social, pero también, como aquella que “se centra exclusivamente en la innovación social y la satisfacción de las necesidades sociales, con independencia de la forma de propiedad de la empresa.” (2013) Por otro lado, la Social Enterprise UK, que se define a sí misma como el cuerpo nacional de empresas sociales de Reino Unido, en su informe del 2015 dice que, “Social enterprises are businesses that trade to tackle social problems, improving communities, people’s life chances, or the environment. They make their money from selling goods and services in the open market, but they reinvest their profits back into the business or the local community” (Villeneuve-Smith & Temple 2015; 6) En este mismo informe se asegura que al menos el 94% de las empresas encuestadas reinvierten la mayoría de sus excedentes en el desarrollo de sus objetivos sociales o ambientales.

Por último, se encuentra la definición de Muhammad Yunus, quien en su libro *Las Empresas Sociales* (2011), las define como “una empresa sin pérdidas ni dividendos (...), su objetivo es resolver un problema social usando los métodos de negocios, incluida la creación y venta de productos o servicios” (Yunus 2011; 29). Junto a su interpretación, establece parámetros para crear una empresa de este tipo en donde describe la sostenibilidad financiera que se debe lograr para no depender de donaciones, que el 100% de los dividendos se debe utilizar para ampliar la empresa, generar un ahorro para posteriores crisis y de forma optativa, dar caridad, por lo que no se puede repartir nada entre los propietarios, los salarios de los colaboradores deben ser mejores que los estándar y la empresa debe ser amigable con el ambiente.

En el siguiente cuadro se puede apreciar más detalladamente la diferencia entre las tres corrientes, las cuales tienen en común la necesidad de una red de contactos global que permita fortalecer el sector y llegar a más población:



Cuadro No. 1 Diferencias entre conceptos

Europa continental	Reino Unido ²	Muhammad Yunus
<ul style="list-style-type: none">• Se identifica principalmente con las instituciones tradicionales (cooperativas, fundaciones, ONG).• Se reinvierte parte de los excedentes.• Pueden brindar sus bienes o servicios a un bajo costo o de forma gratuita.• Tienen beneficios legales y reciben donaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Una empresa puede estar registrada bajo varias figuras legales.• Se reinvierte la mayoría de los excedentes pero no el 100%.• Tiene marcos legales alternos como el Community Interest Company (CIC), Industrial and Provident Society (IPS).• Tienen beneficios legales y reciben donaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Los bienes y servicios se dan por un precio accesible a la población vulnerable pero no de forma gratuita.• La da énfasis a las alianzas público privadas y privadas privadas• Reinvierte el 100% de los dividendos y es auto sostenible.• Propone un marco legal.• No tiene beneficios legales, puede recibir donaciones siempre que no se dependa de ellas.

Fuente: Elaborado por la autora a partir de la bibliografía recopilada.

En relación con los conceptos anteriores y el proceso generado en América Latina, cabe resaltar que en la región no hay un marco legal que permita un mejor funcionamiento de las empresas sociales, ya que actualmente se enmarca en el concepto tradicional de la Europa continental.

En países como Argentina, Chile o Colombia, se le ha dado un tratamiento especial a los emprendimientos sociales por lo que el Cono Sur se ha visto beneficiado con algunas innovaciones y tendencias como las que se verán más adelante, pero se mantiene un faltante que pueda impulsar a este tipo de empresas a desarrollarse. Según Inji El Abd, consultora de Non-Profit, Emprendimientos Sociales y Empresas Sociales y socia de Empatitit, México, la principal diferencia entre las empresas sociales de América Latina y Europa es el apoyo gubernamental que se le puede dar a estas organizaciones, ya que en el viejo continente se les da un trato preferencial por parte del Estado como proveedores de servicio, que les permite tener algún tipo de fondeo asegurado³.

