

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA DE DERECHO DE LA EMPRESA**



PONTIFICIA
**UNIVERSIDAD
CATÓLICA**
DEL PERÚ

**LAS EMPRESAS SOCIALES EN EL PERÚ Y LA NECESIDAD
DE CONTAR UN MARCO LEGAL**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAGISTER EN DERECHO
DE LA EMPRESA**

AUTORA: JANETH COCHACHIN RAMÍREZ

ASESOR: AUGUSTO FERNANDINI

**JURADOS: FERNANDINI CAPURRO AUGUSTO
RIZO-PATRÓN CECILIA
CUEVA VIEIRA AURELIO**

LIMA – PERÚ – 2015

INDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 4 |
| SECCIÓN I | |
| LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y EL IMPACTO SOCIAL..... | 5 |
| 1. La Solución de problemas sociales desde modelos empresariales..... | 5 |
| 1.1. La Responsabilidad Social Empresarial..... | 5 |
| a. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía Empresarial..... | 6 |
| b. Grupos de Interés..... | 8 |
| 1.2. El Emprendimiento Social | 11 |
| A. El Cuarto Sector | 12 |
| B. Economía Social..... | 13 |
| 1.3. Empresa Social, Empresa Híbrida y Empresa B..... | 15 |
| 1.3.1. Empresa Social..... | 16 |
| 1.3.2. Las Empresas Híbridas..... | 17 |
| 1.3.3. Las Empresas B..... | 19 |
| 1.3.4. Estructura y Funciones de las Empresas Sociales..... | 21 |
| A. Modelo Organizativo de una Empresa Social..... | 21 |
| 1.3.5. Sostenibilidad..... | 22 |
| SECCIÓN II | |
| 2. CONTEXTO INTERNACIONAL..... | 25 |
| 2.1 B Labs y La Certificación De Empresas B..... | 26 |
| 2.1.1. Las B Corps en Estados Unidos..... | 30 |
| 2.1.2. Benefit Corporation..... | 32 |
| 2.1.3. Impacto de B Labs a Nivel Mundial..... | 35 |
| 2.2 Grameen Danone – Bangladesh..... | 36 |
| 2.3 Empresa de Inserción Social – España..... | 37 |
| SECCIÓN III | |
| EL CONTEXTO PERUANO..... | 39 |
| 3 Las Empresas Sociales en el Perú..... | 39 |
| • Carácter Innovador..... | 39 |
| • Emprendedores que se convierten en líderes transformacionales..... | 39 |
| 3.1 YAQUA..... | 40 |
| 3.2 DUHEM (Deja una huella en el mundo)..... | 41 |
| 3.3 AYLLU RUWASUNCHIS..... | 43 |
| 3.4 L.O.O.P. (Life Out of Plastic)..... | 45 |
| SECCION IV | |
| ANÁLISIS Y CONSIDERACIONES FINALES..... | 47 |
| CONCLUSIONES..... | 49 |

| | |
|-------------------|----|
| BIBLIOGRAFIA..... | 50 |
| ANEXOS..... | 53 |



INTRODUCCIÓN

El Perú es un país que ha tendido un crecimiento económico promedio por encima de 6% durante los últimos 5 años, en la actualidad la economía sigue creciendo aunque a un menor ritmo y se perfila entre las más sólidas de la región, sin embargo esto no se traduce en desarrollo; es en este contexto que surge una nueva entidad denominada “empresa social” la cual emplea sus activos y competencias en generar impacto social.

En este trabajo enfocamos los distintos aspectos de la empresa social, desde el surgimiento de este nuevo modelo, pasando por el contexto en el que se desenvuelven a nivel internacional y cómo las políticas públicas en algunos países están siendo dirigidas a incentivar el desarrollo de este modelo empresarial, de igual forma mostramos algunos casos concretos en nuestro país, las cuales han demostrado ser un mecanismo eficiente de solución a problemas sociales aplicados a contextos definidos, también se abarca el problema de la falta de un marco jurídico que regule sus obligaciones y que proteja la misión para que fueron creadas, desde la falta de un mecanismo legal de constitución de las mismas y la protección de los intereses del empresario, así como de la misión social, motivo por el cual consideramos que se debe crear una nueva categoría legal a fin de dar a la empresa social un ambiente adecuado para su desarrollo y poder cumplir de manera más eficiente su doble perfil.

LAS EMPRESAS SOCIALES EN EL PERÚ Y LA NECESIDAD DE CONTAR CON UN MARCO LEGAL

SECCIÓN I:

LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y EL IMPACTO SOCIAL

1. La solución de problemas sociales desde modelos empresariales

En los últimos años el papel tradicional de la empresa ha cambiado, según Donna Wood las empresas y la sociedad son entidades que están interrelacionadas, puesto que las empresas se desenvuelven dentro de la sociedad, toda actividad económica genera un impacto en la sociedad, este impacto debe conciliar con los intereses de la sociedad donde se desenvuelve la empresa, estos intereses son generados por diversos grupos ya sean consumidores, comunidad, los cuales se encuentran comprometidos con el cambio social, ante ello la empresa asume un rol de referente, promoviendo valores y manifestando su compromiso a brindar soluciones a estos problemas, como una primera muestra de estos compromisos tenemos a las políticas de responsabilidad social empresarial, la cual surge como una nueva forma de gestionar el impacto de la actividad empresarial y conciliar el interés económico de la empresa con su interés social.

Para entender mejor el surgimiento de la empresa social debemos partir desde los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial, donde inicia el cambio de filosofía sobre la empresa y su función en la sociedad.

1.1 La Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad Social de la Empresa, surge como un nuevo modelo, mediante el cual se busca conciliar los intereses de la empresa y los de la sociedad, resulta interesante y relevante para esta investigación analizar los orígenes de la responsabilidad social, ya que surge como un modelo que derribó algunos paradigmas sobre el rol de las empresas.

Tenemos inicialmente la opinión de Milton Friedman¹, quien sostiene que la responsabilidad social de los negocios es aquella que tienen los administradores para con los dueños del negocio, realizando acciones, que vayan acorde con la moral y la ética, buscando maximizar las utilidades de la empresa.

Friedman también manifiesta que emplear los recursos de la empresa en la consecución de objetivos sociales es equivocado, ya que aquello equivaldría a un

¹ FRIEDMAN, Milton, *La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades*. En: Bower, J. (comp.), *Oficio y arte de la gerencia*, Vol. II, Grupo Editorial Norma, Bogotá, 1995.

impuesto, y que en todo caso atender las demandas sociales es obligación del estado y no de las empresas, el hecho de destinar dinero de la empresa en fines sociales desnaturaliza a la empresa y su papel dentro del mercado y la sociedad; la posición de Friedman no toma en cuenta que las empresas se desenvuelven en un medio social, y que siempre van a existir grupos de interés, los consumidores son cada vez más informados y sensibles al comportamiento de las empresas dentro de la sociedad por lo que una mala reputación de la empresa para con sus grupos de interés puede ocasionarle perjuicios al momento de buscar su beneficio económico mediante la venta de productos o servicios.

Peter Drucker, por otra parte, en su libro “la Sociedad Post Capitalista”² afirma que la principal misión de las organizaciones empresariales es la generación de lucro; no obstante, esto no significa, desde su perspectiva que sea la única, el poderío económico que las empresas obtienen a través de su quehacer debería verse balanceado por un **alto grado de responsabilidad** al interior de las mismas.

Dennis Sulmont³ define a la Responsabilidad Social como “*la actitud de una empresa dispuesta a asumir de manera voluntaria y proactiva las obligaciones que contrae con los diferentes sectores sociales involucrados en su actividad, armonizando sus fines particulares con los fines de la colectividad*”.

Las concepciones de Drucker y Sulmont, coinciden en que la empresa tiene como fin principal el lucro que deben generar a sus propietarios, sin embargo, esto no impide ni es excluyente de su compromiso con la sociedad donde se desenvuelve, involucrando, tanto a su comunidad, colaboradores, proveedores, etc; convirtiendo a la empresa en un agente importante dentro de la sociedad y del cual se espera una forma ética de desarrollo.

a. La Responsabilidad Social Empresarial y la Filantropía Empresarial

Dennis Sulmont⁴ señala que las empresas poseen responsabilidades que se podrían llamar *ciudadanas*, lo cual implica atender las externalidades que sus acciones puedan causar a los bienes públicos, esas responsabilidades son las siguientes:

- Cumplir con sus obligaciones tributarias para contribuir a mantener el gasto público.
- Cumplir de manera proactiva con las leyes.

² Drucker Peter, *La Sociedad Post Capitalista*, Barcelona, Diciembre de 1993, p.13

³ Sulmont Dennis, “*La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú*” en Sulmont, Dennis y Enrique Vásquez, *Modernización empresarial en el Perú*, Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2000, p. 125.

⁴ Sulmont Dennis, *ob. Cit*, p. 125.

- Colaborar con el estado y la sociedad civil a resolver los problemas sociales que no son resueltos adecuadamente por la dinámica del mercado.

Fernando Savater⁵ resalta que ser socialmente responsable no implica que la empresa renuncie a sus beneficios o a la potenciación y creación de espacios económicos.

Kast y Rosenzweig⁶ sostienen que la ética empresarial naciente considera a las utilidades como el objetivo principal pero con un mayor reconocimiento de los objetivos sociales, puesto que busca satisfacer diversas necesidades en contraposición con el paradigma de la ética capitalista tradicional, como la de Friedman, en la que la maximización de beneficios es la única razón de la empresa.

Si hablamos de responsabilidad social de la empresa podemos apreciar que no significa renunciar al beneficio económico al que tienen derecho sus propietarios, se trata más bien, de comprender a la empresa como un agente activo dentro de la sociedad donde se desenvuelve, buscando contribuir, generando desarrollo, siendo un referente de valores y asumiendo sus responsabilidades y obligaciones para con su entorno, de modo que no sólo gana la empresa o sus propietarios, sino la sociedad en su conjunto.

- **¿Entonces qué diferencia a la responsabilidad social empresarial de la filantropía empresarial?**

De lo señalado anteriormente podemos distinguir a la responsabilidad social de la filantropía empresarial, puesto que la segunda tiene una motivación exclusivamente altruista, la cual busca mejorar la calidad de vida de la sociedad y está orientada al entorno externo de la empresa; a diferencia de la responsabilidad social empresarial que tiene como fin principal la obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta con la finalidad de obtener beneficios para la propia empresa en mediano y largo plazo; el impacto de las políticas de responsabilidad social no sólo se dirigen al entorno externo de la empresa, sino también al interno (recursos humanos)

⁵ SAVATER, Fernando, *La dimensión ética de la empresa*, Bogotá: Fundación Social y Siglo del Hombre Editores, 1998, pp. 43-44.

⁶ Kast Fremont y James Rosenweirg, *Administración en las organizaciones. Enfoques de sistemas y de contingencias*, Mexico: Mc Garw – Hill, 1993, p.43.

La responsabilidad social se encuentra alineada a la estrategia corporativa partiendo de una visión ética y de competitividad hacia los negocios, se trata entonces de una forma de gestionar la empresa.

Para entender mejor sobre la concepción de la responsabilidad de la empresa para con sus grupos de interés, es pertinente analizar mejor este concepto

b. Grupos de Interés

El término stakeholder, atribuido a Edward Freeman⁷, quién propone dos acepciones del mismo:

- *Acepción amplia*: cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar el logro de los objetivos de una organización o que es afectado por el logro de los objetivos de una organización (agencias gubernamentales, asociaciones de comercio, competidores, clientes, etc)
- *Acepción Restringida*: cualquier grupo o individuo identificable respecto del cual la organización es dependiente para su supervivencia (empleado, accionistas, etc)

Los *grupos de interés o Stakeholders* están constituidos *por* aquellos grupos e individuos que son, pueden o creen ser afectados (impacto) por algún aspecto de las actividades de la empresa y aquellos que tienen o pueden tener algún interés (expectativas) o pueden afectar a la organización. (Perú 2021)⁸

Vemos que dentro de los grupos de interés siempre encontraremos a grupos identificables que pueden afectar o ser afectados por la actividad empresarial, lo cual genera expectativas de la empresa y de su desenvolvimiento en su entorno y sobre la manera en que busca mitigar las externalidades negativas que pueda generar su actividad, de forma que pueda conciliar sus intereses con los de la sociedad.

• Identificación de stakeholders

La identificación de los grupos de interés es fundamental para poder definir e implementar las políticas de responsabilidad social empresarial.

Guédez⁹ señala que los grupos de interés pueden variar respecto a su poder, legitimidad o urgencia, lo cual hace compleja la tarea de identificar los grupos de interés.

⁷ Freeman con David Reed, *California Management Review*, Spring 25 (3): 88 – 106.

⁸ <http://reporte.peru2021.org/peru2021.php>

⁹ Guédez, Víctor, *Los grupos de interés, de lo transaccional a lo relacional y a lo consustancial*, CIES. P. 4

Existen diferentes enfoques para la identificación de los grupos de interés entre los cuales tenemos:

a) Enfoque analítico o descriptivo: empleamos este método cuando una empresa tiene relación con varios intereses y grupos, la metodología que emplea para identificarlos es la división de acuerdo a tres atributos

- *Poder:* para defender los intereses propios o influir en los otros grupos.
- *Urgencia:* de acuerdo al tiempo, existen problemas que deben ser resueltos de manera inmediata o urgente y otros que por su grado de menor complejidad pueden esperar para ser atendidos.
- *Legitimidad:* grupos de interés reconocidos como tales debido a su origen y por la estabilidad de su presencia

Guedez¹⁰ también señala que cuando un grupo de interés posee sólo un atributo, de los antes señalados, se le denomina latente; cuando tiene dos atributos se le considera expectante; finalmente, cuando tiene los tres se le considera definitivo.

b) Enfoque instrumental: este enfoque prioriza los beneficios para el negocio, se trata de diseñar acciones para atender las necesidades de los grupos de interés que puedan afectar de manera significativa los objetivos esenciales de la empresa, o se emplea también reducir los riesgos y peligros representados por algunos grupos de interés.

c) Enfoque normativo: Este enfoque se basa sobre la idea de que los grupos de interés son personas con dignidad y cuentan con intereses legítimos para la empresa y la sociedad y como tales no deben ser instrumentalizados a favor de los exclusivos beneficios de los accionistas.

¹⁰ Ídem.

En resumen el mapa de stakeholders de una empresa se podría entender mejor en el siguiente cuadro.



Fuente: Elaboración Propia

Concluiremos entonces que es vital para todo proyecto de responsabilidad social y cualquier proyecto social, ya que siempre que se impulse una iniciativa social y/o económico existirán grupos de interés en torno al mismo. En el caso puntual de la empresa no sólo se trata de hacer una obra de impacto social por filantropía sino también por la búsqueda del reconocimiento del mismo a fin de conciliar sus intereses con los de sus stakeholders.

1.2 El Emprendimiento Social

Hablar de empresarios y emprendedores, es hablar de dos conceptos sumamente distintos, mientras que se puede definir al empresario como el titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa¹¹, el emprendedor es aquel que impulsa o desarrolla acciones o empresas innovadoras, los emprendedores, saben ubicar las oportunidades y explotarlas a fin de lograr sus objetivos.

Existen dos tipos de emprendedores, los emprendedores sociales y los emprendedores empresariales, puesto que los primeros buscan encontrar o generar las oportunidades que les permitan dar soluciones innovadoras a los problemas sociales de mayor urgencia en la sociedad, estos emprendedores desarrollan acciones que ayudarán a conseguir este fin en lugar de dejar que sea sólo el estado quien se ocupe de esta tarea; los emprendedores empresariales son individuos que identifican necesidades en el mercado, a las que pretenden atender mediante la creación de negocios innovadores y sostenibles, este tipo de emprendimiento busca además un beneficio económico para el emprendedor.

Mair and Marti¹² señalan que el emprendimiento social se diferencia del emprendimiento empresarial debido a la prioridad de la creación de valor social frente a la creación de valor económico, señalan que este último es necesario para la sostenibilidad de la iniciativa mas no es el fin principal de los emprendimientos sociales; para Martin and Osberg¹³ el valor que busca generar un emprendimiento social es una transformación social a gran escala.

Porter y Kramer¹⁴ van más allá y sostiene la teoría del valor compartido, según la cual se crea un valor económico de forma tal que también se genere valor para la sociedad, tomando en cuenta sus necesidades y los retos que esta enfrenta.

Vemos entonces un movimiento creciente que se preocupa por el medio ambiente la sociedad y que busca generar un cambio desde el propio mercado.

Es dentro de este contexto de generación de emprendimientos sociales y en la búsqueda de sostenibilidad para estos proyectos que surgen conceptos como el

¹¹ <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=empresario>

¹² Mair, Johana, *Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead*, IESE Business School. University of Navarra. Barcelona Spain. <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0888-E.pdf>

¹³ Roger L. Martin & Sally Osberg, *Social Entrepreneurship: the case for definition*. Stanford Social Innovation Review. Spring 2007. <http://www.ngobiz.org/picture/File/Social%20Entrepreneur-The%20Case%20of%20Definition.pdf>

¹⁴ Michael E. Porter & Mark R. Kramer. *Creating Shared Value, How To Reinvent Capitalism and unleash a wave of innovation and growth*. En: Harvard Business Review. January – February 2011. HBR.ORG

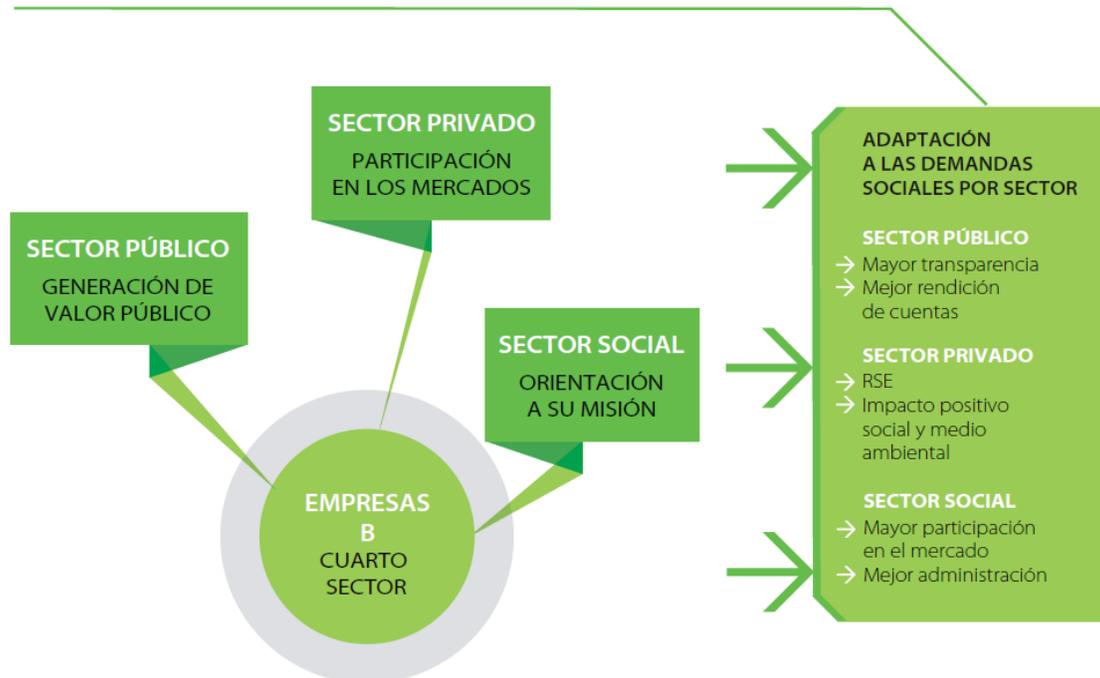
denominado cuarto sector o la economía social que dan origen a las empresas sociales.

