
entender las cuestiones actuales y llevar a las clases lo apasionante de la economía internacional (globalización, países emergentes, tipos de cambio, crisis), combinando los desarrollos más recientes e importantes de esta disciplina, sin perder de vista los

planteamientos teóricos e históricos, resaltando la evolución de las nuevas teorías en respuesta al desarrollo de la economía mundial.

[M^a del Carmen LÓPEZ MARTÍN]

YUNUS, M. (2011) *Las Empresas Sociales. Una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*, Madrid, Paidós, 253 pp.

Muhammad YUNUS recibió varios premios por su contribución a la erradicación de la pobreza y a la justicia social, hasta obtener el Premio Nobel de la Paz en 2006.

Muhammad YUNUS es un economista, profesor universitario que se implica en buscar una solución a la pobreza para lo cual crea los microcréditos, instrumento de financiación de la actividad de los pobres que facilita la inclusión; su experiencia en este sentido se ha visto plasmada en sus obras *El Banquero de los Pobres* y *Un Mundo sin Pobreza*, ambas editadas por esta misma editorial.

En *Las Empresas Sociales*, Muhammad nos presenta la continua evolución de su preocupación por cambiar este mundo. El autor piensa en el ser humano como un ser multidimensional, por un lado egoísta, centrado en la obtención de un beneficio propio, pero a su vez desinteresado porque se preocupa por lo que le rodea: intereses políticos, sociales, medioambientales, etc. Sobre esta visión del ser humano el autor plantea la creación y desarrollo de un nuevo

tipo de empresa "la empresa social", así es como denomina a lo que él llama "una compañía sin pérdidas ni dividendos, con un objetivo social", es decir, una organización que tiene propietarios pero que no recibirán ninguna remuneración económica, que realiza una actividad económica para atender una necesidad social y cuyos posibles beneficios se reinvertirán en la compañía.

En el libro desarrolla el concepto y teoría de empresa social con abundantes ejemplos de empresas en funcionamiento, a la vez que se sugieren mejoras. Su objetivo principal es sensibilizar para promover esa semilla y creatividad que tenemos todos por el bien de la humanidad, además de compartir sus experiencias y aprendizaje al respecto.

Es un libro que se lee fácilmente y que no requiere conocimientos especiales de economía o empresariales.

El libro se estructura en 9 capítulos y se acompaña de un índice analítico que puede ayudar al lector a localizar rápidamente un tema concreto o una experiencia concreta de un sector.

En el primer capítulo se plantea el porqué de la empresa social, distinguiéndola de conceptos con los que normalmente se le

confunde como emprendimiento social, entidades sin ánimo de lucro, cooperativas, marketing social, responsabilidad social corporativa, diferenciándola del papel de los gobiernos, siempre sentando las bases del concepto.

En el resto de los capítulos se pone de manifiesto la problemática de la empresa social a través de la revisión de las experiencias ya vividas para resolver problemas de acceso al agua, problemas de alimentación y de asistencia sanitaria, entre otros.

Algunas recomendaciones van surgiendo como consecuencia de las experiencias vividas: la necesidad de ser flexibles; la necesaria adaptación a la cultura de la comunidad a la que se quiere beneficiar; empezar con proyectos pequeños sobre los que aprender e ir avanzando poco a poco, la necesidad de buscar una financiación

adecuada y propia de este tipo de entidades, a pesar de la dificultad; la encomienda de la búsqueda de una identidad propia, a pesar de que esté pendiente de una legislación adecuada; la necesidad de trabajar en colaboración con otras entidades que tienen experiencia en ese ámbito y que desde la dirección de esas organizaciones se anime al personal a contribuir y ayudar desde sus posibilidades.

En definitiva, como Muhammad señala hay tres elementos que guían la puesta en marcha de las empresas sociales: pragmatismo, apertura y experimentación, porque son muchas las variables que pueden afectar en su planteamiento, y todo ello debe estar guiado por un interés por contribuir a ayudar al prójimo a salir de la pobreza.

[Mercedes RUIZ LOZANO]

Empresa

ARIZA MONTES, J.A Y MORALES FERNÁNDEZ, E.J. (2015) *Diseño y organización de empresas*, Madrid, McGraw-Hill, 187 pp.

Emilio J. MORALES y J. A. ARIZA son doctores en Ciencias Económicas y Empresariales y profesores del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad Loyola Andalucía. Ambos acumulan sobrada práctica docente e investigadora sobre la estructura organizativa de las empresas. De ahí que no sea extraño que de nuevo se atrevan a publicar un manual que aporte nuevas luces sobre el tema organizativo.

Es de todos conocido y aceptado que los humanos somos seres que necesitamos vivir en relación. Nos vamos humanizando como personas en interacción con otros formando grupos y organizaciones. Sin embargo, quizás ya que lo tenemos muy asimilado, seamos menos conscientes de que las organizaciones son el soporte de la civilización y de la sociedad en la que vivimos. Por ello, lograr entender el proceso organizativo se ha convertido en una tarea fundamental de distintas disciplinas (administración de empresas, psicología, pedagogía, antropología, etc.).