² Referencia a entrevista realizada a Inji El Abd, corroborado con el Informe del 2015 de Social Enterprise

³ En las contrataciones del Estados se les brinda una preferencia y se les permite gestionar algunas funciones como comedores escolares (El Abd, 2017), no es que precisamente se le den donaciones.



Ahora bien, las definiciones anteriores dejan ver varias entidades que pueden ser consideradas como empresas sociales, pero generalizar puede llevar al error. Las entidades a las que se hace referencia en el concepto europeo continental se consideran miembros de una economía solidaria tradicional⁴. En el cuadro número 2 se muestran las diferencias entre las diversas entidades, asociadas a este término:

Cuadro No. 2 Diferencias entre empresas

Cooperativa	Fundación	ONG	Emprendimiento social	Empresa Social
<ul style="list-style-type: none"> • Tienen fines diversos. • Requiere de afiliaciones y pueden dar sus servicios solo a los mismos.⁵ • Por lo general se desarrollan por sectores. • Tienen preferencia de contratación con el Estado. • No pagan impuestos.⁶ 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen fines sociales y/o ambientales. • No tienen fines comerciales aunque si pueden realizar acciones de este tipo, siempre y cuando sus ingresos se reinviertan en sus objetivos. • Pueden recibir fondos del gobierno. • Pueden recibir donaciones.⁷ • Deben ser transparentes. • No pagan impuestos.⁸ 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen un fin filántropo. • Depende principalmente de donaciones. • Muchos de sus colaboradores son voluntarios. • Son organizaciones sin fines de lucro. • Deben ser transparentes. • Según su función pueden o no pagar impuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede o no ser una iniciativa filántropa. • Se refiere a toda iniciativa que causa un cambio sistémico para solucionar un problemática social⁹. • Puede o no reinvertir sus dividendos. • Se puede desarrollar dentro de una ONG. • Podría llegar a convertirse en negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza el 100% de los dividendos para hacer crecer a la empresa. • Trata de gestionar un problema y tiene una filosofía socio ambiental. • Procura alianzas para su creación. • Su función operativa es como la de un negocio. • Puede recibir donaciones pero es auto sostenible. • Deben ser transparentes. • Pagan impuestos.

⁴ La Economía Solidaria “persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad, y la ayuda mutua Pérez, Juan Carlos; Etzezarreta, Enekoitz; Guridi, Luis. (2009). *Economía social, empresa social y economía solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate*

⁵ Las cooperativas por lo general solo pueden trabajar y ofrecer servicios a sus afiliados, para trabajar con terceros deben pedir un permiso al INFOCOOP, esto según la Ley de Asociaciones Cooperativas N° 4179, artículo 9.

⁶ En Costa Rica el impuesto territorial se paga luego de diez años.

⁷ Artículo 18, Ley de Fundaciones N° 5338

⁸ Según la Ley Reguladora de Exoneraciones Vigentes, Derogatorias y Excepciones N° 7293, artículo 2, inciso d, de las modificaciones y derogatorias, artículo 3, inciso ch.

⁹ Referencia a entrevista realizada a Inji El Abd, consultora de Non-Profit, Emprendimientos Sociales y Empresas Sociales



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la bibliografía recopilada.

Tendencias recientes

En los últimos años, como consecuencia de un sistema dinámico que pide un cambio en la forma como se trata el tema social por parte de las compañías, se han desarrollado algunas iniciativas que promueven un tipo de empresa social basado principalmente en el concepto anglosajón. A continuación se explica en qué consisten:

Cuadro No. 3 Tendencias sociales

Tendencia	Explicación
Sistema B¹⁰ o B Corporation	Su metodología comienza con un sistema de puntos que evalúa el desempeño del propósito en el modelo de negocios, la transparencia en su gobernanza y su relación con los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.
Global Compact¹¹	Iniciativa entre el Secretario General de la ONU (Kofi Annan) y empresas. No genera responsabilidad sobre las entidades que se adhieren ya que parte de un principio de buena voluntad. Consta de diez principios que abarcan los derechos humanos, los derechos laborales, la protección al ambiente y la lucha contra la corrupción.
Community Interest Companies (CIC)¹²	Se definen a sí mismas como un movimiento orientado a la comunidad. Las empresas que son parte de este movimiento comparten dos características: tienen un bloqueo de activos y tienen un límite en la repartición de dividendos. Se desarrolla en Reino Unido.
L3C	Es una estructura legal estadounidense que buscan ser un canal entre las fundaciones y las organizaciones con fines lucrativos pero con fin social ya que su estatus constitutivo permite que las fundaciones realicen donaciones.

Fuente: Elaborado por la autora a partir de la bibliografía recopilada.

Las tendencias presentadas en este informe no son las únicas, pero se tomaron como las más influyentes para América Latina; además, cabe resaltar que no son excluyentes una de la otra ya que algunas al ser certificaciones, pueden estar presentes en cualquier estructura legal que cumpla con los requisitos. Todas estas requieren de un compromiso social por parte de los empresarios y la mayoría al ser voluntarios, reflejan el potencial de apoyo que pueden propiciar al gobierno si se les da mayor protagonismo, como es el

¹⁰ Sistema B, Disponible en: <http://sistemab.org/quienes-somos-4/>

¹¹ Pacto Mundial. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

¹² Association CIC. Disponible en: <http://www.cicassociation.org.uk/about/what-is-a-cic>



caso de Reino Unido¹³. No se espera que este tipo de empresas vengan a resolver todos los problemas sociales de los Estados, se trata de una opción para dinamizar la economía de manera responsable al generar empleos dignos, mayor acceso a las poblaciones vulnerables, apoyar el empoderamiento de la mujer¹⁴, generar una conciencia ambiental y social, fomentar el cumplimiento de los derechos humanos y laborales, incentivar la creación de igualdad de oportunidades y sobre todo, de crear alianzas que maximicen el cumplimiento de estos objetivos.

Las Empresas Sociales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Tanto el concepto de Yunus como el anglosajón, impulsan la creación de una red global para el apoyo de las empresas sociales que van naciendo; en la interpretación del primero también se habla de alianzas público - privada o privada – privada para la constitución de las mismas. Por esta razón, y pensando en la similitud de metas entre las iniciativas de Empresas Sociales y los ODS, es que se hace mención en el cuadro número 4, de los objetivos específicos en los cuales pueden influir este tipo de entidades, buscando incentivar una alianza con los Estados que promueva su desarrollo para un bien común.

Los logros alcanzados en América Latina por este tipo de empresas, se podrían ver potencializados si se les brindara un apoyo mayor por parte de la estructura jurídica de la región. Sin embargo, aún queda mucho por hacer. En la entrevista a Inji El Abd, se mencionó que en la actualidad “las mujeres no están tan conectadas a redes de emprendimiento como los hombres” y también que, “muchas veces los salarios de las personas (hombres y mujeres) que trabajan en el sector social pueden ser menores al promedio debido a que éstas se integran para apoyar una causa y no cobran lo que cobrarían en el sector privado” (2017). Al no estar regulados por alguna ley, nada impide que el usuario se aproveche de fines sociales como estos.

¹³ Para ver los resultados de los informes sobre el último informe de la Social Enterprise UK, visitar: <https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=828443a9-2f80-4c2a-ab2b-81befed6ed05>

¹⁴ Yunus trabaja principalmente con mujeres, las cuales logran un empoderamiento en sus comunidades. Para más información, ver el libro “Las Empresas Sociales”