A. El Cuarto Sector.

Este Sector nace con el surgimiento de movimientos que buscan replantear la economía, como una toma de conciencia respecto de las consecuencias sociales y medio ambientales que produce el desarrollo de la economía industrializada, es así como surge el concepto del desarrollo sostenible, basado en tres ejes esenciales que son el desarrollo económico, social y medioambiental, es en este contexto que diversas instituciones públicas y privadas generan iniciativas en pro de este desarrollo sostenible, como es el empleo de energías renovables, inclusión social, es cuando se inicia el fomento de nuevas formas organizacionales y de gobernanza¹⁵, es así como surge el movimiento de emprendedores y empresarios que sugieren que la empresa no es una entidad separada de la sociedad, a este movimiento se le denominó “el cuarto sector” u organizaciones híbridas ya que combinan el propósito empresarial con los objetivos sociales, básicamente se trata de compañías alternativas que son creadas tomando en cuenta el bienestar de diversos grupos de interés, se les conoce como entidades multistakeholder, y de la sociedad en general, poniendo el valor social al mismo nivel del valor financiero, van más allá de los sectores tradicionales: gobierno, empresa y organizaciones no lucrativas¹⁶

¹⁵Elkington, 1998; Ehrenfeld, 2008 en Hoffman, A., Badiane K., Haigh, N., 2010, p. 4

¹⁶ Marjorie Kelly y Allen White, *CORPORATE DESIGN, The Missing Business and Public Policy Issue of our Time*. Corporation 20/20. TELLUS INSTITUTE. Boston. November 2007.



Fuente: Fondo Multilateral de Inversiones

En el cuadro podemos apreciar, de acuerdo al Fondo Multilateral de Inversiones, como ubica las denominadas empresas B, de las cuales profundizaremos más adelante, en el cuarto sector; a pesar de las diferentes denominaciones que se le da a este tipo de entidades, se ve que el fin es el mismo, el cuarto sector está constituido por aquellas empresas que no solo generan valor económico sino también valor social.

B. Economía Social.

Otro de los conceptos que surgen para definir a la actividad realizada por las organizaciones que buscan emplear herramientas del mercado como una forma de generar su sostenibilidad es el de Economía Social, definida por la Organización Internacional del Trabajo como *“un concepto que designa a las empresas y organizaciones (...) que tienen la característica específica de producir bienes, servicios y conocimiento, que a la vez persiguen tanto los objetivos sociales, económicos y promueven la solidaridad”*¹⁷

Si bien es cierto que estas organizaciones, ya sean empresas u organizaciones sin fines de lucro, desarrollan actividades que son propias de la economía pública

¹⁷ Conferencia Regional de la OIT sobre Economía Social – Octubre 2009-
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--coop/documents/publication/wcms_185354.pdf

(perseguir objetivos sociales y promover la solidaridad), no pertenecen al sector público, se dice que practican un régimen especial de propiedad y de distribución de las ganancias, en el cual los excedentes generados por su actividad económica son empleados en favor del crecimiento de la propia entidad y la mejora de sus servicios para con los socios y con la propias sociedad¹⁸

CESE – Consejo Económico y Social Europeo, define a la economía social como el *“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 organizaciones 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 los crean, controlan o financian”*¹⁹

De la definición de CESE podemos apreciar que la economía social se basa en dos vertientes, la del mercado (satisfacer necesidades a través de la venta de productos y servicios) y otra donde entran a tallar las organizaciones sin ánimo de lucro, CIRIEC²⁰ divide estas vertientes en 2 sub sectores:

a) *El subsector de mercado o empresarial de la economía social:* el cual está constituido por cooperativas, grupos empresariales controlados por cooperativas y entidades de la economía social, empresas sociales, y ciertas instituciones sin fines de lucro al servicio de las empresas sociales, estas entidades tienen las siguientes características:

- Se crean para satisfacer las necesidades de sus socios, es común que los socios ostenten la doble condición de socios y usuarios de la actividad

¹⁸ Monzón, José Luis, *Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector*. CIRIEC – Revista de Economía Pública y Social y Cooperativa, N° 56, noviembre 2006, pp. 9 – 24 - http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5601_Monzon.pdf

¹⁹ Comité Económico y Social Europeo, *La Economía Social en la Unión Europea*, Resumen del Informe elaborado para el Comité Económico y Social Europeo por el Centro Internacional de Investigación e información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC) - <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-es.pdf>

²⁰ Ibid.

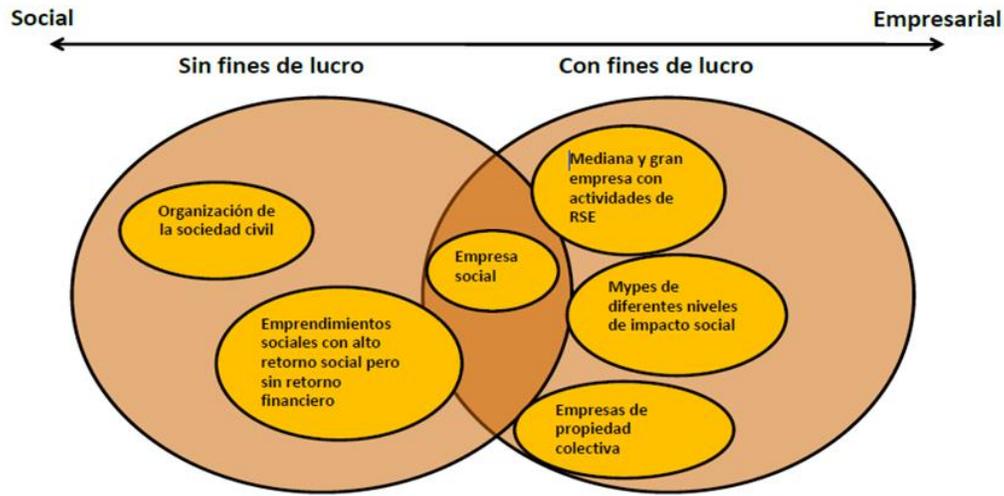
- Son productoras de mercado, por cuanto operan en él, vendiendo productos y/o servicios a precios económicamente significativos, como producto de ello, obtienen la mayoría de recursos económicos con los que cuentan.
 - Pueden distribuir excedentes entre sus socios – usuarios, sin embargo esta distribución de excedentes no se da en proporción al capital aportado por cada uno de ellos, sino de acuerdo con la actividad que cada uno desempeña.
- b) *El Subsector no de Mercado de la Economía Social:* constituido básicamente por asociaciones y fundaciones, aunque también pueden encontrarse con otra forma jurídica. Este sub sector se encuentra conformado por entidades que comprende la economía social que son productores no de mercado, esto se refiere a que la producción de sus actividades son distribuidos de forma gratuita o a precios bajos, a esto debemos añadirle que los recursos que captan son provenientes de donaciones, cuotas de sus socios, subvenciones, etc; los excedentes generados no pueden ser apropiados por sus socios o usuarios.

1.3 La Empresa Social, la Empresa Híbrida y la Empresa B

Existen diversas opiniones y definiciones de empresas sociales, entre ellas tenemos la propuesta por Muhamad Yunnus²¹ quien propone emplear los mecanismos del mercado para brindar soluciones a problemas sociales a través de una unidad empresarial a la cual denomina: “empresa social”; Yunnus manifiesta que la empresa social constituye un intento de aprovechar la naturaleza humana multidimensional, (emprendedores sociales y empresariales), propone la creación de una unidad productiva autosostenible, la cual tiene como objetivo principal no la maximización de beneficios económicos en favor de los propietarios o inversionistas de esta unidad productiva, sino en la optimización de beneficios sociales y en la realización de una actividad, además de la económica, orientada a mejorar las condiciones de vida y/o posibilitar el desarrollo económico y humano de sectores excluidos; con el desarrollo de este movimiento comenzaron a surgir nuevos modelos como son las empresas híbridas, empresas que buscan maximizar beneficios económicos y sociales, así como también el surgimiento de las denominadas Empresas B, que surgen gracias un movimiento de emprendedores sociales que buscan proteger la misión de sus organizaciones.

²¹ YUNUS, Muhamad, *Hacia un Mundo sin Pobreza*, Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile, 1998.

Definiendo Empresa Social: Una mirada desde los tipos de organizaciones



Fuente: NESsT Perú

En el cuadro anterior tenemos a la empresa social, definida por NESsT, organización que funciona como incubadora de empresas sociales, grafican a la empresa social como un híbrido entre las organizaciones sin fines de lucro y las empresas que buscan el beneficio personal de sus propietarios, esta unidad tiene como objetivo generar ganancias por la venta de algún producto o servicio, pero que emplea estas ganancias en el desarrollo de iniciativas que buscan mitigar problemas sociales críticos de una manera financieramente sostenible, en esta organización, no sólo es importante el retorno financiero, sino también el retorno social de la inversión.

Es importante entender las distinciones que se han hecho sobre los conceptos de empresa social, empresa híbrida y empresa B a fin de tener un panorama más claro sobre el tema de investigación.

1.3.1 La Empresa Social

Una empresa social emplea los mecanismos de mercado, esto es, ofrece un bien o servicio por el cual recibe una contraprestación, la cual cubre sus costos y genera excedentes, estos excedentes son empleados para brindar mayores beneficios a sectores de la sociedad que se encuentran excluidos.

La denominación de Empresa social o *social business* fue propuesta por Muhamad Yunus, fundador del banco Grameen en Bangladesh, pioneros en los microcréditos, en su libro “Building Social Business”, definiéndola como una nueva forma de organización que conecta un objetivo social, ético, o ambiental con un fin comercial o financiero, Yunus propone que una empresa social, para ser considerada como tal, debe destinar el 100% de sus excedentes al fin social que persigue, establece también una hoja de ruta de cómo estas nuevas empresas pueden crecer y prosperar, sin embargo esta definición ha sido cuestionada y tildada de rígida y dogmática; y que puede causar daños no deseados a sus objetivos, puesto que demasiadas organizaciones, que destinan parte de sus esfuerzos a la solución de un problema social, caen fuera de la definición de Yunus, señala también Yunus que una empresa social no debe generar ganancias a sus accionistas, puesto que esto genera un riesgo de pervertir a la empresa social y alejarla de su misión, sin embargo el único caso en el que estaría permitido el reparto de utilidades de una empresa social es cuando la propiedad de esta empresa es de los pobres, lo cual también ha sido criticado, siendo el libro impreciso acerca de lo que sucede si el negocio tiene éxito y los propietarios sociales se hacen menos pobres, *¿se considerarían empresas sociales y luego serían descalificadas como tales?*, cuestiona Rodney Schwartz²², que concluye que para estos casos hay un problema con el modelo planteado cuando el éxito conduce a la descalificación.

Cabe añadir que durante la investigación pudimos advertir que la empresa social también ha recibido la denominación de “empresa híbrida” o “ideal híbrido”, tal y como lo apreciamos en el gráfico anterior propuesto por NESsT, esto debido al doble perfil de ser una organización que busca dar solución a un problema social y que al mismo tiempo debe buscar su sostenibilidad mediante la venta de productos o servicios

1.3.2 Las Empresas Híbridas:

Las empresas híbridas se definen como aquellas que maximizan beneficios y que al mismo tiempo dedican parte de sus esfuerzos a un fin social, Esquinca²³ considera que este modelo es mucho más viable que la empresa social (tal y como la define Yunus), se puede decir entonces que en lugar de limitarse a elegir entre el beneficio económico

²² Rodney Schwartz, *Hear, Hear for Profits*, en Stanford Social Innovation Review, 2010.

http://www.ssireview.org/book_reviews/entry/building_social_business_muhammad_yunus

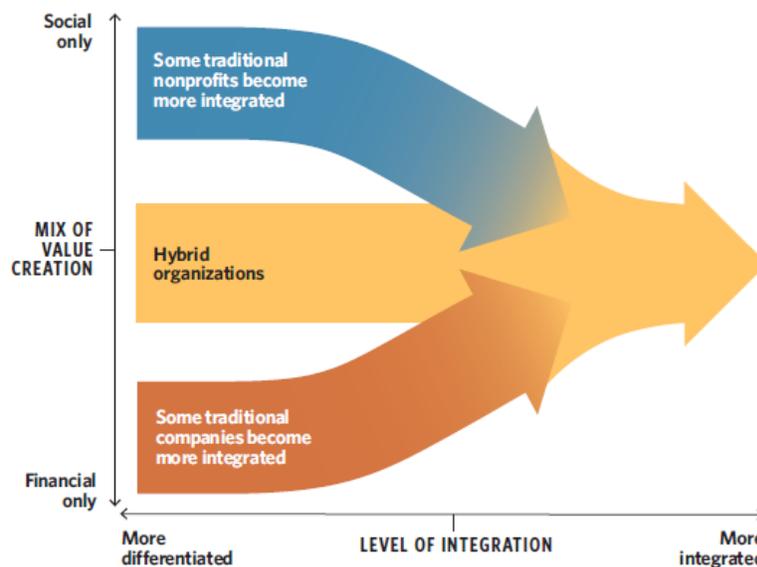
²³ Edgar Sinuhé Esquinca Barriga, *La empresa social: ¿cura o paliativo para la pobreza?*, en: Revista CONfines, Edición 09, enero – mayo de 2009, México.

<http://confines.mty.itesm.mx/articulos9/EsquincaE.pdf>

y el beneficio social, algunas organizaciones aprovechan estas dos opciones y optan por crear una estructura híbrida. A veces las empresas con fines de lucro crean una organización no lucrativa. Por ejemplo, la empresa con fines de lucro de corretaje Charles Schwab & Company creó Schwab Benéfica, una organización sin fines de lucro afiliada que se encarga de las operaciones de los fondos asesorados por donantes. En otros casos, la organización no lucrativa crea una empresa con ánimo de lucro. Normalmente, se trata de ejercer una actividad que se parece más a un negocio²⁴.

Hollingsworth²⁵ indica que esta es una forma eficiente puesto que mediante la combinación de funciones de negocio estándar, tales como contabilidad, recursos humanos y finanzas, se garantiza la sostenibilidad de la empresa, de esta forma los emprendedores sociales pueden aprovechar entonces estos servicios a medida que crecen, lo que les permite mantenerse enfocados en su misión social.

The Hybridization Movement



En el cuadro anterior vemos como en la empresa híbrida el valor social y el retorno comercial son igualmente importantes e indivisibles²⁶

²⁴ Jim Fruchterman, *For Love or Lucre*, en: Stanford Social Innovation Review, Spring 2011.

²⁵ Travis Hollingsworth, *Could Holding Companies Help Social Enterprise Scale Up?*, en: Stanford Social Innovation Review, Jun. 26, 2014.

http://www.ssireview.org/blog/entry/could_holding_companies_help_social_enterprise_scale_up

²⁶ Julie Battilana, Matthew Lee, John Walker, & Cheryl Dorsey, *In Search of the Hybrid Ideal*, en Stanford Social Innovation Review, Summer 2012, Leland Stanford Jr. University. www.ssireview.org

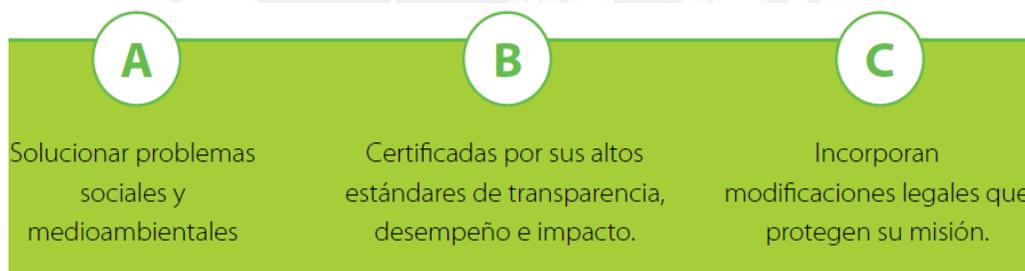
1.3.3 Las Empresas B

La empresa B es definida por el Fondo Multilateral de Inversiones²⁷ como *un nuevo fenómeno empresarial que amplía el deber fiduciario de los accionistas y gestores para incluir intereses no financieros. Su objetivo es crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.*

La denominación de empresas B surge por la iniciativa B – Labs, la organización sin fines de lucro que surge en Estados Unidos, con la finalidad de proteger la misión para la que fueron creadas tanto las empresas sociales como las empresas híbridas, a las empresas certificadas por el sistema B se les denomina “Empresa B”.

Las empresas B, se consideran como tales cuando dentro de su misión persiguen un triple impacto:

- Solucionar problemas sociales y/o ambientales
- Cumplimiento de estándares, son empresas que han pasado por un proceso de certificación.
- Incorporan modificaciones legales para proteger su misión.



Fuente: Fondo Multilateral de Inversiones.

Luego de ver las distintas denominaciones que se han dado a las empresas que integran el cuarto sector y las variaciones en su denominación, llegamos a la conclusión que podemos denominar empresas sociales a las empresas que buscan dar solución a un problema social, sin importar si los recursos destinados a esta misión son los recursos totales o una parte de ellos, en el caso de empresas B, se distinguen netamente por contar con la certificación B, por lo que califican como empresas sociales, la diferencia sustancial sin embargo, si se encuentra con respecto a las empresas tradicionales.

²⁷ Fondo Multilateral de Inversiones, *El Fenómeno de las Empresas B en América Latina, redefiniendo el éxito empresarial*, Banco Interamericano de Desarrollo. 2005.

- **¿Qué diferencia a una empresa social de una empresa tradicional?**

Paula Cardenau²⁸ de Ashoka sostiene que nos encontramos frente a un nuevo paradigma puesto que *“no se trata de una organización social utilizando herramientas de mercado para ser sostenible, tampoco de una empresa con impacto social, se trata más bien de una nueva manera de hacer negocios”*.