**Cuadro No. 4 ODS en los cuales las Empresas Sociales pueden apoyar¹⁵**

ODS	Metas para el 2030 ¹⁶
8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Promover políticas orientadas al apoyo de micro, pequeñas y medianas empresas; mejorar los hábitos de consumo y producción; mejorar las condiciones de empleo y la competitividad de los países; mejorar el consumo de los recursos naturales e incentivar el apoyo al emprendimiento y la innovación.
9: Construir estructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	Incentivar a la industria para que sea amigable con el ambiente; impulsar la participación de las pequeñas empresas, aumentar el acceso a las tecnologías de información y aumento de empleo
11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Asegurar acceso a la vivienda, servicios médicos, servicios básicos y transporte, reducir el impacto ambiental negativo, incentivo al desarrollo y planificación regional, aumentar la inclusión, eficiencia de recursos, mitigación del cambio climático y resiliencia a desastres.
12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Lograr la eficiencia en el manejo de recursos, crear conciencia social y ambiental de empresas y consumidores, reducir la pérdida de alimentos, reducir la generación de desechos, apoyar el fortalecimiento de capacidades tecnológicas y científicas y reducir de manera gradual la dependencia de los combustibles fósiles
17: Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	Plantea cinco áreas de trabajo: finanzas, tecnología, creación de capacidades, comercio y cuestiones sistémicas. Se busca incentivar las alianzas internacionales tanto para la cooperación internacional como para la asistencia oficial para el desarrollo, crear alianzas comerciales que apoyen el crecimiento económico de los países, el acceso a mercados y el intercambio de conocimiento y tecnología.

Fuente: Elaborado por la autora a partir de la bibliografía recopilada.

Las Empresas sociales como generadoras de oportunidades

¹⁵ Todos son tomados de la página de los ODS de la ONU, disponible en:

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

¹⁶ Algunas de estas metas son establecidas para el 2020, pero en general están planteadas para el 2030.



Teniendo en cuenta las diversas tendencias, cabe destacar entonces algunas empresas que han logrado desarrollarse y crecer al punto de poder brindar su bien o servicio a todo un país e incluso exportar.

Se puede observar a “Divine Chocolate” y “HCT Group”¹⁷. La primera es una Compañía Limitada por Acciones, africana, que es propiedad de una cooperativa de productores de cacao y la ONG Twin Trading; la misma vende chocolate a Reino Unido y Estados Unidos; está certificada como una B Corporation y su razón social es la de mejorar la calidad de vida de los agricultores y lograr un precio justo para los productores de Ghana. Así mismo, esta compañía tiene quince años de funcionar y brinda capacitación a mujeres para fomentar la participación igualitaria en la producción de cacao¹⁸.

La segunda es una empresa de transportes de Reino Unido que realiza rutas que las compañías privadas no cumplen. Según explicó Anne Salter, en su conferencia sobre empresas sociales, ésta nació en 1980 como una organización caritativa y luego se convirtió en una empresa social que da servicio en todo el territorio. Ellos publican cada año un informe sobre su impacto social y la inversión de sus dividendos, los cuales se utilizan para mejorar el servicio y en capacitaciones a personas desempleadas para generar oportunidades; de esta forma buscan la transparencia y están certificados por la Social Enterprise UK.¹⁹

En Latinoamérica encontramos principalmente B Corporation, ejemplo de esto son las empresas certificadas Libélula de Perú y Algramo de Chile y Colombia.

Libélula comenzó funciones en 2007 como resultado de la vulnerabilidad de su país ante el cambio climático. Se creó como una Sociedad Anónima Cerrada y se desarrolla como “una consultora ambiental, especializada en cambio climático, que busca guiar a personas y organizaciones a interactuar mejor con el medioambiente”²⁰. Ellos han logrado exportar su servicio al realizar consultorías y administrar la secretaría de una plataforma que funciona a lo largo de la región. Su misión social es la de “inspirar gente

¹⁷ Ambas compañías fueron presentadas como empresas sociales por Anne Salter, consultora de Reino Unido en su presentación sobre el tema en la Federación de Organizaciones Sociales, Costa Rica, en marzo del 2016

¹⁸ Más sobre “Divine Chocolate”: <http://www.divinechocolate.com/us/about-us/impact>

¹⁹ Más sobre HCT Group en: http://hctgroup.org/social_impact

²⁰ Entrevista realizada a Luis Prado, Jefe de Comunicación y Producciones de la empresa Libélula



y catalizar los cambios necesarios para conseguir un mundo sostenible”²¹ El impacto que generan, lo miden a través de la huella de carbono que logran disminuir de las entidades que asesoran.