Las empresas sociales se diferencian de las empresas tradicionales por los siguientes factores:

- **La Misión:** la razón de ser de las empresas sociales es resolver problemas sociales y para poder conseguirlo emplean los excedentes económicos que generan, Cardenau²⁹ sostiene que *incrementar* el lucro en una empresa social puede perjudicar el beneficio social que está persiguiendo, esto se ve en algunos casos, sobre todo en aquellos que buscan integrar a personas en situación de vulnerabilidad.
- **Las empresas sociales alcanzan el punto de equilibrio económico de manera más lenta que las empresas tradicionales:** En efecto este fenómeno de crecimiento de la empresa social se da debido a que en varios casos busca insertar a poblaciones excluidas como son: personas con discapacidad, víctimas de violencia, etc; lograr el propósito social en este tipo de empresas genera costos de producción mucho más altos que en los casos de empresas tradicionales, ya que antes de insertar a estas personas al mundo laboral se debe invertir en su capacitación y posteriormente el acompañamiento en el desempeño de sus labores.
- **El Modelo Organizativo:** Dentro de las empresas sociales el poder de la toma de decisiones dentro de una empresa social no se encuentra vinculado directamente al aporte de capital, como sí lo es en el caso de las empresas tradicionales, en las empresas sociales se busca involucrar de manera activa a los beneficiarios, es por este motivo que la empresa social tiene el reto de encontrar una forma organizativa que le permita desempeñar su doble perfil (comercial y social)

²⁸ CARDENAU, Paula, *Empresas Sociales, Aprendizajes Sobre la Práctica de Empresas Sociales*, ASHOKA – Octubre – 2012 <http://es.scribd.com/doc/226151164/Negocios-Sociales-Ashoka>

²⁹ Ídem

Habiendo hecho estas precisiones cabe preguntarse si las empresas sociales deben ser consideradas como un tipo de organización sin fin de lucro o si se debe buscar una estructura adecuada que permita un beneficio mutuo para el empresario y la población beneficiada, del mismo modo, se debe formular un mecanismo que permita a las empresas sociales ser competitivas en el mercado sin descuidar su finalidad social.

- **El Beneficio Social**

Hablamos de beneficio social cuando se ve una mejora del nivel de desarrollo social de los beneficiarios de un proyecto social, estos efectos se pueden manifestar de forma mediata o inmediata, esta mejora necesariamente debe ser un resultado de un proyecto concreto y no de situaciones ajenas a este, debido a que las externalidades son difíciles de predecir y de medir³⁰

Cabe acotar que para medir el beneficio social se emplean mecanismos como el análisis del Retorno Social de la Inversión (SROI), el cual consiste en medir cuanto valor social se genera por cada monto de dinero invertido en proyectos sociales, finalmente se comparan los beneficios generados con los costos de implementar el proyecto, este es un campo en el que no ahondaremos en este trabajo puesto que no es el foco principal del enfoque que se quiere abordar.

1.3.4 Estructura y Funciones de las Empresas Sociales

A. Modelo Organizativo de una Empresa Social

Es un reto poder establecer un modelo estructural que permita a las empresas sociales poder conciliar su doble propósito, el de ser rentable y generar transformación social.

Para poder entender este tema es preciso conocer el perfil de los emprendedores que integran una empresa social.

Se debe contar con un equipo integrado por emprendedores con perfil comercial, profesionales en marketing, finanzas, administración, de forma que se puede asegurar una gestión adecuada de la empresa, a esto debemos añadirle el compromiso social con el que deben contar estos profesionales; en la mayoría de

³⁰ Fernández López, Javier, Doiro Sancho, Manuel y Ares Gómez, José, *Parámetros para evaluar el retorno social de la financiación pública de la I + D + I.*- http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/parametros-evaluar-retorno-social-financiacion-publica-i-d-i/id/44770767.html

casos vemos que los miembros de empresas sociales han estado involucrados en iniciativas sociales o han participado en organizaciones civiles.

En cuanto al marco regulatorio, en el caso peruano concreto no se cuenta con una legislación específica sobre las empresas sociales, esto ha generado que busquen la manera de adecuarse a la legislación vigente, constituyéndose como asociaciones o como sucede en la mayoría de casos, empresas comerciales que dentro de su estructura societaria tiene en calidad de socios a una o más asociaciones civiles u organizaciones sin fines de lucro y a una persona natural o jurídica (empresa).

El reto se encuentra en equilibrar el poder de los accionistas de una empresa social de forma que no dejaría de lado la misión para la que fue constituida en primer lugar; pero que al mismo tiempo permita a los inversionistas tener un retorno económico lo suficientemente atractivo para permitir tu participación y garantizar la sostenibilidad de las empresas sociales.

1.3.5 Sostenibilidad

- **Retos que deben superar las empresas sociales y las empresa híbridas**

Estos modelos empresariales deben superar muchos retos entre ellos tenemos:

- ***Manejo adecuado de su doble propósito:***

Como señalamos anteriormente Muhamad Yunnus³¹ manifiesta que los socios integrantes de la empresa social no deben buscar el lucro personal con su iniciativa, puesto que esto puede generar un riesgo de “*pervertir*” a la empresa social y que se deje de lado la misión social por la que fue constituida, sin embargo consideramos que es necesario generar un incentivo para que los emprendedores puedan ver en la empresa social no sólo la oportunidad de resolver un problema social, sino también de percibir un beneficio económico como consecuencia de ello.

Sin embargo, nos encontramos con el reto de conciliar el doble perfil de la empresa social y de la empresa híbrida, debe existir un trabajo coordinado y comprometido del equipo comercial, que se encargará de la gestión comercial de la empresa (ventas, marketing, finanzas, distribución) y el equipo social, conformado por los miembros de la asociación u organización sin fines de lucro que integre la empresa social, que es la encargada de desarrollar los proyectos

³¹ YUNUS, Muhamad, *Ob. Cit.*

sociales de la empresa, es importante entonces mantener a los primeros comprometidos y consientes sobre todo de la misión social de la empresa, es en este punto donde surge el reto de conformar el equipo que se encargará de la gestión de la empresa, es necesario, como lo señalamos anteriormente, que el equipo esté integrado por especialistas en el campo de la gestión empresarial (administradores, financistas, profesionales en marketing, etc.), pero que además deben contar con la sensibilidad necesaria para poder entender que es importante tomar en cuenta el carácter social de la empresa, lo que sucede por lo general es que el equipo que se contrata para gestionar la empresa social tiene experiencia en el sector de las organizaciones sin fines de lucro, se debe evaluar el perfil de este equipo con rigurosidad ya que se trata de garantizar el éxito de la empresa, que como dice el dicho popular en el mundo corporativo “el éxito de una empresa depende de las personas que la integran”.

- ***Acceso a financiamiento:***

Este punto es vital para toda empresa, en el caso de la empresa social lo es más aún ya que su doble perfil puede no resultar llamativo para muchos inversionistas, debiendo competir con empresas que prometen tasas de retorno altas en un periodo más corto que las empresas sociales.

Los mecanismos comúnmente empleados para financiar una empresa son el aporte de capital por parte de inversores, quienes esperan un retorno económico a cambio, y también mediante el acceso a préstamos por parte de entidades financieras, en el caso de las empresas sociales, también se encuentra un nicho de financiamiento por medio del levantamiento de fondos, donaciones y capital semilla sin retorno, al que acceden debido a su fin social, sin embargo en un sistema de mercado en el cual se busca el beneficio mutuo es bastante complejo poder acceder a este tipo de financiamiento, el conseguir financiamiento para empresas tradicionales con altas tasas de retorno es bastante complejo, lo es más cuando se trata de empresas sociales, la estructura híbrida dentro de la composición accionaria de las empresas sociales puede ser aprovechada de modo que mientras que el retorno económico de la inversión resulta atractivo para los inversionistas, la organización sin fines de lucro que compone el accionariado de las asociaciones puede garantizar el cumplimiento del fin social y así poder percibir fondos provenientes de donaciones, sin embargo es un trabajo

muy arduo el que espera a los emprendedores sociales al momento de buscar financiamiento para sus iniciativas.

- **Legislación:**

En el Perú las empresas sociales, híbridas o empresas B, no se encuentran legisladas como tal, como consecuencia de ello, han optado por constituirse ya sea como asociaciones sin fines de lucro o como empresas comerciales, para ser más exactos han adoptado la figura de la sociedad anónima.

Por el lado de las asociaciones sin fines de lucro, la legislación peruana admite que las asociaciones puedan dedicarse a la venta de productos o servicios, de acuerdo con lo dispuesto por el inciso e) del Art. 14°, el inciso b) del Art. 19° y el Artículo 28° del Decreto Leg. 774 (Ley del Impuesto a la Renta), sin embargo las asociaciones debido a su carácter no lucrativo, regulada por el Código Civil, se encuentran exoneradas del pago del Impuesto a la Renta, las rentas que genera una asociación no son distribuidas entre los asociados, sino que pasan a formar parte del patrimonio de la asociación, esta renta debe ser empleada en la consecución de sus fines no lucrativos, el hecho de que las asociaciones no puedan repartir utilidades entre sus socios dificulta el modelo de incentivos para sus miembros así como para los inversionistas del que hablamos anteriormente, lo cual dificulta el desempeño de las empresas sociales como tales.

Por otro lado tenemos a las empresas comerciales, en el caso peruano se encuentra regulada por la Ley General de Sociedades, la forma societaria ideal para constituir una empresa social es la de la sociedad anónima, la sociedad anónima permite la distribución de utilidades entre sus socios, lo cual hace a una empresa más atractiva ante los inversionistas, sin embargo el reto en este modelo es garantizar que el destino de las ganancias que se generan serán empleados en el fin social de la empresa.

La solución por la que se ha optado, por varias empresas sociales e híbridas, es un modelo híbrido, que consiste en adoptar la forma societaria de sociedad anónima, la cual tiene como accionista a por lo menos una asociación, de forma que se asegura que las utilidades percibidas por la asociación serán destinadas al fin social de la empresa, consideramos que debe existir un marco legal que regule a las empresas sociales e híbridas, la certificación B Corp parece ser una buena solución a fin de asegurar la misión social de la empresa y al mismo tiempo un porcentaje de accionariado lo suficientemente atractivo para que los

emprendedores que impulsen una empresa social puedan ganar y buscar inversiones para la iniciativa, cabe recalcar que además de ello se debe buscar garantizar la igualdad de condiciones entre la asociación (perfil social) y el equipo comercial de la empresa de manera que puede cumplir con su doble propósito de manera más eficiente.



CAPITULO II

CONTEXTO INTERNACIONAL

Como indicamos anteriormente, el concepto de empresa social surge en un contexto de búsqueda de solución a problemas empleando las herramientas del mercado, entender como se ha venido desarrollando a nivel internacional resulta vital, desde su surgimiento, contexto y tratamiento legal y regulatorio, así como las diferentes experiencias a nivel internacional, tenemos algunos casos como son:

- Bangladesh – Grameen Danone
- Contexto Global - B Lab y la Certificación B Corps
- Estados Unidos - Benefit Corporation
- España – Empresas de Inserción Social

2.1 B LABS Y LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS B

B – Lab, una Organización sin fines de Lucro de Pensylvania, creó la certificación como empresa B “B Corporation” para empresas sociales e híbridas, consiste en la firma de un compromiso a mantener los estándares de, transparencia, rendición de cuentas, sostenibilidad y rendimiento, teniendo como objetivo generar valor para la sociedad y no sólo para los propietarios de la empresa.

Surge por iniciativa de Jay Coen, Bart Houlahan y Andrew Kassoy, quienes en el año 2000 crearon la empresa Ben&Jerry’s, la cual fue vendida a la transnacional Unilever, luego de que la Corte Suprema de Estados Unidos los obligara a aceptar la oferta de U\$. 326 millones, pese a la negativa de ambos socios ya que consideraban que la empresa se distinguía por sus prácticas de empresa sustentable con el medio ambiente y la comunidad, mediante el empleo de productos orgánicos, promoviendo el comercio justo, transparente con sus colaboradores y que además dona parte de sus ganancias para la resolución de un problema social en la comunidad, y consideraban que Unilever no continuaría con estas políticas, cabe señalar que la legislación norteamericana establece que el primer rol de una empresa es generar utilidades para sus accionistas, los socios no podrían demostrar que Ben&Jerry’s generaría más utilidades en sus manos que en manos de Unilever, por lo que tuvieron que vender la empresa; la primera experiencia sobre el particular se dio en 1990, cuando Jay Coen y Bart Houlahan fundaron la empresa ADN1, dedicada a la fabricación de calzado de baloncesto y ropa; al vender su empresa notaron como los nuevos propietarios

desmontaron las buenas prácticas de impacto social y medio ambiental de la empresa, a pesar de ello buscaron una alternativa de negocio mediante la cual puedan hacer una aportación positiva a la sociedad y que al mismo tiempo pueda generar rendimiento financiero, como resultado en el año 2006 desarrollaron dos iniciativas para crear una comunidad de empresas socialmente responsables, una de ellas B-Lab un sistema de certificación de empresas B.

La organización tiene como misión empoderar a los emprendedores sociales en lo que denominan el camino hacia la nueva economía, B Corps es un instrumento para certificar a las empresas B. B Labs también opera GIIRS (Global Impact Investing Rating System), que constituyen una serie de estándares para la medición del impacto en la inversión, se trata de un sistema de calificación riguroso, completo y comparable del impacto social y ambiental de una empresa, en la cual los inversores pueden consultar y decidir si desean invertir en estas empresas que ofrecen impacto social.

La otra iniciativa fue la promoción de cambios legislativos para crear un nuevo tipo de empresa legal las Corporaciones de Beneficio (Benefit Corporations), que desde el momento de su constitución son empresas B³², la idea es convertir los principios que asumen las empresas B, en normas, promoviendo su inclusión dentro de un cuerpo legislativo, hasta la fecha ha tenido éxito en 12 estados de Estados Unidos, que han adoptado legislaciones que benefician a las Empresas B³³, hasta ahora ha tenido un crecimiento bastante rápido, en la actualidad alrededor de 750 empresas han recibido la certificación como empresas B, en 30 países de todo el mundo.

Es Así que las empresas B se convierten en una comunidad, agrupadas por B Labs, cuya misión es, como lo manifiestan, redefinir el éxito en los negocios, la primera Empresa B certificada fue Dansko en el año 2007, dedicada a la venta de zapatos premium en Estados Unidos. Dansko se esfuerza por ser una empresa que crea Valor Compartido: para sus accionistas, clientes, empleados y la comunidad. “Nos convertimos en empresa B porque la Comunidad de empresas B nos ofrece la perspectiva y el poder colectivo de muchos negocios con ideas afines que se esfuerzan por la excelencia en todo lo que hacen”³⁴.

³² Fondo Multilateral de Inversiones, *El Fenómeno de las Empresas B en América Latina, redefiniendo el éxito empresarial*, Banco Interamericano de Desarrollo. 2005

³³ <https://www.linkedin.com/company/b-lab>

³⁴ Naomi Gabriela Troncoso Campos, *Aporte de la de la Empresa Privada en la Construcción de Valor Social y Propuesta de Modelo de Medición de Impacto*, Tesis para optar el título de Ingeniero Civil Industrial. Universidad Técnica Federico Santa María. Santiago de Chile. Mayo 2014

Por otra parte, Patagonia fue la primera empresa que se constituyó como Corporación de Beneficio en California, apenas estuvo esta opción legal disponible, la cual fue promovida por B-lab. “La forma jurídica de corporaciones de beneficios crea el marco legal para permitir a empresas centradas en una misión como Patagonia permanecer centradas en su misión a través de la sucesión, aumentos de capital, e incluso cuando hay cambios de propietarios a través de la institucionalización de valores, cultura, procesos y altos estándares impuestos por los emprendedores fundadores” (Hiller, 2012)

• **¿Cuáles son los beneficios de ser una Empresa B?**

Los beneficios que ofrece formar parte de la comunidad de empresas B, de acuerdo con el reporte anual de B Corp. Se da en 02 ámbitos:

| Oportunidad de Negocio | Oportunidad de Liderazgo |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar el Negocio • Participar de una campaña de publicidad a nivel nacional • Proteger la misión de la empresa a medida que escala, así como durante los cambios legales en los estatutos o en la legislación del país. • Levantamiento de capital alineado a la misión del negocio • Acceso a tecnología, talento y experiencia • Ahorro de dinero, puesto que B Labs otorga beneficios de ahorro a empresas B como asesorías legales gratuitas o descuentos en programas informáticos, etc. • Las Empresas B tienen acceso a GIIRS Rating, una plataforma global de inversión. | <ul style="list-style-type: none"> • Formar parte de una comunidad de líderes a nivel mundial • Promover la legislación para negocios sostenibles • Establecer las normas para las inversiones de impacto • Crear estrategias con otros líderes para la acción colectiva • B Labs gestiona de forma constante la presencia de Empresas B en medios de comunicación y la participación de sus líderes en foros, seminarios de y encuentros. • Formar parte de la red con otras empresas B a nivel mundial |

• **¿Cuál es el procedimiento para convertirse en una empresa B?**

B – Labs, tiene ciertos criterios para poder certificar a una empresa como empresa B.

Paso 1: El primer paso es la **evaluación de Impacto de la empresa**, una herramienta diseñada por B Labs, que consiste en un test con un sistema de calificación, las

empresas que quieran certificarse como empresa B deberán conseguir una calificación mínima de 80 puntos en esta evaluación.

Paso 2: Asegurarse de cumplir con los **requisitos legales mínimos** para ser calificado como empresa B, tiene como finalidad proporcionar protección legal a la misión de la empresa considerándola dentro de la toma de decisiones de los directores y funcionarios, quienes deben considerar los intereses de todas las partes interesadas.

Paso 3: Consiste en la firma de la denominada: “Declaración de Interdependencia de Empresas B”, la cual transcribimos a continuación:

“Tenemos la visión de un nuevo sector de la economía que aprovecha el poder de la empresa privada para crear el beneficio público.

Este es el sector compuesto por un nuevo tipo de sociedad, la Corporación B que es con propósito, y crea beneficio para todas las partes interesadas, no sólo los de los accionistas.

Los miembros de este sector emergente y los empresarios e inversionistas en corporaciones B,

Sostenemos estos principios:

- *Que debemos ser el cambio que buscamos en el mundo.*
- *Que todo negocio se debe llevar a cabo de modo que la gente y el lugar importan.*
- *Que, a través de sus productos, prácticas y beneficios, las empresas aspiran a no dañar y se benefician todos.*

Para ello, requiere que actuemos con la comprensión de que somos cada una dependiente de otra y responsables para sí y futuras generaciones³⁵.”

Las empresas que cuentan con la certificación B Corp, están sujetas a una revisión anual aleatoria, la cual es efectuada por Deloitte, además esta certificación debe revalidarse cada dos años en los que debe mostrarse mejores resultados, ya que lo ideal es que se promueva la mejora continua dentro de las empresas.

³⁵ B Labs, “Declaration of Interdependence”, <http://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official-global>

Finalmente para ser considerada una empresa B y contar con el sello de la certificación, marca que identifica a una empresa B, se debe realizar un pago mensual, el cual varía de acuerdo al siguiente cuadro³⁶:

| Facturación Anual en US\$ (Ventas Netas) | Pago Anual en US\$ |
|---|--------------------|
| \$0 – \$999,999 | \$500 |
| \$1 MM – \$4,999,999 | \$1,000 |
| \$5 MM – \$9,999,999 | \$2,500 |
| \$10 MM – \$19,999,999 | \$5,000 |
| \$20 MM – \$49,999,999 | \$10,000 |
| \$50 MM – \$99,999,999 | \$15,000 |
| \$100 MM + | \$25,000 |

Es en este contexto que resulta pertinente analizar la propuesta de B Labs, que surge como hemos podido apreciarlo por la necesidad de los emprendedores sociales de unirse y formar una marca que los distinga, como hemos mencionado en el capítulo anterior los empresarios sociales buscan emplear los mecanismos empresariales para poder dar solución a problemas sociales, ante ello buscan una forma que pueda garantizar la sostenibilidad de su empresa y al mismo tiempo poder cumplir con su misión, es así como surgen las empresas B, esta certificación permite al empresario optar por una forma legal que garantiza que las empresas certificadas como Empresas B realmente tienen como misión la solución de un problema social, además de ser una herramienta útil para los emprendedores sociales, también lo es para los consumidores de los productos y servicios ofrecidos por empresas sociales, ya que brinda la garantía de que el producto o servicio adquirido está realmente alineado con una causa social.