Por otro lado se encuentra Algramo. Esta nació como un emprendimiento social en Chile en el 2013, en respuesta al alto precio pagado en las tiendas de barrio en productos al por menor. Se constituyó como una Sociedad por Acciones, luego comenzó en Colombia bajo esta misma figura en el 2015. Su misión es la de aliviar el gasto de las familias en condición vulnerable al poner a un precio más bajo los productos que distribuye, por medio de máquinas dispensadoras ubicadas en las tiendas antes mencionadas, tales como detergentes y granos.²² Un componente importante de esta compañía, es la del reciclaje, ideología que transmiten a sus compradores por medio de su mecanismo de venta. Hasta este momento, están presentes en aproximadamente mil tiendas en Chile y doscientas en Colombia y, en promedio, cada una atiende a cincuenta familias.

Como se puede observar, todas las empresas tienen figuras legales distintas pero, aún así, mantienen una filosofía social y ambiental que les permite ser consideradas dentro de este paraguas conceptual. Hablando del caso Latinoamericano, se pudo entrevistar a las empresas antes mencionadas y, ambas concuerdan en que no han llegado a tener algún tipo de apoyo o alianza gubernamental (fuera de los premios obtenidos por Algramo o algún beneficio tributario por parte de Libélula²³).

El hecho de ser empresas sociales, no les ha minimizado los riesgos de su plan de negocio, quizá por el contrario, les ha aunado otros. En el caso de Libélula según comentó Luis Prado, Jefe de Producción y Comunicación, su riesgo inicial fue el de abrir un nuevo mercado, ofreciendo un producto que hasta ese momento no existía y mantenerse en el tiempo; mientras que en el caso de Algramo, radica en conseguir proveedores que les permitan mantener sus precios bajos, además de realizar una mejora continua de su tecnología para seguir brindando el servicio.

El caso de Costa Rica

²¹ Ibíd 19

²² Entrevista realizada a Juan Ochoa, gerente general de Algramo Colombia

²³ Comentarios realizados en las entrevistas de ambas empresas



En Costa Rica, al igual que en el resto de países de la región, no hay a este momento un marco legal específico para las empresas sociales. A pesar de esto, en 2013 se recibió la visita del ya mencionado Premio Nobel, Muhammad Yunus, para la inauguración de la que él llamó la primera empresa social del país.²⁴ A raíz de esto, el entonces Presidente Oscar Arias, formuló una declaratoria de interés²⁵ para fomentar la creación de este tipo de empresas, sin embargo, este documento no hace mención de lo que considera el gobierno como empresa social y tampoco se ha producido un mayor cambio respecto a este tema.

Cabe destacar que sí existe una propuesta de Proyecto de Ley para crear una nueva figura jurídica, la cual se ha desarrollado desde el 2016 por parte de José Villalobos, licenciado en Derecho de la UCR y, la Federación de Organizaciones Sociales (FOS); en este momento la iniciativa se encuentra en fase de consulta. En este Proyecto se establecen los parámetros para la creación y funcionamiento de esta nueva figura, además, busca crear un fondo que permita apoyar a las empresas en su inicio, al cual puedan devolver la inversión inicial sin ningún tipo de interés²⁶.

Retomando la visita del señor Yunus, la empresa que inauguró se llama Nutrivida²⁷, ésta sigue la misma línea de otras entidades creadas por él, al ser una alianza entre Florida Bebidas y la Yunus Social Business. Es una Sociedad Anónima (MEIC, 2016) y su visión social es erradicar la subnutrición en el país, Centroamérica y Haití. Su operación se basa en la creación de alimentos y bebidas fortificadas, los cuales distribuyen en supermercados, comedores industriales y mediante su programa “Mamá pro salud”, el cual busca a mujeres que distribuyan los productos en su comunidad. Como consecuencia de la compra de los productos, ellos igualan la cantidad vendida para realizar donaciones a diversas entidades. Los dividendos se reinvierten en la mejora de la compañía, reciben donaciones y también personal voluntario.²⁸

²⁴ Noticia de Crhoy: Gobierno declara de interés nacional la creación de empresas sociales, 25 de noviembre, 2013. Se resalta que en el país ya existían este tipo de empresas como por ejemplo Asembis

²⁵ *Declara de interés público la promoción, la creación y el fortalecimiento de las “empresas sociales”*. Sistema Costarricense de Información Jurídica

²⁶ Entrevista a José Villalobos.

²⁷ Más información en: <http://www.nutrivida.co.cr/contenido/> . Se analiza de forma muy semejante a su primer empresa bajo este concepto, Grammen Danone, que funciona en Bangladesh con la venta de alimentos fortificados, solo que en Costa Rica no se tiene el apoyo legal

²⁸ Entrevista a Naomi Chacón, pasante de Comunicación de Nutrivida.



Así mismo, al igual que las otras empresas, ésta cuenta con los mismos riesgos de una empresa lucrativa sin fin social y, hasta más. La problemática por la que han tenido que pasar, es la de posicionar su producto y el concepto de lo que es una empresa social en el mercado, ya que además en Costa Rica, se choca con un factor cultural o de hábito de consumo en el cual el usuario no acostumbra comprar el producto de mayor responsabilidad social, si no el más económico, esto tomando en consideración, que los precios de Nutrivida son bastante accesibles. También, a pesar de tener su producto en supermercados, deben pasar por una competencia un poco desigual, ya que no pueden destinar mucho presupuesto a publicidad o puestos en las góndolas.

Este tipo de situaciones son las que pueden venir a mejorar el Proyecto de Ley que se está planteando, pero se necesita del apoyo del gobierno y de los diferentes actores estatales para lograr su aprobación.

Conclusiones

Al finalizar esta investigación, se encuentra una clara diferencia entre tres corrientes de pensamiento y las entidades que estas representan, respecto a lo que es una empresa social. Se establece que cada una de estas nace de la realidad social, política y cultural que demanda cada región.

Se denota además, que a pesar del creciente y dinámico movimiento en pro de las Empresas Sociales, existen en América Latina, barreras legales que impiden un buen funcionamiento de este tipo de entidades, por lo que no se puede maximizar el cumplimiento de sus objetivos. Al no tener una figura jurídica específica en la región, deben jugar con otro tipo de estructuras que las llevan a un incremento del riesgo en su plan de negocios. Como solución a esto, se confirma, que es necesario el fomento de las alianzas público - privadas y privadas – privadas que aseguren el buen desarrollo de las mismas, al permitirles tener mayor participación de su entorno. Como sugerencia adicional, se considera necesaria la educación en la región respecto a hábitos y responsabilidad de consumo, esto para que la población también preste su apoyo a estas entidades y ayuden a dinamizar su economía.

Debido a las características, filosofía y funcionamiento de estas empresas, se llega a la conclusión de que tienen un gran potencial para llegar a ser un buen apoyo de los Estados para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, pero al menos



en este trabajo, no se puede medir exactamente su impacto ya que para determinar esto, se requiere de otro tipo de investigación y sistematización de la información por parte de las empresas.