2.1.1 Las B Corps en Los Estados Unidos:

Las Empresas B surgen en Estados Unidos, luego del conocido caso judicial de la marca de helados Ben & Jerry's, cuyos dueños fueron obligados a vender su empresa a Unilever.

La controversia en cuestión surge cuando la Corte Suprema de Estados Unidos obligó a los propietarios de Ben & Jerry a aceptar la oferta de US\$ 326 000 000. 00 (trescientos veintiséis millones de dólares americanos), pese a la negativa de los

³⁶ <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b>

propietarios debido a que argumentaban que querían hacer una empresa distinta, sustentable con el medio ambiente, la comunidad y sus colaboradores; a pesar de ello el dictamen judicial desestimó estos alegatos debido a que no se pudo demostrar que, de mantener estos procesos productivos, Ben & Jerry's podría generar más ganancias que el monto ofrecido por Unilever, la legislación norteamericana establece que el primer rol de una empresa es maximizar las utilidades para sus accionistas, motivo por el cual se procedió a la venta³⁷.

Más adelante Jay Coen, Bart Houlahan y Andrew Kassoy, fundaron la empresa ADN1, dedicada a la fabricación de calzado de baloncesto y ropa, luego de un caso similar al de Ben & Jerry's, se vieron obligados a vender su empresa, poco después notaron como los nuevos propietarios desmontaron las buenas prácticas de impacto social y medio ambiental, al respecto Houlahan manifestó: *"No estoy quejándome. Nos pagaron el valor total, pero me sentí como si hubiera perdido una extremidad al ver que desaparecían los compromisos que habíamos firmado con nuestros trabajadores, con el medio ambiente y con la comunidad seis semanas después de haberse vendido la empresa"*³⁸

A raíz de estas experiencias buscaron una alternativa de negocio mediante la cual puedan hacer una aportación positiva a la sociedad y que al mismo tiempo pueda generar rendimiento financiero, como resultado en el año 2006 desarrollaron dos iniciativas para crear una comunidad de empresas socialmente responsables, una de ellas B-Lab un sistema de certificación de empresas B, la otra iniciativa fue la promoción de cambios legislativos para crear un nuevo tipo de empresa legal las Corporaciones de Beneficio (Benefit Corporations), que desde el momento de su constitución son empresas.

B Labs trabaja bajo la premisa de agrupar a las empresas que busquen *"Ser la mejor empresa para el mundo, y no del mundo"*, un lema que deja claro el mensaje que buscan transmitir las empresas B, proponen la construcción de la nueva economía priorizando el bienestar social y medio ambiental en la toma de decisiones empresariales, proponen que el éxito de una empresa no debe ser

³⁷ Tapia V. Claudio, *Análisis Descriptivo De Las Empresas B En Chile*, Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Administración. Santiago, Julio 2014.

³⁸ Bart Houlahan, *Cómo estimular la responsabilidad social en las empresas*, <https://www.knowledgeatwharton.com/es/article/bart-houlahan-de-b-lab-como-estimular-la-responsabilidad-social-en-las-empresas/>

medio en base a las ganancias monetarias que genere una empresa sino por el valor generado para la sociedad y el medio ambiente.

B Labs se convierte así en el pilar que crea una comunidad de empresas que tienen dentro de su misión el objetivo anteriormente descrito, esta comunidad busca fortalecer a las empresas que la conforman, buscan intercambiar experiencias, desde sus diferentes ámbitos y generar aprendizaje, la comunidad impulsa iniciativas que tengan impacto en:

- Oportunidades de mercado: oportunidades comerciales, con el sector público o privado
- Academia: Desarrollo de conocimiento, investigación, desarrollo del talento.
- Capital: Inversiones.
- Liderazgo: Formación de líderes que puedan representar a la comunidad como voceros de esta nueva forma de hacer negocios.
- Políticas Públicas: generación de marcos regulatorios

2.1.2 Benefit Corporation: Sociedad de Beneficio (BC)

Se trata de una entidad jurídica que tiene el deber de perseguir un beneficio público, además de generar beneficios económicos para sus accionistas

Legalmente tiene fines de lucro, tiene obligaciones sociales, forma corporativa de empresa, la Benefit Corporation nace como una nueva forma legal gracias al proceso de certificación de B-Labs, esta forma legal surge en el año 2010, siendo Maryland el primer Estado en aprobar la legislación de Benefit Corporation, más adelante la incorporarían a su legislación los estados de: California, Hawaii, Illinois, Louisiana, Maryland, Massachusetts, New Jersey, New York, Pennsylvania, South Carolina, Vermont, y Virginia. La legislación contiene beneficios para las compañías que integren en su desarrollo a la sociedad y consideren su impacto en el medio ambiente, estas entidades, a razón de ser autorizadas por el estado, no requieren ser certificadas por B-Labs como B Corp³⁹

³⁹ Naomi Gabriela Troncoso Campos, *Aporte De La Empresa Privada En La Construcción De Valor Social Y Propuesta De Modelo De Medición De Impacto*, Tesis Para Optar Al Título De Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María, Santiago – Chile, Mayo 2014.

2.1.3 El impacto de la certificación de empresas B

La Certificación de B Corps ha tenido un impacto bastante grande en el contexto internacional, en el ámbito de la prensa internacional ha llamado la atención de medios como son los casos de:

- Revista Inc.: ha llamado la certificación B Corp *"el más alto nivel de las empresas socialmente responsables"*
- New York Times: *"B Corp proporciona lo que falta en otra parte: prueba"*, aludiendo al hecho de que la certificación garantiza al consumidor que los productos y servicios adquiridos efectivamente apoyarán a una causa social.

Esta certificación también ha logrado llamar la atención de líderes de opinión a nivel mundial como:

- Bill Clinton: el ex presidente de Los Estados Unidos expresó: "Debemos mirar a estas empresas B,... Tenemos que enfocar esfuerzos hacia una sociedad que no le da a un grupo de interés una ventaja desmesurada sobre los demás."
- Robert Shiller, Premio Nobel de Economía – 2013 sostiene: "Creo que las empresas B traerán más beneficios que otros tipos de empresas."⁴⁰

Ryan Honeyman⁴¹ por su parte señala que la certificación B Corp ha sido muy útil y ha marcado una diferencia muy grande en las siguientes áreas:

- *Atraer el talento y el compromiso de los colaboradores:* Convertirse en una empresa certificada como B Corporación, puede dar rienda suelta a la pasión, la iniciativa y la imaginación de los empleados mediante la conexión con el propósito más grande detrás de su trabajo, sugiere con ello que los colaboradores de la empresa logran conectar sus motivaciones extrínsecas e intrínsecas al tener un trabajo remunerado cuya misión es la de ayudar a formar parte de la solución de un problema y sentirse de esta forma comprometido con esta misión.
- *El aumento de la confianza del consumidor:* Los consumidores cada vez más afirman que no quieren comprar un producto verde de una compañía que tiene un pobre historial social y medioambiental global. Quieren saber qué tipo de empresa se para detrás del producto o servicio que desean comprar; en el

⁴⁰ Ryan Honeyman, *Has the B Corp Movement Made a Difference?*, Stanford Social Innovation Review, 13/Oct/2014. http://www.ssireview.org/blog/entry/has_the_b_corp_movement_made_a_difference

⁴¹ Ibidem.

mercado actual con consumidores más informados es muy importante el prestigio de la marca y de la empresa que oferta sus productos y servicios, por lo que una certificación como la de B Corps, hace que el consumidor se sienta parte de la solución al problema social al consumir un producto.

- *Benchmarking y Mejora del rendimiento:* Una de las herramientas más útiles creados por B Lab es la Evaluación de Impacto B, una herramienta gratuita Mide el rendimiento social y ambiental de toda una empresa en una escala de 0 a 200 puntos; como lo hemos señalado anteriormente el puntaje mínimo para poder acceder a la certificación como empresa B es de 80 en la evaluación de impacto B (B Impact Assessment).
- *La protección de la misión de la empresa en el largo plazo:* Uno de los principales desafíos que la corporación de beneficio (distinto de B corporaciones) fue creado para abordar es la dificultad que muchos empresarios tienen en la obtención de capital, crecimiento, o la venta de su negocio sin diluir los valores sociales y ambientales de la empresa inicial. Al incorporar como una corporación de beneficio, los empresarios pueden ayudar a proteger su misión mediante la elevación de los valores sociales y ambientales básicas de su empresa con el estado de derecho; como se ha analizado en el capítulo anterior, este es uno de los puntos más sensibles de las empresas sociales, debido a lo difícil que puede resultar conciliar el doble perfil de la empresa social, la certificación B Corp. Ha logrado de manera exitosa garantizar la protección de la misión de la empresa social.
- *La construcción de la voz colectiva:* Muchos movimientos, incluyendo tecnologías limpias, las microfinanzas, y la agricultura sostenible, son manifestaciones de la misma idea: cómo utilizar los negocios para siempre. La certificación de B Corp. amplifica la voz de este diverso mercado a través del poder de una marca unificadora; este es un punto bastante importante, un beneficio ofrecido por B Labs, consiste en una marca que agrupa a un conjunto de empresas y que puede ser explotada por todas las empresas B a nivel mundial, hace que la empresa sea reconocida a nivel global.
- En cuanto al tema legislativo el impacto que ha conseguido la empresa B ha impulsado el nacimiento de marcos legales en algunos estados de Estados Unidos, en otros casos el marco legal se encuentra aún pendiente de aprobación en la siguiente figura podemos ver el progreso de este trabajo

Creating a New Kind of Corporation for a New Economy

27 LAWS PASSED 14 WORKING ON IT



FUENTE: <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b>

2.1.4 Impacto B Labs a Nivel Mundial:

B Labs ha conseguido un crecimiento bastante amplio, teniendo sedes en el Reino Unido, Europa, Nueva Zelanda, así como una red de aliados que extienden la certificación B Corp en Portugal, Canadá y Sudamérica⁴².

| SEDES | | |
|--|--|---|
| B Lab Europe | B Lab UK | B Labs Australia y NZ |
| B Lab Europe agrupa a los socios de toda Europa para ayudar a crecer y sirve a la comunidad B Corp en cada país. | Esta Sede se encuentra en la etapa de implementación | La Comunidad de Australia B Corps, con el liderazgo de pequeñas y grandes empresas, crearon la esta sede. |

| ALIANZAS | | |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------|
| Sistema B (South America) | MaRS (Canada) | IES (Portugal) |
| En el año 2012, B Lab lanzó | En 2011, B Lab se asoció | El Instituto de |

⁴² <http://www.bcorporation.net/b-corp-community-0/global-partners>

| | | |
|--|---|---|
| <p>formalmente una asociación con el Sistema B (B Lab América del Sur), para servir y apoyar a la comunidad de certificación B-Corp en América del Sur.</p> <p>Con un enfoque de mercado inicial en Argentina, Brasil, Chile y Colombia, el Sistema B ahora representa a más de 100 empresa B certificadas como B Corps.</p> | <p>con Mars Discovery District para apoyar a la comunidad B Corp en Canadá. En la actualidad hay más de 100 empresas B certificadas en Canadá.</p> <p>Buscar activamente la construcción de una nueva economía canadiense a través de las empresas sociales, Marte Proporciona recursos, financiación y redes para asegurar la sostenibilidad de estas empresas</p> | <p>Emprendimiento Social (IES) se ha asociado con B Lab para poner en marcha el movimiento B Corp en Portugal y los países de habla portuguesa en África.</p> |
|--|---|---|

2.2 GRAMEEN DANONE - BANGLADESH:

Tenemos el caso de la empresa social fundada por Muhamad Yunnus en noviembre de 2006, resulta relevante, debido a que es Yunnus uno de los principales impulsores de la empresa social, por ello presentamos su experiencia como producto de una *joint venture* entre el Banco Grameen de Bangladesh y el Grupo francés Danone.

La empresa nació con la misión de resolver el problema de la mal nutrición infantil en las zonas rurales de Bangladesh, situación generada entre otros factores debido a los bajos ingresos de la población, aproximadamente el 40% de hasta 4 años presentan déficits de vitaminas, calorías y mienrales, por ello Grameen Danone Food se fundó para elaborar alimentos que ayudan a complementar la nutrición infantil de Bangladesh.

En cuanto al marco legal, las empresas sociales no se encuentran reguladas en Bangladesh, sin embargo se buscó una forma de proteger la misión social de la empresa, expresando en el documento de constitución de Grameen los objetivos de la empresa:

- *Alimentación Saludable para los pobres todos los días: dar acceso a los consumidores con menos ingresos de Bangladesh a alimentos nutritivos a diario*

- *Un modelo empresarial de proximidad único: diseñar un modelo de producción y de distribución que implique a la comunidad local*
- *Reducir la pobreza: mejorar las condiciones económicas de la población de las capas sociales más bajas de la zona, implicando a la población local en el proceso*

Grameen Danone ha implementado un modelo de producción, distribución y venta de yogurt a un precio bajo, de modo que sea accesible a la población de menores ingresos, de esta forma con el precio ajustado se puede cubrir los costos de producción del yogurt y se consigue que las personas de bajos recursos puedan adquirir el producto.

2.3 Empresa de Inserción Social – España

En España nos encontramos con la empresa de inserción social, se trata de sociedades mercantiles o cooperativas legalmente constituidas que realiza cualquier actividad económica ya sea la producción de bienes o servicios y cuyo objeto social tiene como fin la integración y formación sociolaboral de personas en estado de exclusión.

Esta empresa se encuentra regulada en la ley 44/2007, emitida por la Jefatura de Estado y publicada en el Boletín Oficial del Estado, número 299 de fecha 14/12/2007

Estas empresas pueden contratar como trabajadores a las personas en situaciones de exclusión social, desempleadas e inscritas en los Servicios Públicos de Empleo, con dificultades especiales para su integración en el mercado de trabajo como son:

- a) Perceptores de rentas mínimas de inserción
- b) Personas que no pueden acceder a estas prestaciones por determinadas causas
- c) Jóvenes entre 18 y 30 años procedentes de instituciones de protección de menores
- d) Personas con problemas de drogodependencia u otros trastornos adictivos que se encuentren en proceso de rehabilitación o reinserción social
- e) Internos de centros penitenciarios cuya situación penitenciaria les permita acceder a un empleo
- f) Menores internos incluidos, así como los que se encuentran en situación de libertad vigilada

Por otro lado, los requisitos para ser considerada una empresa de inserción social son los siguientes:

- Estar promovidas y participadas por entidades promotoras de carácter social sin ánimo de lucro al menos en un 51% del capital social
- Mantener un porcentaje de trabajadores en proceso de inserción del 30% la planilla durante los tres primeros años y del 50% a partir del cuarto
- Aplicar al menos el 80% de los resultados a la mejora de sus estructuras productivas de inserción.

Podemos concluir que en base a la información recopilada, en el contexto internacional se evidencia el interés por las empresas sociales y la necesidad de regular su accionar, de forma que se garantiza el cumplimiento de la misión que proclaman así como su sostenibilidad, en el siguiente capítulo abordaremos el tema aplicado al caso peruano, y determinar si resulta pertinente y necesario implementar un sistema similar en el Perú.



CAPITULO III

EL CONTEXTO PERUANO

3 Las Empresas Sociales en el Perú

En el Perú el movimiento social surge como un movimiento que no es indiferente a los cambios que requiere nuestra economía, se ha mencionado en infinidad de debates sobre el desarrollo económico del Perú que este crecimiento no es percibido por la base de la pirámide en el Perú, a esto debemos sumarle la reducción de fondos de Cooperación Internacional al Perú debido a que desde el año 2010 es considerado un país de renta media⁴³, dada la falta de abastecimiento del estado para resolver problemas sociales y ambientales pese al celebrado crecimiento económico, surge el movimiento de emprendedores sociales quienes promueven las políticas del cuarto sector.

Carácter Innovador

Estas empresas han encontrado un modo innovador en sus modelos de negocio para dar soluciones a los diferentes problemas que tenemos en nuestro entorno, como son la falta de acceso al agua limpia, la poca calidad sanitaria de los servicios básicos en nuestro país y la generación de la conciencia del consumidor, dándoles a conocer los productos que son comercializados por empresas sociales o por organizaciones que incluyen al consumidor dentro de la cadena de valor.

Emprendedores que se convierten en líderes transformacionales

Los emprendedores peruanos que promueven estas iniciativas son líderes reconocidos por su labor o la labor de sus empresas, tal es el caso de Fernando Tamayo, quien se ha convertido indiscutiblemente en un líder de opinión en el ámbito del emprendimiento social, así también lo son Lucía Valencia e Isabel Meden quienes además de ser líderes de opinión fueron reconocidas por el MIT Technology Review como parte de los peruanos innovadores menores de 35 años, podemos ver entonces que el movimiento de emprendimiento social en nuestro país está ganando mayor reconocimiento.

⁴³ Caballero Susy, Fuchs Rosa Maria y Priale María Angela. *La Influencia de los rasgos de la personalidad en la creación de una empresa social: El caso de los emprendedores sociales peruanos*. Facultad de Administración de la Universidad del Pacífico. Lima. Perú. 2013

3.1 YAQUA

Se trata de una marca de agua de mesa embotellada, tiene como misión transformar el consumo de agua embotellada en una corriente de cambio y solidaridad, es una empresa social, tal vez la que en nuestro país mejor refleja la definición propuesta por Muhamad Yunnus, destina el 100% de sus utilidades a financiar proyectos de agua limpia en las zonas más vulnerables del país, para poder realizar esta labor Yaqua ha realizado convenios con organizaciones sin fines de lucro, quienes reciben el financiamiento y realizan los proyectos de agua limpia.

Yaqua nace luego de que sus fundadores identificaran que cerca de 8 millones de peruanos no tienen acceso al agua potable y 13 millones no cuentan con servicios de saneamiento, Daniel Franco, cofundador de Yaqua, señala que 3600 niños mueren todos los años por tomar agua no apta para el consumo humano, frente a estas circunstancias se encontraron con los resultados de un estudio del mercado de agua embotellada que crece a un ritmo de 20% al año⁴⁴, vista esta oportunidad, nace Yaqua, buscando integrar al consumidor a la cadena de valor, bajo el lema “*tu sed se quita ayudando*”.

- **¿Cómo Opera?**

Yaqua integra a sus consumidores a la cadena de valor, fomentando el consumo responsable, esto significa que la empresa se compromete a destinar sus utilidades a implementar proyectos de agua limpia en comunidades en las que no ha intervenido el estado ni las políticas de responsabilidad social de alguna empresa, como se ve en el gráfico, el consumidor se siente parte de un proyecto que cambiará la vida de muchas personas y al mismo tiempo satisface su necesidad con la compra de un producto, en este caso una botella de agua.