Se destaca que, a pesar de las barreras previas, existe en América Latina un gran potencial innovador, que ha llevado a distintas comunidades a ser creativas en la solución de sus problemas, demandando así un cambio en el sistema.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Legislativa. (2001) *Ley de Fundaciones*. Departamento de Servicio Parlamentarios, área de Procesos Legislativos.
- CIC. (s.f). *Association Community Interest Companies*. Disponible en: <http://www.cicassociation.org.uk/about/what-is-a-cic>
- Field, Anne. (2014). Another reason to Become an L3C. *Entrepreneurs*. Revista Forbes. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/annefield/2014/08/22/another-reason-to-become-an-l3c/#69bf552a785a>
- MEIC. (2016). *PYMES activas al 31 de octubre del 2016*. Portal del MEIC.
- Monzón, José. (2013). *Empresas Sociales y Economía Social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la U.E*. Universitat de Valencia. Revista de economía mundial 35, p. 151 -164. CIRIEC, España. ISSN: 1576-0162
- Nutrivida. (2015). *Nutrivida*. Disponible en: <http://www.nutrivida.co.cr/contenido/>
- Pérez, Juan Carlos; Etxezarreta, Enekoitz; Guridi, Luis. (2009). *Economía social, empresa social y economía solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate*. Red de Economía Alternativa y Solidaria; Bizkaiko Foru Aldundia, Diputación Foral de Bizkaia, Bilbao. D.L.: Bi-2670-09
- Salter, Anne. (2016). *ONGs y Empresas Sociales*. Presentación de conferencia realizada en la FOS, San José, Costa Rica.
- Sancho, Manuel. (2013). *Gobierno declara de interés nacional la creación de empresas sociales*. Crhoy. Disponible en: <http://www.crhoy.com/archivo/gobierno-declara-de-interes-nacional-la-creacion-de-empresas-sociales/nacionales/>
- SCIJ. (2017). *Ley Reguladora de Exoneraciones Vigentes, Derogatorias y Excepciones N° 7293*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. Disponible en: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=32135&nValor3=92927&strTipM=TC
- SCIJ. (2017). *Ley de Asociaciones Cooperativas N° 4179*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. Disponible en: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=32655&nValor3=85395&strTipM=T
- SCIJ. (2017). *Declara de interés público la promoción, la creación y el fortalecimiento de las “empresas sociales”*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. Disponible en: <http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/>



- Normativa/Normas/nrm texto completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=76471&nValor3=95487&strTipM=TC
Sistema B. (2017). *Súmate al Movimiento B*. Disponible en: <http://sistemab.org/>
- Unión Europea. (2017). *La Comunidad crece – primera ampliación*. La historia de la Unión Europea. Disponible en: https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1970-1979_es
- United Nations, (2017). *Global compact*. UN Global Compact. Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/>
- United Nations. (s.f). *Objetivo 08: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos*. Objetivos de desarrollo sostenible. Disponible en: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- United Nations. (s.f) *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Disponible en: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Villeneuve-Smith, Frank; Temple, Nick. (2015). *State of Social Enterprise Survey 2015: Leading the World in Social Enterprise*. Social Enterprise UK,

supported by Santander. Disponible en: <https://www.socialenterprise.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=828443a9-2f80-4c2a-ab2b-81befed6ed05>

- Yunus, Muhammad. (2011). *Las Empresas Sociales: Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*. Primera edición en español. Editorial Paidós, España. ISBN: 978-84-493-2495-6.

Entrevistas

- Chacón, Naomi. (2017) *Empresa Social Nutrivida*. Entrevistada el 10 de abril, vía teléfono, Costa Rica
- El Abd, Inji. (2017). *Las empresas sociales*. Entrevistada el 03 de abril, vía Skype, México.
- Prado, Luis. (2017). *Libélula, empresa social de Perú*. Entrevista escrita del 04 de abril, vía correo electrónico.
- Ochoa, Juan. (2017) *Algramo, empresa social de Chile y Colombia*. Entrevistado el 29 de marzo, vía Skype, Colombia.
- Villalobos, Jaime. (2017) *Iniciativa de Proyecto de Ley para Empresas Sociales en Costa Rica*. Entrevistado el 06 de abril, vía Skype, Reino Unido.