⁴⁴ Franco, Daniel. *Agua que Cambia Vidas*. Universidad de Lima. <http://www.ulima.edu.pe/node/4077>



Fuente: www.yaqua.pe

Yaqua ofrece al mercado agua de mesa embotellada y busca a través de organizaciones no gubernamentales especializadas en formular e implementar proyectos de agua y saneamiento, llevar agua limpia a las poblaciones más vulnerables de nuestro país

Las comunidades donde YAQUA implementa proyectos deben cumplir con los siguientes requisitos:

- *Deben ser comunidades ubicadas en zonas rurales.*
- *Deben tener un índice de pobreza extrema mayor a 40%*
- *Tener una población total no mayor a 100 viviendas.*
- *Las comunidades no deberán corresponder a la jurisdicción de una EPS (Empresas Prestadoras de Servicios de Saneamiento)*
- *Deben ser comunidades ubicadas en distritos priorizados por el MIDIS (Ministerio de Desarrollo e Inclusión) para la reducción de la desnutrición crónica infantil (2012)⁴⁵.*

⁴⁵ Criterios establecidos por la propia empresa, está información se puede constatar en: <http://yaqua.pe/page/como-funciona>

Lo que YAQUA provee en un proyecto de agua potable y saneamiento es:

- ***Demanda y participación de la comunidad***

Es importante y necesario que la comunidad se involucre en el proceso de decisión de la tecnología y sistema a ser implementado. Manifiestan que este proyecto no es una mera donación, sino se convierte en una acción inclusiva y en pro del empoderamiento de la población, no existe mejor forma de hacer que se valore un proyecto que aquel en el que se involucra y que es producto del trabajo conjunto de los propios beneficiarios.

- ***Educación de salud e higiene***

Para que el impacto de cada proyecto sea sostenible, se tiene planteado realizar labores de capacitación y orientación sobre el cuidado de la higiene y el impacto positivo en su desarrollo.

- ***Distribución equitativa***

Cada proyecto que implementa YAQUA debe de dirigirse a todos los miembros de la comunidad sin hacer distinción alguna por género, raza, edad, religión o alguna otra condición.

- ***Sostenibilidad***

Los proyectos deben ser sostenibles en el tiempo y deben de tener una vida útil no menor a 20 años y los materiales para su mantenimiento deben de encontrarse disponibles en la zona de impacto.

- ***Estructura Legal***

YAQUA es una Sociedad Anónima cerrada y ha adoptado una estructura híbrida que permite el funcionamiento de YAQUA como empresa social. Actualmente, YAQUA es una marca de la empresa UMA VIDA S.A.C. que pertenece en un 99.8% a la Asociación Bien Por Bien, creada por los mismos socios fundadores de YAQUA, con el fin de garantizar el objetivo social.

El restante 0.2% pertenece a sus co-fundadores Fernando Tamayo y Daniel Franco, quienes, a su decir, mantienen esa cantidad simbólica únicamente para cumplir con el requisito de las sociedades anónimas cerradas que requieren de al menos dos socios. Tanto Fernando como Daniel han firmado un convenio que especifica que todas las utilidades de este 0.2% son destinadas a la Asociación Bien por Bien.

3.2. DUHEM (Deja una huella en el mundo)

Es una tienda virtual que promueve el consumo responsable y saludable, en esta plataforma se comercializan productos de diferentes marcas, en muchos casos de otras empresas sociales, que tienen como factor común su contribución a la sociedad y/o al medio ambiente.

La tienda virtual de DUHEM cuenta con productos orgánicos y eco-amigables; productos que provienen de negocios inclusivos, de comercio justo; y otros que destinan un porcentaje de sus ventas a la ejecución de proyectos sociales.

DUHEM se ha convertido en una herramienta que facilita el consumo responsable, el cual ha ido captando la atención de los consumidores desde la aparición de los productos orgánicos, de comercio justo y de negocios inclusivos o empresas sociales, esta plataforma ha tenido bastante acogida por parte de este público, convirtiendo al consumidor en una pieza clave de la cadena de valor, permitiéndoles conocer a que iniciativa están apoyando con la compra de sus productos.



- **Estructura Legal**

DUHEM es una Sociedad Anónima Cerrada, no ha adoptado la estructura híbrida, tiene como fin social la promoción del consumo responsable, por ello no es necesaria la adopción de la estructura híbrida.

3.3. AYLLU RUWASUNCHIS

Es una marca social que trabaja con artesanos. El proyecto inicial con el que trabaja está vinculado con las tejedoras de Manchay. Aparte de ofrecer diversos mercados para sus productos, trabaja la promoción del desarrollo personal de las tejedoras, y que la producción sea de calidad.

Ayllu promueve el comercio justo generando ingresos para las comunidades de artesanos con las que trabaja

Ayllu destina sus ganancias a implementar proyectos de desarrollo con las tejedoras, que les permitirán acceder a huertos familiares, consejería psicológica, asesoría nutricional y talleres de desarrollo personal.

Juan Diego Calisto, Fundador de la iniciativa explica que el mayor flujo de dinero para las tejedoras y artesanos se produce cuando Ayllu les compra sus productos a un precio justo el cual es establecido por las propias tejedoras⁴⁶.



Estructura Legal:

Ayllu está constituido bajo la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada, no ha adoptado la estructura híbrida, sin embargo dentro del acta de constitución de Ayllu, los socios se comprometen a destinar el 100% de las utilidades al fin social de Ayllu.

Cabe mencionar que al iniciar el proyecto el porcentaje de utilidades generadas con las ventas de Ayllu que se destinaban al fin social de la empresa era el 85%, fue en el 2014

⁴⁶ Grau, Marisol. *Las Mujeres que Tejen su Futuro en Manchay* en Revista Somos. *Diario el Comercio* Perú. Lima 08 de Febrero de 2014. <http://elcomercio.pe/lima/personajes/mujeres-que-tejen-su-futuro-manchay-noticia-1708192>

que los integrantes de la empresa vieron por conveniente destinar el 100% de las utilidades al fin social⁴⁷.

3.4 LOOP (LIFE OUT OF PLASTIC)

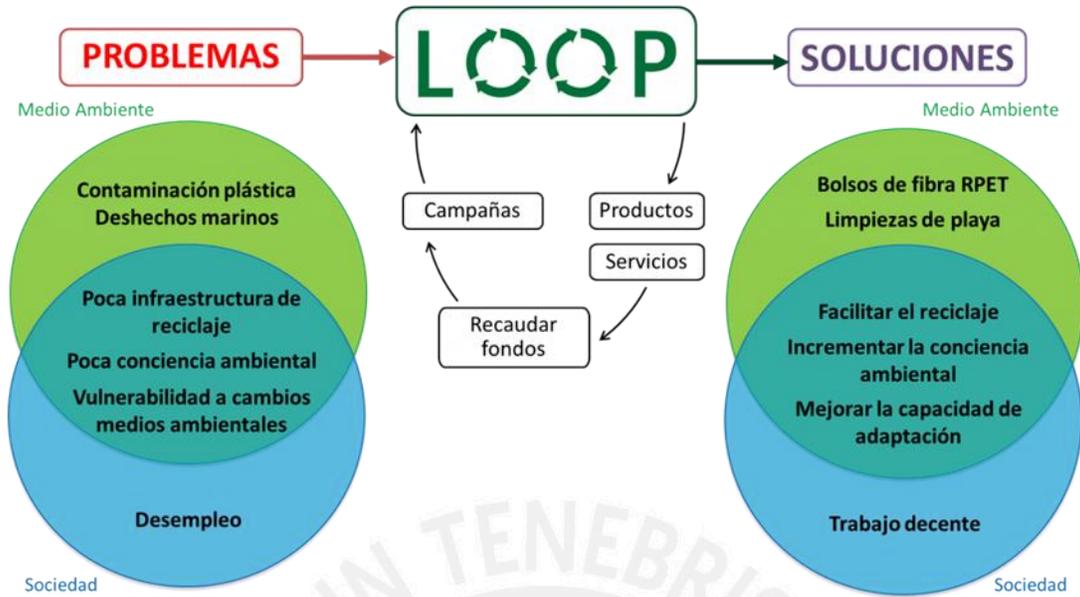
La empresa social L.O.O.P. que surge como una respuesta a la contaminación plástica en el Perú, tenemos el caso que el consumo de plástico en nuestro país se da de una forma poco sostenible, además de la falta de cultura de reciclaje, ante esta circunstancia LOOP busca generar conciencia sobre la contaminación plástica y la cultura del reciclaje, para ello realiza campañas de reciclaje y desarrollan productos hechos a base de plástico reciclado, LOOP también ofrece servicios de capacitaciones en cuidado ambiental.

El plástico no se biodegrada y perdura en el medio ambiente y esto genera riesgos para la salud humana como para los ecosistemas L.O.O.P. sostiene que lo más importante es evitar que esta contaminación se perpetúe y que es necesario reducir el consumo de plásticos y reciclar los plásticos usados, para ello, L.O.O.P. realiza campañas sociales fomentando la cultura de reciclaje y cuidado ambiental en el Perú, también desarrollan productos hechos a base de plástico reciclado.

L.O.O.P. tiene como misión brindar servicios de sensibilización para instituciones y comercializar productos derivados del reciclaje, proyectándose como una organización emblemática de un movimiento ecológico que promueva la generación de nuevas vidas para el plástico usado, incentivando a la comunidad a adoptar hábitos de vida sostenibles⁴⁸

⁴⁷ Grau, Marisol. *Las Mujeres que Tejen su Futuro en Manchay* en Revista Somos. *Diario el Comercio* Perú. Lima 08 de Febrero de 2014. <http://elcomercio.pe/lima/personajes/mujeres-que-tejen-su-futuro-manchay-noticia-1708192>

⁴⁸ <http://www.lifeoutofplastic.com/mision/>



En el cuadro anterior vemos descrito el problema social que busca atender LOOP, problemas bastante acentuados en el Perú, como son la contaminación plástica, la poca infraestructura de reciclaje, la poca conciencia ambiental de los peruanos en general y el desempleo que es un problema que también se atiende con el reciclaje como actividad económica, ante esta realidad LOOP apuesta por la educación, realizando campañas educativas que permitan informar sobre la contaminación plástica, recaudando fondos producto de la venta de productos hechos a base de materiales reciclados y del dictado de capacitaciones en reciclaje y cuidado ambiental, el objetivo es reducir el consumo de plástico y contribuir de esta forma al desarrollo sostenible.

Estructura Legal:

L.O.O.P. está constituida bajo la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada, no habiendo adoptado la estructura híbrida, generando ganancias para los socios de la empresa y destinando un porcentaje de ellas a la promoción de campañas de sensibilización en cuidado medio ambiental.

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y CONSIDERACIONES FINALES

Las empresas del cuarto sector son un nuevo fenómeno empresarial que debe ser tomado en cuenta tienen como objetivo crear un impacto positivo en la sociedad, vemos que el surgimiento de estas empresas responde a la necesidad de nuevas formas organizacionales que puedan satisfacer las necesidades de la sociedad en general, estas empresas cumplen un papel que va más allá de solo generar utilidades.

Las motivaciones que tiene un emprendedor en el cuarto sector van más allá del meramente filantrópico. Alter en su libro “Tipología de las empresas sociales” (2007), lo ilustra de la siguiente manera:



En el caso peruano podemos ver que las empresas sociales existentes buscan resolver problemas puntuales y de alto impacto como los medioambientales, comercio justo, reinserción laboral, agua potable, etc; vemos también que la actividad de estas empresas se está dando con bastante éxito y que cada vez más se encuentra más difundido su mensaje en el mercado, logrando así un movimiento que inicia con fuerza en nuestro país, sin embargo este crecimiento no es suficiente, es necesario que las políticas públicas estén dirigidas a generar condiciones favorables al desarrollo de estas empresas en nuestro país, proponemos esto debido a las externalidades positivas que generan en nuestras comunidades, sería interesante formular un marco legal que pueda otorgarles mayor credibilidad y permitirles gozar de ciertos beneficios.

En el Perú no existe un marco jurídico que regule a las empresas sociales, que los comprometa a mantener sus compromisos y obligaciones, de forma que se proteja su misión, esto puede generar problemas, con diferentes agentes del mercado, como es el caso de los consumidores, como hemos visto en los primeros capítulos nos encontramos

ante un público cada vez más consciente del poder que ejercen en la elección de productos o servicios, existe mayor conciencia sobre la responsabilidad social, el cuidado al medio ambiente, entre otros; sin embargo nos encontramos ante la falta de una garantía que permita a los consumidores distinguir que marcas se encuentran efectivamente destinando sus esfuerzos a una causa social. Tenemos también a los llamados inversionistas de alto impacto o también conocidos como los inversionistas socialmente responsables, quienes, en una situación similar a la de los consumidores, no cuentan con certeza absoluta o la garantía que la misión y los propósitos que desean financiar no serán modificados más adelante, un marco legal permitirá generar mayor confianza en este aspecto, así también los emprendedores que siempre enfrentan una dificultad al momento de elegir la figura legal para constituir sus empresas, nuestra legislación solo distingue las personas jurídicas con fines de lucro, protegiendo los intereses de los accionistas y las personas jurídicas sin fines de lucro que buscan el interés público; sin embargo las empresas sociales combinan ambos intereses y por ello merecen y requieren una nueva categoría legal.

Proponemos entonces un nuevo modelo legal para este tipo de organizaciones, como personas jurídicas, que puedan ser reconocidas como empresas sociales desde el momento de su constitución, estas organizaciones se constituyen con fines de lucro pero además tienen una misión social, pueden distribuir utilidades entre sus accionistas, pero deben proteger su misión social, incluyéndola dentro de sus estatutos de forma que puedan encontrarse centradas en su misión y protegerla de posibles modificaciones en operaciones como la sucesión, aumento de capital, o cambio de propietarios; consideramos que desde las políticas públicas sería interesante que se puedan implementar ciertos beneficios, no necesariamente tributarios, a los que pueden acceder estas empresas, por ejemplo prioridad en las compras públicas; del mismo modo a modo de buscar su transparencia y rendición de cuentas las empresas pueden emitir un informe detallado sobre su desempeño como empresa social y su impacto ambiental, los aspectos legales contemplados en las Benefit Corporation, legisladas en Estados Unidos, parecen bastante interesantes y replicables en nuestro ordenamiento.

Esta nueva entidad es distinta de las organizaciones no lucrativas tradicionales debido al desarrollo de actividades generadoras de ingresos y es precisamente debido a esta característica que consideramos que debe considerarse una entidad comercial, para ser considerada una empresa social la entidad debe:

- Tener una misión social, este aspecto es fundamental, ya que se ubica el propósito de la empresa, este problema puede ser social, ambiental, o puede tratarse de empresas que buscan el fomento de las artes, ciencia, tecnología o algún área de conocimiento, esta misión debe estar contemplada dentro de los estatutos de constitución de la empresa.
- Las utilidades generadas, deberán destinarse en un porcentaje mínimo de 50% a la solución de un problema social
- Adicionalmente deberá presentar un reporte de impacto, donde se deberá describir las actividades que se desarrollan para poder atacar al problema social, y los resultados obtenidos.
- El estatuto de constitución deberá contener la obligación de los directores y gerentes de tomar en cuenta la misión social de la empresa, así como los intereses de los accionistas, al momento de tomar decisiones.

Adicionalmente se propone que se puedan considerar algunos beneficios para las empresas sociales, tales como: preferencias en las compras estatales o beneficios tributarios como exoneración de un porcentaje de la renta.

Consideramos importante que se pueda tomar en cuenta lo expuesto en esta investigación, ya que como vemos las empresas sociales pueden ser una herramienta eficaz que le dé un nuevo rostro al modelo económico en el Perú, bastante interesante de por sí y que viene demostrando importantes logros, una muestra de ello es el reconocimiento con el premio nobel la Paz a Muhamad Yunnus, en el caso peruano también existen logros bastante importantes obtenidos por las empresas sociales, sobre todo tomando en cuenta que se trata de empresas que tienen poco tiempo de constituidas y que han forjado un camino sin la ayuda de políticas públicas que las incentiven, resulta necesario entonces tomar especial interés en este aspecto.

CONCLUSIONES:

- Si analizamos de forma simple el fenómeno de las empresas sociales, podemos concluir que no hay diferencia con las organizaciones sin fines de lucro como las asociaciones o fundaciones, sin embargo es importante tomar en cuenta su aporte y enfoque al mercado, podemos ver a YAQUA y AYLLU, como ejemplos de lo que manifestamos en esta investigación.
- La categoría de “empresa social” no ha sido ubicada en nuestro país, una categoría como tal no existe dentro de nuestro ordenamiento jurídico, por lo que las empresas en nuestro país han optado por la Sociedad Anónima Cerrada, dado que debido a su enfoque empresarial es la figura que más se adapta a sus necesidades, sin embargo notamos que existen muchos vacíos como la protección del fin social y la de mantener a los consumidores informados sobre los productos y servicios que consumen alineados a las causa que apoyan.
- Es necesario desde el estado promover políticas públicas que puedan generar un entorno adecuado para el desarrollo de estas empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- YUNUS, Muhamad, *Hacia un Mundo sin Pobreza*, Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile, 1998.
- CARAVELMOLINARI, Baltazar, *Lo Social y la Empresa a Fines de Siglo, Responsabilidad Social Empresarial: Avances y logros*, Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, primera edición, Lima - Perú, 1999
- PORTOCARRERO, Felipe, SANBORN, Cynthia, LLUSERA, Sergio y QUEA, Viviana, *Empresas Fundaciones y Medios: La Responsabilidad Social en el Perú*, Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, primera edición, Lima, 2000, p. 227
- KRAMER, Mark R. y PORTER, Michael E., *Creating Shared Value, How to Reinvent Capitalism – and unleash a wave of innovation and growth*, Harvard Business Review, January 2011.
- BENDRELL, María de los Ángeles, *La Empresa del Doble Propósito, cuando las utilidades de una empresa tienen como fin resolver un problema social*, en Revista STAKEHOLDERS , Edición 52, p.20
http://issuu.com/stakeholdersrs/docs/stakeholders_edicion_52
- CARDENAU, Paula, *Empresas Sociales, Aprendizajes Sobre la Práctica de Empresas Sociales*, ASHOKA – Octubre – 2012 <http://es.scribd.com/doc/226151164/Negocios-Sociales-Ashoka>
- FRIEDMAN, Milton, **La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades**. En: Bower, J. (comp.), *Oficio y arte de la gerencia*, Vol. II, Grupo Editorial Norma, Bogotá, 1995.
- Drucker Peter, **La Sociedad Post Capitalista**, Barcelona, Diciembre de 1993.
- Sulmont Dennis, **“La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú”** en Sulmont, Dennis y Enrique Vásquez, *Modernización empresarial en el Perú*, Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2000.
- SAVATER, Fernando, **La dimensión ética de la empresa**, Bogotá: Fundación Social y Siglo del Hombre Editores, 1998,
- Kast Fremont y James Rosenweirg, *Administración en las organizaciones. Enfoques de sistemas y de contingencias*, Mexico: Mc Garw – Hill, 1993.
- Guédez, Víctor, *Los grupos de interés, de lo transaccional a lo relacional y a lo consustancial*, CIES.
- Mair, Johana, *Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead*, IESE Business School. University of Navarra. Barcelona Spain.
<http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0888-E.pdf>
- Roger L. Martin & Sally Oserg, *Social Entrepreneurship: the case for definition*. Stanford Social Innovation Review. Spring 2007.
<http://www.ngobiz.org/picture/File/Social%20Enterpeuneur-The%20Case%20of%20Definition.pdf>
- Conferencia Regional de la OIT sobre Economía Social – Octubre 2009-
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--coop/documents/publication/wcms_185354.pdf

- Monzón, José Luis, *Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector*. CIRIEC – Revista de Economía Pública y Social y Cooperativa, N° 56, noviembre 2006, http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5601_Monzon.pdf
- Comité Económico y Social Europeo, *La Economía Social en la Unión Europea*, Resumen del Informe elaborado para el Comité Económico y Social Europeo por el Centro Internacional de Investigación e información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC) - <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-es.pdf>
- Fernández López, Javier, Doiro Sancho, Manuel y Ares Gómez, José, *Parámetros para evaluar el retorno social de la financiación pública de la I + D + I*. - http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/parametros-evaluar-retorno-social-financiacion-publica-i-d-i/id/44770767.html
- <https://www.linkedin.com/company/b-lab>
- B Labs, “Declaration of Interdependence”, <http://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/how-to-become-a-b-corp/make-it-official-global>
- Ryan Honeyman, *Has the B Corp Movement Made a Difference?*, Stanford Social Innovation Review, 13/Oct/2014. http://www.ssireview.org/blog/entry/has_the_b_corp_movement_made_a_difference
- <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b>
- Tapia V. Claudio, *Análisis Descriptivo De Las Empresas B En Chile*, Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Administración. Santiago, Julio 2014.
- Naomi Gabriela Troncoso Campos, *Aporte de la de la Empresa Privada en la Construcción de Valor Social y Propuesta de Modelo de Medición de Impacto*, Tesis para optar el título de Ingeniero Civil Industrial. Universidad Técnica Federico Santa María. Santiago de Chile. Mayo 2014
- Fondo Multilateral de Inversiones, *El Fenómeno de las Empresas B en América Latina, redefiniendo el éxito empresarial*, Banco Interamericano de Desarrollo. 2005.
- Edgar Sinuhé Esquinca Barriga, *La empresa social: ¿cura o paliativo para la pobreza?*, en: Revista CONfines, Edición 09, enero – mayo de 2009, México. <http://confines.mty.itesm.mx/articulos9/EsquincaE.pdf>
- Rodney Schwartz, Hear, Hear for Profits, en Stanford Social Innovation Review, 2010. http://www.ssireview.org/book_reviews/entry/building_social_business_muhammad_yunus
- Julie Battilana, Matthew Lee, John Walker, & Cheryl Dorsey, *In Search of the Hybrid Ideal*, en Stanford Social Innovation Review, Summer 2012, Leland Stanford Jr. University. www.ssireview.org
- Ryan Honeyman, *Has the B Corp Movement Made a Difference?*, Stanford Social Innovation Review, 13/Oct/2014. http://www.ssireview.org/blog/entry/has_the_b_corp_movement_made_a_difference
- Grau, Marisol. *Las Mujeres que Tejen su Futuro en Manchay* en Revista Somos. *Diario el Comercio Perú*. Lima 08 de Febrero de 2014. <http://elcomercio.pe/lima/personajes/mujeres-que-tejen-su-futuro-manchay-noticia-1708192>

- Franco, Daniel. *Agua que Cambia Vidas*. Universidad de Lima. <http://www.ulima.edu.pe/node/4077>
- Caballero Susy, Fuchs Rosa Maria y Prialé Maria Angela. *La Influencia de los rasgos de la personalidad en la creación de una empresa social: El caso de los emprendedores sociales peruanos*. Facultad de Administración de la Universidad del Pacífico. Lima. Perú. 2013
- <http://www.lifeoutofplastic.com/mision/>
- <http://yaqua.pe/page/como-funciona>



ANEXOS

ANEXO I

EJEMPLO DE REPORTE DE EVALUACIÓN DE IMPACTO DE EMPRESAS B - PATAGONIA

2011 Patagonia, Inc. B Impact Report

| Impact Area | Average score of other businesses | Company score |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------|
| Governance | 20 | 32 |
| Accountability | 12 | 6 |
| Transparency | 3 | 3 |
| Workers | 25 | 22 |
| Compensation, Benefits & Training | 17 | 15 |
| Worker Ownership | 2 | 2 |
| Work Environment | 6 | 4 |
| Community | 20 | 32 |
| Community Products & Services | 0 | 15 |
| Community Practices | 20 | 15 |
| Suppliers & Distributors | 9 | 4 |
| Local | 1 | 5 |
| Diversity | N/A | 2 |
| Job Creation | 1 | 2 |
| Civic Engagement & Giving | N/A | 4 |
| Environment | 9 | 47 |
| Environmental Products & Services | 4 | 4 |
| Environmental Practices | 6 | 43 |
| Land, Office, Plant | 4 | 6 |
| Energy, Water, Materials | 2 | 11 |
| Emissions, Water, Waste | 1 | 2 |
| Suppliers & Transportation | N/A | 7 |
| Overall B Impact Score | 80 | 107 |

See how they compare

107 B IMPACT SCORE

Back to Top

ANEXO II

LEY QUE CREA EL RÉGIMEN JURÍDICO DE EMPRESA DE INSERCIÓN SOCIAL – ESPAÑA

BOE núm. 299

Viernes 14 diciembre 2007

51331

21492 LEY 44/2007, de 13 de diciembre, para la regulación del régimen de las empresas de inserción.

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.
Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

I

Los principios que inspiran la presente Ley se fundamentan en el mandato de la Constitución Española que, en el apartado 2 de su artículo 9, ordena a los poderes públicos facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social de nuestro país, lo que motiva al legislador para que contemple la necesidad de establecer cauces adecuados que faciliten tal participación, especialmente la de aquellas personas que por circunstancias diversas se encuentren en situaciones de dificultad y exclusión social.

Por otra parte, estas personas particularmente desfavorecidas, en situaciones de marginación o de exclusión, encuentran especiales dificultades para acceder al mercado de trabajo, debido a sus carencias sociales, económicas, educativas y de cualificación laboral, con lo que el ejercicio de un trabajo, derecho y deber de todo ciudadano consagrado en el artículo 35 de la Constitución, presenta para ellas numerosos problemas debido a la desmotivación personal, al desconocimiento o abandono de los hábitos sociales y laborales básicos, así como a la carencia de niveles educativos mínimos y la falta de adaptación profesional.

Las transformaciones que están experimentando la economía, la sociedad, los continuos avances tecnológicos y los cambios en los hábitos laborales y en los sistemas de organización de trabajo, acompañado de la pérdida de lazos sociales y familiares, configuran algunas de las múltiples causas de la exclusión social.

La relación con el mundo del empleo es referente obligado a la hora de abordar los procesos de integración social. La población en edad laboral encuentra en el empleo no sólo una fuente de ingresos, sino también el origen de toda una red de relaciones sociales que facilitan la integración.

Un rasgo común a casi todas las situaciones de exclusión social es la dificultad para participar en los mecanismos habituales de formación e inserción laboral. Por ello es esencial involucrar en la lucha contra la exclusión social a las diferentes Administraciones Públicas, dentro de sus ámbitos de competencias y medios, a través de acciones de integración encaminadas a potenciar la plena participación de los colectivos afectados por esta situación.

La eficacia de las políticas de los poderes públicos destinadas a promover el empleo y lucha contra la exclusión social dependerá de la capacidad que éstos tengan para dar respuesta a dichas situaciones y para implicarse en las correspondientes soluciones. Este modelo de política social se basa fundamentalmente en la incorporación de nuevas formas de organización.

En el ámbito comunitario cabe resaltar que uno de los tres objetivos globales de la estrategia europea de empleo (EEE) es consolidar la inclusión social, prevenir la exclusión del mercado laboral y apoyar la integración en el empleo de las personas desfavorecidas. Las directrices integradas establecidas bajo las tres prioridades de la EEE (oferta de mano de obra; adaptabilidad; capital humano)

prestan una considerable atención a la promoción de un mercado laboral inclusivo.

En este sentido, la Comunicación de la Comisión Europea de 2005 sobre la Agenda Social en la Unión Europea anunció la proposición por parte de la Comisión Europea de un Año Europeo (2010) de la lucha contra la pobreza y la exclusión social. Ese año servirá para medir los progresos logrados durante la década para poner de manifiesto la especial vulnerabilidad de los grupos de población con mayores dificultades.

II

Como nuevos modelos de actuación en esta materia se encuentran las empresas de inserción, que constituyen una tipología especial dentro de las empresas de carácter social y confirman que el empleo es y será para los más desfavorecidos y excluidos uno de los principales vectores de inserción social y una forma de participación en la actividad de la sociedad.

Las iniciativas desarrolladas por las empresas de inserción en este campo en el Estado han sido numerosas en los últimos años, y han supuesto el apoyo continuo a las personas más desfavorecidas en la sociedad que participan en las mismas, y están ligadas al territorio y a las necesidades de trabajo en la zona, buscando espacios en el mundo laboral y creando puestos de trabajo.

Son iniciativas que, mediante la actividad empresarial, acompañadas de actuaciones sociales y de inserción social, hacen posible la inclusión sociolaboral de personas excluidas para su posterior colocación en empresas convencionales o en proyectos de autoempleo.

Las metodologías que se desarrollan durante un itinerario de inserción, dentro del cual se lleva a cabo la actividad laboral en la empresa de inserción, tienen como objetivo potenciar las capacidades de las personas a través de los conocimientos técnicos, habituación sociolaboral y determinación de prioridades adecuadas a sus posibilidades y a las del mercado laboral.

Se trata de regular las empresas de inserción con el objetivo de servir como un instrumento más a la inserción de los sectores excluidos de la sociedad, articulándose en este caso tal inserción a través de una prestación laboral en la empresa de inserción que permita la transición de la persona en situación de exclusión social al empleo ordinario.

Por todo ello, se considera necesario establecer a nivel nacional un marco legal para las empresas de inserción tal y como se determina en el Programa Nacional de Reformas del Reino de España y en el IV Plan Nacional de Acción para la Inclusión Social 2006-2008, que propicie y promueva el empleo de personas en situación de exclusión para su incorporación al mercado de trabajo.

En este sentido, la disposición final quinta de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, incorpora el mandato de aprobar una norma con rango de ley, en el plazo de seis meses desde la aprobación de la misma, y previa consulta con las organizaciones sindicales y asociaciones empresariales más representativas, incluyendo a las del sector afectado, con el fin de regular el régimen de las empresas de inserción.

En la discusión de los distintos borradores elaborados por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales se han considerado, las aportaciones llevadas a cabo por los agentes sociales, UGT, CCOO, CEOE y CEPYME en proceso de consulta, así como las opiniones versadas por el propio sector de las empresas de inserción representadas por FEDEI-CEPES. Asimismo, las distintas Comunidades Autónomas han sido tenidas en cuenta, tanto en la fase de borrador como en la fase de anteproyecto por medio

del intercambio de criterios efectuado en la Conferencia Sectorial celebrada para tratar específicamente la información sobre el texto presentado en el Consejo de Ministros.

El Consejo Económico y Social ha emitido dictamen con fecha de 27 de junio de 2007, habiéndose incorporado distintas observaciones realizadas al referido texto.

III

La presente norma se inscribe dentro de la competencia exclusiva que el artículo 149.1. 7.ª de la Constitución atribuye al Estado en materia de legislación laboral, y sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas y de las Ciudades de Ceuta y Melilla en materia de Asistencia Social.

La Ley se estructura en seis Capítulos, con dieciocho artículos, cinco Disposiciones adicionales, tres Disposiciones transitorias, una Disposición derogatoria y seis Disposiciones finales.

En el Capítulo I se establecen el objeto y los fines de la Ley, pasándose a definir los trabajadores contratados por las empresas de inserción destinatarios de los procesos y medidas para la inserción sociolaboral: personas en situación de exclusión social, con especiales dificultades para su acceso al mercado de trabajo, y pertenecientes a colectivos socialmente desfavorecidos.

Los colectivos en situación de exclusión social se determinan de conformidad con la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, añadiendo a los colectivos procedentes de centros de alojamiento alternativo y los procedentes de servicios de prevención e inserción social autorizados por las Comunidades Autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla.

La calificación de la situación de exclusión social se confiere a los Servicios Sociales Públicos competentes. A tales efectos se consideran competentes los correspondientes de las Comunidades Autónomas de conformidad con lo dispuesto en el artículo 148.1.20 de la Constitución Española y lo establecido en las distintas Leyes Orgánicas de Estatutos de Autonomía, así como, en el ámbito local, los determinados por los municipios de acuerdo con la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, con arreglo a lo que establece la legislación estatal o autonómica.

Se definen los itinerarios de inserción sociolaboral, que seguirán estas personas, dentro de los cuáles desarrollarán su actividad laboral de tránsito como un medio más para facilitar su integración en la sociedad.

El Capítulo II establece el régimen jurídico de las empresas de inserción. La empresa de inserción que define la norma es aquella sociedad mercantil, incluidas por tanto las sociedades laborales, o sociedad cooperativa que, debidamente calificada, realice cualquier actividad económica de producción de bienes o prestación de servicios, teniendo como fin primordial de su objeto social la integración y formación sociolaboral de personas en situación de exclusión social.

Por otra parte, dado que las empresas de inserción responden a la finalidad de la inserción social de personas especialmente desfavorecidas, junto al hecho de una necesaria tutela por parte de las Administraciones Públicas, tienen que reinvertir la mayor parte de sus posibles beneficios económicos en la ampliación o mejora de sus estructuras productivas o de inserción.

Asimismo, se regula el porcentaje de trabajadores en proceso de inserción que estas empresas deben tener respecto al total de los trabajadores de la plantilla.

Además, el fin de inserción social de este tipo de empresas, hace necesario recoger el requisito indispensable de estar éstas promovidas y participadas por una o

varias entidades promotoras, definiéndolas y estableciéndose el porcentaje de la participación en aquéllas.

Finalmente, se recoge la creación de un Registro Administrativo de las Empresas de Inserción en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales a efectos informativos, sin perjuicio de las competencias ejercidas en esta materia por las Comunidades Autónomas.

Se definen en la norma los actos registrales, de calificación y descalificación así como la documentación sujeta a constancia registral.

En el Capítulo III se define la actuación de la Administración Pública responsable, en cada caso, de los Servicios Sociales Públicos competentes y de los Servicios Públicos de Empleo en relación con los procesos de inserción, contemplándose acciones previas a la incorporación de los trabajadores a las empresas de inserción, así como de seguimiento y apoyo a éstos una vez finalizada su estancia en dichas empresas.

En el Capítulo IV se desarrolla la relación laboral a concertarse entre un trabajador calificado en situación de exclusión y una empresa de inserción, teniendo por objeto la prestación de un trabajo retribuido acompañado de un itinerario de inserción personalizado previamente definido.

En su regulación se han tenido en cuenta las características de los trabajadores en proceso de inserción, así como las peculiaridades de la empresa de inserción, situando la relación laboral dentro del marco común que se establece en el Estatuto de los Trabajadores, contemplándose en el texto determinadas particularidades inherentes a las relaciones y condiciones de trabajo existentes en estas empresas.

Como principal característica, se adapta el contrato de trabajo temporal de fomento del empleo como modalidad contractual vinculada a la ejecución de un itinerario de inserción, pudiendo concertarse, como regla general, por un período mínimo de doce meses y máximo de tres años.

Dentro de las medidas de promoción de las empresas de inserción se contemplan, en el Capítulo V, diversas ayudas encaminadas a la contratación de personas calificadas en situación de exclusión social, así como una serie de subvenciones que pudieran compensar los sobrecostos laborales por la menor productividad de estas personas en la actividad empresarial, y las ayudas correspondientes al seguimiento del itinerario de inserción social.

Asimismo, se reconocen otras ayudas para la creación y desarrollo de empresas de inserción.

El Capítulo VI está dedicado al establecimiento del Régimen de infracciones y sanciones, que se desarrolla mediante la Disposición final primera.

Entre las disposiciones adicionales, se recoge, como consecuencia de las demandas de distintas Comunidades Autónomas en la Conferencia Sectorial celebrada para el informe de la presente Ley, la designación del Consejo General del Sistema Nacional de Empleo, así como la competencia de los Servicios Sociales y los Servicios Públicos de Empleo de las Comunidades Autónomas, a los efectos de llevar a cabo la evaluación y seguimiento del cumplimiento de los fines previstos en esta norma. De igual forma, se introduce la excepción del cómputo de trabajadores en procesos de inserción para trabajadores no socios en Cooperativas de trabajo asociado y Sociedades laborales para evitar la modificación normativa de estas sociedades. Asimismo, se contemplan como condiciones especiales de ejecución de los contratos la inclusión de consideraciones relativas a la situación de la exclusión social de los trabajadores vinculados a la realización del contrato, de conformidad con lo dispuesto en la legislación de contratos del sector

público. Además, se prevé en la Disposición adicional cuarta, el establecimiento de medidas de apoyo específicas para trabajadores procedentes de empresas de inserción así como para las empresas que los contraten de forma indefinida. Finalmente, la Disposición final tercera modifica la Disposición adicional segunda de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, en relación a la exclusión social y fomento del empleo, debiendo considerarse el artículo 2 de la Ley para la regulación del régimen de las empresas de inserción.

A raíz de las peticiones de varias Comunidades Autónomas en la Conferencia Sectorial celebrada para el informe de la presente Ley, la Disposición transitoria primera establece un período de adaptación de las empresas de inserción ya existentes a las previsiones contenidas en la Ley, así como para la adaptación de la normativa autonómica y en especial la transitoriedad de los contratos de trabajo existentes antes de la entrada en vigor de la Ley.

La Disposición transitoria segunda determina que las Fundaciones y Asociaciones que, a la fecha de entrada en vigor de la Ley, mantengan actividades de inserción sociolaboral en los términos definidos para las Empresas de Inserción, disfrutarán de un período en el que, manteniendo estas actividades, puedan adoptar la forma jurídica que les permita ser calificadas como empresas de inserción. La Disposición transitoria tercera recoge el supuesto de ejercicio de las funciones registrales y de calificación por parte del Registro a crear por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de carácter informativo en el caso de que las competencias de las Comunidades Autónomas sobre este particular no hayan sido ejercidas.

En cuanto a las disposiciones finales, debe señalarse que la Disposición final primera desarrolla el artículo 18 de la Ley, introduciendo las modificaciones pertinentes en la Ley sobre infracciones y sanciones en el orden social, texto refundido aprobado por el Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto.

Por último, la Ley, en su Disposición final segunda recoge la posibilidad del Gobierno de modificar los colectivos que se consideran en situación de exclusión social del artículo 2.1, previa consulta a las organizaciones empresariales y sindicales más representativas, incluidas las del sector afectado, y previo informe emitido por las Comunidades Autónomas.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto y fines.

1. La presente Ley tiene por objeto regular el régimen jurídico de las empresas de inserción y establecer un marco que promueva la inserción laboral de personas en situación de exclusión social a través de este tipo de empresas.

Para el cumplimiento de estos objetivos, el contenido de esta Ley se extiende a:

- a) Establecer una regulación propia para las empresas de inserción, que posibilite su desarrollo y consolidación.
- b) Determinar para las empresas de inserción los requisitos necesarios y el procedimiento a seguir, a través de los itinerarios de inserción, para la incorporación al mercado ordinario de las personas en situación de exclusión social.
- c) Establecer un conjunto de medidas para la promoción de la inserción sociolaboral a través de las

empresas de inserción y delimitar las situaciones que, en su caso, puedan determinar la adopción de tales medidas.

2. El objetivo del trabajo de estas personas en las empresas de inserción es lograr su integración en el mercado de trabajo ordinario, para lo cual, la empresa de inserción contratante facilitará a sus trabajadores el acceso a la formación y a la orientación a través de las acciones y medidas que se establecen en esta Ley.

Artículo 2. Trabajadores de las empresas de inserción.

1. Las empresas de inserción podrán contratar como trabajadores, a efectos de lo previsto en esta Ley, a las personas en situación de exclusión social desempleadas e inscritas en los Servicios Públicos de Empleo, con especiales dificultades para su integración en el mercado de trabajo, que estén incluidos en alguno de estos colectivos:

a) Perceptores de Rentas Mínimas de Inserción, o cualquier otra prestación de igual o similar naturaleza, según la denominación adoptada en cada Comunidad Autónoma, así como los miembros de la unidad de convivencia beneficiarios de ellas.

b) Personas que no puedan acceder a las prestaciones a las que se hace referencia en el párrafo anterior, por alguna de las siguientes causas:

1.º Falta del período exigido de residencia o emparentamiento, o para la constitución de la Unidad Perceptora.

2.º Haber agotado el período máximo de percepción legalmente establecido.

c) Jóvenes mayores de dieciocho años y menores de treinta, procedentes de Instituciones de Protección de Menores.

d) Personas con problemas de drogodependencia u otros trastornos adictivos que se encuentren en proceso de rehabilitación o reinserción social.

e) Internos de centros penitenciarios cuya situación penitenciaria les permita acceder a un empleo y cuya relación laboral no esté incluida en el ámbito de aplicación de la relación laboral especial regulada en el artículo 1 del Real Decreto 782/2001, de 6 de julio, así como liberados condicionales y ex reclusos.

f) Menores internos incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley Orgánica 5/2000, de 12 de enero, reguladora de la responsabilidad penal de los menores, cuya situación les permita acceder a un empleo y cuya relación laboral no esté incluida en el ámbito de aplicación de la relación laboral especial a que se refiere el artículo 53.4 del Reglamento de la citada Ley, aprobado por el Real Decreto 1774/2004, de 30 de julio, así como los que se encuentran en situación de libertad vigilada y los ex internos.

g) Personas procedentes de centros de alojamiento alternativo autorizados por las Comunidades Autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla.

h) Personas procedentes de servicios de prevención e inserción social autorizados por las Comunidades Autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla.

2. La situación de exclusión de las personas pertenecientes a los colectivos a los que se hace referencia en el apartado 1, deberá ser acreditada por los Servicios Sociales Públicos competentes.

Se entiende por Servicios Sociales competentes los correspondientes de las Comunidades Autónomas, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 148.1.20 de la Constitución Española y lo establecido en las distintas

Leyes Orgánicas de Estatutos de Autonomía, así como los determinados por las Corporaciones Locales, de acuerdo a los artículos 25 y 26 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, con arreglo a lo que establece la legislación estatal o autonómica.

Artículo 3. *Itinerario de inserción sociolaboral y de servicios de intervención y de acompañamiento por medio de empresas de inserción.*

1. Las empresas de inserción aplicarán itinerarios de inserción sociolaboral en función de los criterios que establezcan los Servicios Sociales Públicos competentes y los Servicios Públicos de Empleo, de acuerdo con las propias empresas de inserción, teniendo que ser aceptados dichos itinerarios por la persona en situación de exclusión social contratada, con el objetivo de promover su integración en el mercado laboral ordinario, definiendo las medidas de intervención y acompañamiento que sean necesarias.

2. Las medidas de intervención y acompañamiento consistirán en el conjunto de servicios, prestaciones, acciones de orientación, tutoría y procesos personalizados y asistidos de trabajo remunerado, formación en el puesto de trabajo, habituación laboral y social encaminados a satisfacer o resolver problemáticas específicas derivadas de la situación de exclusión que dificultan a la persona un normal desarrollo de su itinerario en la empresa de inserción.

CAPÍTULO II

Las empresas de inserción

Artículo 4. *Concepto de empresa de inserción.*

Tendrá la consideración de empresa de inserción aquella sociedad mercantil o sociedad cooperativa legalmente constituida que, debidamente calificada por los organismos autonómicos competentes en la materia, realice cualquier actividad económica de producción de bienes y servicios, cuyo objeto social tenga como fin la integración y formación sociolaboral de personas en situación de exclusión social como tránsito al empleo ordinario.

A estos efectos deberán proporcionar a los trabajadores procedentes de situaciones contempladas en el artículo 2, como parte de sus itinerarios de inserción, procesos personalizados y asistidos de trabajo remunerado, formación en el puesto de trabajo, habituación laboral y social. Asimismo, estas empresas deberán tener servicios de intervención o acompañamiento para la inserción sociolaboral que faciliten su posterior incorporación al mercado de trabajo ordinario.

Artículo 5. *Requisitos.*

Las empresas de inserción a efectos de esta Ley, además de cumplir con lo establecido en el artículo anterior, deberán reunir, como mínimo, los siguientes requisitos:

a) Estar promovidas y participadas por una o varias entidades promotoras a que se refiere el artículo siguiente. Esta participación será al menos de un cincuenta y uno por ciento del capital social para las sociedades mercantiles. En el caso de Sociedades Cooperativas y Sociedades Laborales, dicha participación deberá situarse en los límites máximos recogidos en las diferentes legislaciones que les sea de aplicación a los socios colaboradores o asociados.

b) Encontrarse inscritas en el Registro correspondiente a su forma jurídica, así como en el Registro Administrativo de Empresas de Inserción de la Comunidad Autónoma.

c) Mantener en cómputo anual, desde su calificación, un porcentaje de trabajadores en proceso de inserción, cualquiera que sea la modalidad de contratación, de al menos el treinta por ciento durante los primeros tres años de actividad y de al menos el cincuenta por ciento del total de la plantilla a partir del cuarto año, no pudiendo ser el número de aquellos inferior a dos.

d) No realizar actividades económicas distintas a las de su objeto social.

e) Aplicar, al menos, el ochenta por ciento de los resultados o excedentes disponibles obtenidos en cada ejercicio a la mejora o ampliación de sus estructuras productivas y de inserción.

f) Presentar anualmente un Balance Social de la actividad de la empresa que incluya la memoria económica y social, el grado de inserción en el mercado laboral ordinario y la composición de la plantilla, la información sobre las tareas de inserción realizadas y las previsiones para el próximo ejercicio.

g) Contar con los medios necesarios para cumplir con los compromisos derivados de los itinerarios de inserción sociolaboral.

Artículo 6. *Entidades promotoras.*

Tendrán tal consideración las entidades sin ánimo de lucro, incluidas las de derecho público, las Asociaciones sin fines lucrativos y las Fundaciones, cuyo objeto social contemple la inserción social de personas especialmente desfavorecidas, que promuevan la constitución de empresas de inserción, en las que participarán en los términos recogidos en la letra a) del artículo anterior.

Artículo 7. *Calificación.*

1. La calificación de una empresa como empresa de inserción corresponderá al Órgano Administrativo competente de la Comunidad Autónoma en donde se encuentre su centro de trabajo.

2. Para solicitar la calificación como empresa de inserción y la inscripción en el Registro Administrativo, la sociedad mercantil o cooperativa, deberá encontrarse previamente inscrita como tal en el Registro Mercantil o en el Registro de Sociedades Cooperativas, debiendo acreditar los requisitos legalmente requeridos para tal calificación en la forma y con el procedimiento que reglamentariamente se determinen.

Las empresas de inserción vendrán obligadas a acreditar su calificación, así como el cumplimiento exigido en el artículo 5 de esta Ley, ante las respectivas Comunidades Autónomas donde tengan centros de trabajo.

Con objeto de acreditar los requisitos de calificación establecidos en las letras c), e) y f) del artículo 5, se otorgará por el Órgano Administrativo competente la calificación provisional como empresa de inserción si se cumplen los requisitos de calificación establecidos en las letras a), b), d) y g) del citado artículo.

La calificación definitiva de la empresa de inserción se certificará por el Registro administrativo competente cuando puedan acreditarse ante el mismo los requisitos de las letras c), e) y f) del mencionado artículo en el plazo no superior al año desde la calificación provisional.

3. Las empresas de inserción podrán incluir en su denominación los términos «empresa de inserción» o su abreviatura «e.i.».

4. La obtención de la calificación de empresa de inserción, por una de las sociedades susceptibles de ser calificadas como tal, no se considerará transformación societaria.

Artículo 8. Pérdida de la calificación de empresa de inserción.

1. Serán causas legales de descalificación como empresa de inserción:

- a) Incumplir el fin definido en el artículo 4 de esta Ley.
- b) Dejar de reunir los requisitos que determinaron su calificación.

2. La descalificación como empresa de inserción será acordada por el órgano competente de la calificación, previo informe preceptivo de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

3. La descalificación, una vez firme en vía administrativa, surtirá de oficio efectos de baja registral y no implicará necesariamente la disolución de la sociedad.

Artículo 9. Registros e información sujeta a constancia registral.

1. Las empresas de inserción deberán inscribirse en el Registro competente de la Comunidad Autónoma donde se encuentre su centro de trabajo.

2. Sin perjuicio de lo anterior, se creará en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales un Registro Administrativo de Empresas de Inserción a los únicos efectos de coordinación e intercambio de información.

El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales mantendrá actualizado dicho Registro y proporcionará semestralmente información estadística sobre el número de empresas de inserción, sector de actividad económica, número de trabajadores en proceso de inserción y de trabajadores de plantilla y tipos de contratos respectivos.

3. Las empresas de inserción, una vez inscritas, vendrán obligadas a presentar en el Registro Administrativo competente de la Comunidad Autónoma dentro de los plazos que se determinen, la siguiente documentación, sin perjuicio de aquella otra que se pueda establecer por parte de las Comunidades Autónomas:

- a) La documentación acreditativa de las modificaciones estatutarias que afecten su calificación, una vez inscritas en los Registros competentes a su forma jurídica.
- b) El plan de actividades y el presupuesto de cada año con anterioridad al inicio del mismo.
- c) Las cuentas anuales, el informe de gestión y el balance social correspondiente al cierre de cada ejercicio económico, sin perjuicio de las obligaciones de depositar las cuentas y el informe de gestión en los Registros que correspondan a su forma jurídica.

CAPÍTULO III

Empresas de inserción y Administraciones Públicas

Artículo 10. Actuaciones de las Administraciones Públicas.

1. Las empresas de inserción, para poder llevar a cabo las actuaciones de inserción de los trabajadores excluidos sociales contratados por las mismas, podrán disponer de los servicios de intervención y acompañamiento social que realicen los Servicios Sociales Públicos competentes y aplicar, asimismo, los itinerarios y procesos de inserción de los trabajadores proporcionados por los Servicios Públicos de Empleo.

2. Las empresas de inserción se relacionarán con los Servicios Sociales Públicos competentes a efectos de:

- a) Acreditar las situaciones de exclusión social a las que se refiere el apartado 1 del artículo 2.
- b) Poder acceder a los servicios de intervención y acompañamiento social que proporcionan los indicados servicios, descritos en el artículo 3 de esta Ley, a los trabajadores durante su proceso de inserción dentro de la empresa.
- c) Facilitar el seguimiento que corresponde hacer a los indicados servicios de los itinerarios y procesos de inserción sociolaboral de los trabajadores y prestar apoyo a aquéllos que se incorporen a un puesto de trabajo en el mercado de trabajo ordinario, una vez finalizado su proceso de inserción.
- d) Cualquier otra función que determinen las respectivas normativas autonómicas.

3. Las empresas de inserción se relacionarán con los Servicios Públicos de Empleo a efectos de:

- a) Efectuar el seguimiento de los itinerarios y procesos de inserción de los trabajadores y proporcionar, en su caso, formación, que corresponde a los indicados servicios, tanto durante el tiempo que permanezcan contratados en la empresa de inserción como con posterioridad al mismo.
- b) Certificar, antes de la celebración del contrato, si el trabajador, en los dos años previos a la contratación que se pretende realizar, ha prestado servicios en la misma o distinta empresa, teniendo en cuenta la salvedad establecida en el apartado 3 del artículo 15 de esta Ley.
- c) Certificar la formación adquirida en el marco del itinerario de inserción y, en su caso, la correspondencia entre la experiencia adquirida y las competencias descritas en los certificados de profesionalidad del Sistema Nacional de Cualificaciones.
- d) Cualquier otra función que determinen las respectivas normativas autonómicas.

CAPÍTULO IV

Relaciones laborales de los trabajadores en situación de exclusión social en las empresas de inserción

Artículo 11. Régimen jurídico.

Las relaciones laborales vinculadas a procesos de inserción que se concierten entre las empresas de inserción y los trabajadores en situación de exclusión social se regirán por lo dispuesto en la Ley del Estatuto de los Trabajadores, texto refundido aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, y el resto de la legislación laboral, sin perjuicio de lo establecido en esta Ley.

Artículo 12. Contrato de trabajo.

1. El contrato de trabajo entre las empresas de inserción y los trabajadores en situación de exclusión social podrá celebrarse por duración determinada, ajustándose a las modalidades de contratación previstas en la legislación laboral, de acuerdo con los requisitos establecidos en el Estatuto de los Trabajadores y demás normas aplicables, sin perjuicio de la duración temporal que necesariamente tenga el itinerario de inserción sociolaboral.

Asimismo, con independencia de la causa de contratación, podrá concertarse el contrato de trabajo que se regula en el artículo 15 de esta Ley.

2. El contrato de trabajo, sus prórrogas y variaciones se formalizarán siempre por escrito, en el modelo establecido por el Servicio Público de Empleo Estatal y se comunicará a la oficina pública de empleo.

Una copia de estos documentos se remitirá a los Servicios Sociales Públicos competentes para el seguimiento del itinerario personalizado de inserción.

El contrato necesariamente incorporará en el correspondiente anexo la expresión de las obligaciones que las partes asumen en el desarrollo del itinerario personal de inserción y las medidas concretas a poner en práctica.

Artículo 13. *Condiciones de trabajo.*

Las relaciones laborales de los trabajadores en situación de exclusión social en las empresas de inserción tendrán las siguientes peculiaridades:

1. El contrato podrá concertarse a tiempo completo o parcial, debiendo ser, en este caso, la jornada diaria o semanal superior a la mitad de la jornada de trabajo de un trabajador a tiempo completo comparable, en los términos establecidos en el artículo 12.1 del Estatuto de los Trabajadores. En el supuesto de modificación de la jornada inicialmente pactada, la empresa de inserción comunicará dicha modificación realizada a los Servicios Sociales Públicos competentes.

2. El trabajador, previo aviso y justificación, tendrá derecho a ausentarse del trabajo, sin pérdida de remuneración, para asistir a tratamientos de rehabilitación, participar en sesiones de formación y readaptación profesional o realizar cualquier otra medida de acompañamiento prevista en su itinerario personalizado de inserción con las pautas que en el mismo se establezcan.

Asimismo, las ausencias o faltas de puntualidad al trabajo motivadas por la situación física o psicológica derivada de la situación de exclusión social del trabajador se considerarán justificadas cuando los Servicios Sociales Públicos competentes así lo determinen, y sin perjuicio de que sean comunicadas por el trabajador a la empresa.

3. Si al término de un contrato ligado a un proceso de inserción, el trabajador continuase en la empresa, no podrá concertarse un nuevo período de prueba y se computará el tiempo de servicios prestados a efectos de antigüedad.

4. A la finalización del contrato, el trabajador tendrá derecho a que el empresario le entregue un certificado en el que conste la duración de los servicios prestados, puestos de trabajo desempeñados, principales tareas de cada uno de ellos así como adaptación a los mismos.

Artículo 14. *Extinción y suspensión del contrato.*

1. Los contratos de trabajo se extinguirán según lo previsto en el Estatuto de los Trabajadores con las particularidades establecidas en este artículo.

2. No será de aplicación a los trabajadores en situación de exclusión social la causa de extinción del contrato por causas objetivas establecida en el artículo 52 d) del Estatuto de los Trabajadores.

Asimismo, las faltas de asistencia de los trabajadores en situación de exclusión social no se computarán para el cálculo del índice de absentismo del total de la plantilla del centro de trabajo, ni tampoco dichos trabajadores computarán para el cálculo de la plantilla del centro de trabajo a efectos del citado artículo 52 d).

3. No será de aplicación a los trabajadores a que se refiere el artículo 2.1 d) de esta Ley la causa de despido disciplinario establecida en el artículo 54.2 f) del Estatuto de los Trabajadores. En los supuestos en que, durante la vigencia del contrato, la empresa de inserción tuviera conocimiento de que el trabajador incurre en la causa mencionada en el párrafo anterior, lo pondrá en conocimiento de los Servicios Sociales Públicos competentes, a fin de que por los mismos se proponga al trabajador afectado iniciar un proceso de deshabitación o desintoxicación. En este caso, el contrato de trabajo podrá suspenderse cuando, a juicio de los citados Servicios Sociales,

fuera necesario para el éxito de dicho proceso. Si el trabajador no iniciara dicho proceso de deshabitación o desintoxicación, o lo abandonara sin causa justificada, se considerará un incumplimiento de las obligaciones asumidas en el itinerario de inserción, siendo entonces de aplicación lo establecido en el artículo 54.2.f) del Estatuto de los Trabajadores.

4. Los Servicios Sociales Públicos competentes emitirán informe con carácter previo a la extinción del contrato de trabajo, cualquiera que sea su causa.

Asimismo, el empresario comunicará a los citados Servicios y a los Servicios Públicos de Empleo la extinción del contrato de trabajo de los trabajadores contratados, cualquiera que sea también la causa de extinción del contrato.

Artículo 15. *Contrato temporal de fomento del empleo.*

1. Las empresas de inserción y los trabajadores que se encuentren en alguna de las situaciones previstas en el artículo 2 de esta Ley podrán celebrar el contrato regulado en la Disposición adicional primera de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, con las peculiaridades establecidas en este artículo.

2. El contrato tiene por objeto la prestación voluntaria de servicios retribuidos por cuenta ajena en una empresa de inserción como parte esencial de un itinerario de inserción personalizado.

3. No podrán ser contratados los trabajadores que en los dos años inmediatamente anteriores hubieran prestado servicios, en la misma o distinta empresa, mediante un contrato de trabajo, incluido el regulado en este artículo, salvo que, en el supuesto de fracaso en un proceso previo de inserción o en el de recaída en situaciones de exclusión, se considere lo contrario por el Servicio Social Público competente a la vista de las circunstancias personales del trabajador.

4. El contrato podrá concertarse por un período mínimo de doce meses y máximo de tres años. No obstante, podrá celebrarse por una duración menor si, dentro del itinerario de inserción previamente pactado, así se aconseja por los Servicios Sociales Públicos competentes para el seguimiento del proceso de inserción, sin que en ningún caso dicha duración pueda ser inferior a seis meses.

Si se concerta por una duración inferior a la máxima prevista en el párrafo anterior, podrá prorrogarse hasta alcanzar la referida duración máxima, siendo la duración mínima de cada prórroga al menos igual a la duración inicial del contrato. Los Servicios Sociales Públicos competentes deberán informar sobre la adecuación de la prórroga.

5. A la terminación del contrato el trabajador tendrá derecho a percibir una compensación económica equivalente a doce días de salario por año de servicio.

6. No será de aplicación lo establecido en los apartados 1, 2, 5 y 6 de la Disposición adicional primera de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo.

7. La contratación de trabajadores en situación de exclusión social por las empresas de inserción mediante el contrato regulado en este artículo dará derecho a la bonificación aplicable a la contratación temporal prevista en el artículo 16.3.

CAPÍTULO V

De las Medidas de Promoción

Artículo 16. *Promoción de las empresas de inserción.*

1. Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias y en el marco de los compromisos

asumidos en la Unión Europea, actuarán en orden a la promoción de las empresas de inserción, mediante el apoyo a la creación y mantenimiento de las mismas, en atención a que puedan cumplir su función social de facilitar la inserción de las personas en situación de exclusión en el mercado de trabajo ordinario.

2. Las empresas de inserción podrán ser beneficiarias de ayudas financieras para su adaptación a las previsiones de esta Ley, para su constitución, puesta en marcha y desarrollo de su actividad, así como en concepto de asistencia técnica, formación y contratación de técnicos para su gestión, y en concepto de actuaciones de I+D+i.

3. Las empresas de inserción podrán beneficiarse de las siguientes clases de ayudas:

a) Bonificaciones a las cuotas de la Seguridad Social, en los contratos de trabajo de las personas referidas en el artículo 2, de 70,83 euros/mes (850 euros/año) durante toda la vigencia del contrato, o durante tres años en caso de contratación indefinida.

Se aplicará lo establecido en la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, en cuanto a los requisitos que han de cumplir los beneficiarios, las exclusiones en la aplicación de las bonificaciones, cuantía máxima, incompatibilidades o reintegro de beneficios.

b) Subvenciones para el mantenimiento de los puestos de trabajo para la inserción sociolaboral, en concepto de compensación económica a los sobrecostos laborales derivados de los procesos de inserción.

c) Ayudas a la inversión fija afecta a la realización de su objeto social.

4. Las empresas de inserción promovidas por las administraciones o entidades públicas podrán ser beneficiarias de las ayudas a que se refiere el apartado anterior.

5. Las empresas de inserción o las entidades promotoras que realicen servicios de acompañamiento para la inserción sociolaboral a los que se refiere el artículo 3 de esta Ley podrán recibir ayudas de la administración correspondiente para la ejecución de los mismos.

6. Para defender los intereses de las empresas de inserción, así como para organizar servicios de asesoramiento, formación, asistencia jurídica o técnica y cuantos sean convenientes a los intereses de sus socios, las empresas de inserción, dentro del respeto a las normas de defensa de la competencia, podrán organizarse en asociaciones o agrupaciones específicas, tanto a nivel autonómico como estatal. Estas estructuras asociativas representativas de las empresas de inserción podrán recibir ayudas económicas por parte de las Administraciones Públicas, para sufragar gastos de promoción y funcionamiento.

Artículo 17. Régimen jurídico de ayudas o subvenciones.

A las ayudas y subvenciones reguladas en la presente Ley les será de aplicación lo dispuesto en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

CAPÍTULO VI

Infracciones y Sanciones

Artículo 18. Infracciones y sujetos responsables.

1. Las acciones u omisiones de los empresarios titulares de una empresa de inserción que incumplan las obligaciones que se establecen y tipifican en esta Ley, constituirán infracción administrativa en el orden social y

serán objeto de sanción conforme a lo establecido en las disposiciones generales y comunes del Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social.

Disposición adicional primera. Aplicación de la normativa de la Ley de Contratos del Sector Público.

Las condiciones especiales de ejecución de los contratos podrán incluir consideraciones relativas a la situación de la exclusión social de los trabajadores vinculados a la realización del contrato, de conformidad con lo dispuesto en la legislación de contratos del sector público.

Disposición adicional segunda. Cómputo de trabajadores en proceso de inserción.

Los trabajadores con contrato temporal de fomento del empleo no se computarán a efectos del establecimiento del porcentaje máximo autorizado de participación de trabajadores no socios en las Cooperativas de Trabajo Asociado y Sociedades Laborales.

Disposición adicional tercera. Evaluación y seguimiento del cumplimiento de la norma.

Los Servicios Públicos de Servicios Sociales y los Servicios Públicos de Empleo de las Comunidades Autónomas ejercerán la competencia de evaluar, coordinar y velar por el cumplimiento de los fines previstos en esta norma respecto a las empresas de inserción en su ámbito territorial y competencial.

El Consejo para el Fomento de la Economía Social, creado por Ley 27/1999, de 16 de julio, de cooperativas y regulado por el Real Decreto 219/2001, de 2 de marzo, adoptará, entre sus competencias, las de coordinar y velar por el cumplimiento de los fines previstos en esta norma.

Asimismo, corresponderá al Consejo General del Sistema Nacional de Empleo, regulado por Real Decreto 1458/1986, de 6 de junio, la coordinación y evaluación del cumplimiento de esta norma en el ámbito de sus competencias y funciones.

Disposición adicional cuarta. Medidas de apoyo para trabajadores provenientes de empresas de inserción para las empresas que los contraten.

1. Se establecerán medidas específicas de apoyo a los trabajadores provenientes de empresas de inserción, para su establecimiento como trabajadores autónomos o en fórmulas de economía social.

2. A los trabajadores provenientes de empresas de inserción que hubieran sido contratados de acuerdo con lo establecido en el Capítulo IV de esta Ley no les será de aplicación la exclusión prevista en la letra d) del artículo 6.1 de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, cuando sean contratados indefinidamente por empresas ordinarias.

Disposición adicional quinta. Informes de los Servicios Sociales Públicos.

Los informes que se soliciten a los Servicios Sociales Públicos competentes en virtud de lo previsto en el Capítulo IV de esta Ley deberán emitirse en un plazo máximo de diez días hábiles a contar desde la recepción de la solicitud.

Transcurrido dicho plazo, la empresa de inserción podrá adoptar la decisión que en cada caso corresponda, respetando lo establecido en la legislación laboral.

Disposición transitoria primera. *Adaptación de las empresas de inserción y de las normas autonómicas a las previsiones de la Ley.*

1. Las empresas de inserción ya existentes a la fecha de entrada en vigor de la Ley, para acogerse a lo regulado en la misma, deberán adaptarse a sus previsiones en un plazo de un año a partir de dicha entrada en vigor.

2. Las previsiones contenidas en los artículos 7 y 9 a efectos de calificación y registro de las empresas de inserción, serán objeto de adaptación por parte de las Comunidades Autónomas en un plazo no superior a seis meses a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

3. Los contratos de trabajo celebrados antes de la entrada en vigor de esta Ley continuarán rigiéndose por la normativa legal o convencional a cuyo amparo se celebraron.

Disposición transitoria segunda. *Adaptación de determinadas Entidades a las previsiones de la Ley.*

1. Las Fundaciones y Asociaciones que mantengan actividades de inserción sociolaboral a la fecha de entrada en vigor de la presente Ley, dentro del año siguiente a dicha fecha, como tales entidades y para el referido ámbito funcional, podrán solicitar su inscripción en el Registro Administrativo de Empresas de Inserción, y ser calificadas provisionalmente como tales, siempre que sus actividades se correspondan con las definidas para estas empresas y cumplan los demás requisitos que para su constitución establece la presente norma.

2. La calificación provisional será por un período transitorio de dos años, durante el cual, para adquirir la calificación definitiva como empresas de inserción, deberán adoptar la forma jurídica de sociedad mercantil o sociedad cooperativa.

Disposición transitoria tercera. *Competencias en materia registral.*

El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales podrá ejercer las funciones a que se hace referencia en el apartado 1 del artículo 7 y en el apartado 1 del artículo 9 de esta Ley hasta que las Comunidades Autónomas estén en disposición de ejercerlas.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Queda derogada la disposición adicional novena de la Ley 12/2001, de 9 de julio, de medidas urgentes de reforma del mercado de trabajo para el incremento del empleo y la mejora de su calidad así como cuantas disposiciones se opongan a lo establecido en esta ley.

Disposición final primera. *Modificación del texto refundido de la Ley sobre infracciones y sanciones en el orden social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto.*

Los artículos de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social que se relacionan a continuación quedan modificados en los términos siguientes:

Uno. Se introduce un apartado 13 en el artículo 2, con la siguiente redacción:

«13. Las empresas de inserción, respecto de las obligaciones que se establecen en su legislación específica, sin perjuicio de lo establecido en otros números de este artículo.»

Dos. Se modifica el artículo 5.1, que queda redactado como sigue:

«1. Son infracciones laborales las acciones u omisiones de los empresarios contrarias a las normas legales, reglamentarias y cláusulas normativas de los convenios colectivos en materia de relaciones laborales, tanto individuales como colectivas, de colocación, empleo, formación profesional ocupacional, de trabajo temporal y de inserción sociolaboral, tipificadas y sancionadas de conformidad con la presente Ley. Asimismo, tendrán dicha consideración las demás acciones u omisiones de los sujetos responsables y en las materias que se regulan en el presente Capítulo.»

Tres. Se añade un nueva Sección 5.ª en el Capítulo II, con la siguiente redacción:

«SECCIÓN 5.ª INFRACCIONES EN MATERIA DE EMPRESAS DE INSERCIÓN

Artículo 19 bis. *Infracciones de las empresas de inserción.*

Infracciones de las empresas de inserción.

1. Son infracciones graves:

a) El incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos para la creación de las empresas de inserción en la normativa aplicable.

b) Ocultar o falsear la documentación acreditativa de las modificaciones estatutarias que afectan a la calificación como empresa de inserción.

c) No facilitar el plan de actividades y el presupuesto de cada año, así como las cuentas anuales, el informe de gestión y el balance social correspondientes al cierre de cada ejercicio económico.

d) No facilitar a los Servicios Sociales Públicos competentes y a los Servicios Públicos de Empleo la información a que se refieren los artículos 12, 13, 14 y 15 de la Ley para la regulación del régimen de las empresas de inserción.

e) Incumplir las obligaciones asumidas en el contrato de trabajo en relación con el proceso personal de inserción de cada trabajador o no poner en práctica las medidas concretas previstas en dicho proceso.

2. Son infracciones muy graves:

a) Desarrollar las actividades sin cumplir el fin primordial de las empresas de inserción de integración sociolaboral de las personas en situación de exclusión social.

b) Obtener o disfrutar indebidamente subvenciones o ayudas establecidas en los programas de apoyo a la inserción sociolaboral, financiadas o garantizadas en todo o en parte por el Estado o por las Comunidades Autónomas en el marco de la ejecución de la legislación laboral ajenas al régimen económico de la Seguridad Social.»

Disposición final segunda. *Normas de aplicación y desarrollo de la Ley.*

1. En lo no previsto en la presente norma, y en cuanto fuera de aplicación, se estará a lo dispuesto en la vigente Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen

Jurídico de las Administraciones Públicas y de Procedimiento Administrativo Común.

2. El Gobierno, por medio de Real Decreto, podrá modificar los colectivos que se consideran en situación de exclusión social de acuerdo con el artículo 2.1, previo informe emitido por las Comunidades Autónomas y previa consulta a las organizaciones sindicales y empresariales más representativas, incluidas las del sector afectado.

3. Se faculta al Gobierno para dictar cuantas otras disposiciones sean necesarias para el desarrollo y aplicación de esta Ley. Asimismo, las Comunidades Autónomas podrán dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de la presente Ley en el marco de sus competencias.

Disposición final tercera. *Modificación de la disposición adicional segunda (exclusión social y fomento del empleo) de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo.*

Se da nueva redacción a la disposición adicional segunda (exclusión social y fomento del empleo) de la Ley 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo, quedando redactada como sigue:

«A efectos del Programa de Fomento del empleo regulado en la Sección 1.ª del capítulo I de esta Ley, la situación de exclusión social se acreditará por la pertenencia a alguno de los colectivos relacionados en el apartado 1 del artículo 2 de la Ley para la regulación del régimen de las empresas de inserción.»

Disposición final cuarta. *Registro Administrativo de Empresas de Inserción.*

El Gobierno, a propuesta del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, procederá a aprobar en un plazo no superior a seis meses a partir de la publicación de esta norma en el «Boletín Oficial del Estado», el reglamento de funcionamiento del Registro Administrativo de Empresas de Inserción, que incluirá las normas de coordinación e intercambio de información registral y estadística con los Registros competentes de las Comunidades Autónomas.

Disposición final quinta. *Fundamento constitucional.*

La presente Ley se dicta al amparo de la competencia exclusiva del Estado, atribuida por el artículo 149.1. 7.ª de la Constitución, en materias de legislación laboral, y sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas y de las Ciudades de Ceuta y Melilla en materia de Asistencia Social.

Disposición final sexta. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor a los treinta días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Por tanto,

Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta ley.

Madrid, 13 de diciembre de 2007.

JUAN CARLOS R.

El Presidente del Gobierno,
JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO

21493 LEY 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural.

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.
Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

I

La importancia actual del medio rural en España, que integra al 20 por ciento de la población, que se elevaría hasta el 35 por ciento si se incluyen las zonas periurbanas y afecta al 90 por ciento del territorio, y el hecho de que en este inmenso territorio rural se encuentran la totalidad de nuestros recursos naturales y una parte significativa de nuestro patrimonio cultural, así como las nuevas tendencias observadas en la localización de la actividad económica y residencial, confieren a este medio una relevancia mayor de la concedida en nuestra historia reciente.

El intenso desarrollo económico acontecido en nuestro país durante las últimas décadas, que ha dado lugar a un salto muy significativo en los niveles de renta y bienestar de los ciudadanos, se ha concentrado, al igual que ha ocurrido en los países de nuestro entorno, en el medio más urbano y en menor medida en las zonas más rurales. Este fenómeno, característico del desarrollo económico moderno, se manifiesta en la persistencia de un atraso económico y social relativo en el medio rural, debido a causas económicas, sociales y políticas que son evitables.

La mayoría de los países más desarrollados del mundo poseen políticas específicas de desarrollo rural para mejorar la situación de sus zonas rurales. Así ha ocurrido en los principales países europeos, y en la propia Unión Europea, donde las medidas de política rural han venido constituyendo una parte significativa de la Política de Cohesión y de la Política Agraria Común.

España ha cubierto la ausencia de una política rural propia hasta el presente con la aplicación de reglamentos comunitarios, pero necesita dotarse de una legislación adecuada para el fomento del desarrollo de su medio rural, ya que en la nueva Europa del siglo XXI la política rural tiende a depender subsidiariamente de los Estados miembros.

La definición de esta política rural debe tener como referente las políticas comunes europeas y las orientaciones comunitarias, como la Estrategia de Lisboa de 2000 en relación con el empleo y la competitividad o la Declaración de Gotemburgo de 2001 en relación con el logro de un desarrollo sostenible. Pero, al mismo tiempo, es necesario establecer una política rural propia, plenamente adaptada a nuestras condiciones económicas, sociales y medioambientales particulares.

Toda política rural debe buscar el logro de una mayor integración territorial de las zonas rurales, facilitando una relación de complementariedad entre el medio rural y el urbano, y fomentando en el medio rural un desarrollo sostenible. Esta iniciativa debe partir del Estado, concertarse con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, respetando el marco competencial, y promover la participación del sector privado.

Por lo que se refiere a su alcance, se trata de una Ley que comprende todo tipo de acciones y medidas de desarrollo rural sostenible, tanto de origen nacional como comunitario, aplicadas por la Administración General del Estado y concertadamente con las demás Administraciones Públicas, según sus respectivas competencias.

**ANEXO III
FICHA RUC DE LAS EMPRESAS SOCIALES**

YAQUA

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| Número de RUC: | 20543816541 - UMA VIDA S.A.C | | |
| Tipo Contribuyente: | SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | | |
| Nombre Comercial: | UMA VIDA S.A.C. | | |
| Fecha de Inscripción: | 14/06/2011 | Fecha de Inicio de Actividades: | 15/07/2011 |
| Estado del Contribuyente: | ACTIVO | | |
| Condición del Contribuyente: | HABIDO | | |
| Dirección del Domicilio Fiscal: | CAL. 3 NRO. 119 INT. 2 URB. RINCONADA BAJA (CASA 2) LIMA - LIMA - LA MOLINA | | |
| Sistema de Emisión de Comprobante: | MANUAL | Actividad de Comercio Exterior: | SIN ACTIVIDAD |
| Sistema de Contabilidad: | MANUAL | | |
| Actividad(es) Económica(s): | VTA. MAY ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO | | |

DUHEM

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| Número de RUC: | 20549795171 - DUHEM SAC | | |
| Tipo Contribuyente: | SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | | |
| Nombre Comercial: | - | | |
| Fecha de Inscripción: | 27/09/2012 | Fecha de Inicio de Actividades: | 01/10/2012 |
| Estado del Contribuyente: | ACTIVO | | |
| Condición del Contribuyente: | HABIDO | | |
| Dirección del Domicilio Fiscal: | CAL. LOS ANTARES NRO. 320 DPTO. 401 URB. LA ALBORADA (ALT.CRUC DE BENAVIDES Y VELASCO ASTETE) LIMA - LIMA - SANTIAGO DE SURCO | | |
| Sistema de Emisión de Comprobante: | MANUAL/COMPUTARIZADO | Actividad de Comercio Exterior: | SIN ACTIVIDAD |
| Sistema de Contabilidad: | COMPUTARIZADO | | |
| Actividad(es) Económica(s): | VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES CALZADO | | |

AYLLU

| | | | |
|---|---|--|---------------|
| Número de RUC: | 20556939609 - AYLLU RUWASUNCHIS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-AYLLU RUWASUNCHIS S.A.C. | | |
| Tipo Contribuyente: | SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | | |
| Nombre Comercial: | - | | |
| Fecha de Inscripción: | 14/03/2014 | Fecha de Inicio de Actividades: | 14/03/2014 |
| Estado del Contribuyente: | ACTIVO | | |
| Condición del Contribuyente: | HABIDO | | |
| Dirección del Domicilio Fiscal: | JR. 2 DE MAYO NRO. 237 URB. CERCADO LIMA - LIMA - BARRANCO | | |
| Sistema de Emisión de Comprobante: | MANUAL | Actividad de Comercio Exterior: | SIN ACTIVIDAD |
| Sistema de Contabilidad: | MANUAL | | |

LOOP

| | | | |
|---|--|--|---------------|
| Número de RUC: | 20543092950 - LIFE OUT OF PLASTIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - L.O.O.P. S.A.C. | | |
| Tipo Contribuyente: | SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | | |
| Nombre Comercial: | L.O.O.P. S.A.C. | | |
| Fecha de Inscripción: | 14/04/2011 | Fecha de Inicio de Actividades: | 02/05/2011 |
| Estado del Contribuyente: | ACTIVO | | |
| Condición del Contribuyente: | HABIDO | | |
| Dirección del Domicilio Fiscal: | NRO. 271 DPTO. 118 MLCON ARMENDARIS (ALT. CDRA. 2 DE AV ARMENDARIS) LIMA - LIMA - MIRAFLORES | | |
| Sistema de Emisión de Comprobante: | MANUAL | Actividad de Comercio Exterior: | SIN ACTIVIDAD |
| Sistema de Contabilidad: | MANUAL/COMPUTARIZADO | | |