

---

## DOSSIER “CARITAS IN VERITATE”

---

### Una concepción “más humana” y “omnicomprensiva” de las relaciones económicas: la “democracia económica”

Julio Jiménez Escobar<sup>1</sup> y Alfonso Carlos Morales Gutiérrez<sup>2</sup>

#### I. Caridad y relaciones económico–empresariales

Los agentes empresariales constituyen, en un primer término, un elemento periférico y sintomático –de segundo nivel– de la reinterpretación del desarrollo de los pueblos centrado en la Caridad que realiza Benedicto XVI en conmemoración de la *Populorum Progressio*. Las referencias a estos singulares protagonistas de la actividad económica la encontramos de manera explícita fundamentalmente en los capítulos tercero, *fraternidad, desarrollo económico y sociedad civil* [34–42], y cuarto, *desarrollo de los pueblos, derechos y deberes, ambiente* [43–52].

El abordaje de las relaciones entre ética y economía parte de una conexión con el tema previo (el problema demográfico): si la vida reflejada en el crecimiento de la población es la causa principal del subdesarrollo, también la vida es una fuente de riqueza económica. Asimismo la ética, desde un enfoque positivo puede ser origen de prosperidad, en lugar de ser considerada como un obstáculo que pone límites y restricciones a la acción.

Un planteamiento similar se aplica enseguida al contexto empresarial sobre el que destacamos como aspectos sobresalientes las referencias a las hipótesis subyacentes

---

<sup>1</sup> Profesor de Derecho Fiscal, ETEA.

<sup>2</sup> Profesor de Economía y Organización Empresarial, ETEA.

de las relaciones económicas, el redescubrimiento de la identidad empresarial que se derivan de las mismas, los límites difusos que genera esta nueva identidad y la emergencia –o no– de una nueva realidad económica específica de este enfoque empresarial.

## **2. De la incrustación de los valores en las relaciones económicas y la civilización de la economía: la importancia de la lógica del don y del principio de gratuidad<sup>3</sup>**

La encíclica parte de un presupuesto básico a la hora de plantearse los fundamentos del desarrollo económico, social y político: *necesita, si quiere ser auténticamente humano, dar espacio al principio de gratuidad como expresión de fraternidad* [34].

La traslación de este planteamiento a un mecanismo de asignación, como el mercado, conllevaría un funcionamiento diferente. Su principio rector no sería necesaria ni exclusivamente el principio de equivalencia económica fundado en el valor de los bienes que se intercambian. Como seguidamente se indica en el texto [35]: *Sin formas internas de solidaridad y de confianza recíproca, el mercado no puede cumplir plenamente su propia función económica. Hoy, precisamente esta confianza ha fallado, y esta pérdida de confianza es algo realmente grave. Los efectos de estas nuevas reglas de reciprocidad serían la cohesión social que necesita para su buen funcionamiento.*

La encíclica –en la línea desarrollada por la doctrina social de la Iglesia– aboga, según estos planteamientos, por cierto nivel de *incrustación*<sup>4</sup> de los valores en las relaciones económicas puesto que *sostiene que se pueden vivir relaciones auténticamente humanas, de amistad y de sociabilidad, de solidaridad y de reciprocidad, también dentro de la actividad económica y no solamente fuera o «después» de ella* [36]. La literatura académica (Ben-Ner y Puttermann, 1999) también ha señalado la importancia de los valores en el funcionamiento económico: *no puede existir*

---

<sup>3</sup> Algunos de los planteamientos que aquí se recogen son también abordados en el comentario de Juan I. Font.

<sup>4</sup> Este enfoque epistemológico, pero aplicado a las relaciones sociales, ya fue adoptado análogamente por la crítica realizada por Granovetter (1985) a la teoría de los costes de transacción (Williamson, 1975, 1985) cuando planteaba la dificultad de separar la acción económica de la estructura social.

*una verdadera comprensión de la organización social sin una clara comprensión de los marcos y acuerdos económicos, que no se pueden separar tajantemente las instituciones entre las económicas y las no económicas, y que las instituciones, contando entre ellas las empresas y los mercados, afectan y son afectadas por los valores.*

Asumiendo este enfoque, las relaciones económicas se van civilizando –por la caridad– y mediante la incorporación de nuevos agentes –a los que nos referiremos más adelante– que también se relacionan con otras reglas<sup>5</sup>. El corazón de esta transformación –unas relaciones económicas auténticamente humanas– es el elemento nuclear de la encíclica que nos ocupa: *caridad en la verdad significa la necesidad de dar forma y organización a las iniciativas económicas que, sin renunciar al beneficio, quieren ir más allá de la lógica del intercambio de cosas equivalentes y del lucro como fin en sí mismo* [38].

Todo esto resulta especialmente necesario en la actual economía globalizada condicionada por, al menos, dos aspectos. Por un lado, las actividades económicas no se limitan a territorios definidos. Por otro, los actores gubernamentales siguen siendo sobre todo locales. Sin embargo las normas de justicia deben ser respetadas en todo el proceso económico [37]. En este contexto se requiere *la gratuidad como un factor que fomenta y extiende la solidaridad por la justicia y el bien común en sus diversas instancias y agentes*. La solidaridad implica corresponsabilidad (*que todos se sientan responsables de todos*) y una condición imprescindible para alcanzar la justicia: *Mientras antes se podía pensar que lo primero era alcanzar la justicia y que la gratuidad venía después como un complemento, hoy es necesario decir que sin la gratuidad no se alcanza ni siquiera la justicia* [38].

La articulación de este proceso supone, en definitiva, *una forma concreta y profunda de democracia económica*. La encíclica aporta con este enfoque una nueva visión de la democratización de la economía (Schweickhart, 2002; Morales, Chaves y Monzón, 2003) que va más allá de la incorporación de dinámicas participativas en los procesos de toma de decisiones empresariales (en cuanto a derecho a participar en lo que le afecta) sino que supone que la empresa en su

---

<sup>5</sup> Esta diversidad de agentes y el enriquecimiento que supone puede entreverse en el siguiente párrafo de la encíclica: *un mercado en el cual puedan operar libremente, con igualdad de oportunidades, empresas que persiguen fines institucionales diversos. Junto a la empresa privada, orientada al beneficio, y los diferentes tipos de empresa pública, deben poderse establecer y desenvolver aquellas organizaciones productivas que persiguen fines mutualistas y sociales. De su recíproca interacción en el mercado se puede esperar una especie de combinación entre los comportamientos de empresa y, con ella, una atención más sensible a una civilización de la economía* [38].

actuación debe sentirse responsable de todos (una *ciudadanía global*) en lugar de limitarse a planteamientos exclusivamente corporativos. Ser buen ciudadano –la empresa, entre otros– no sólo es ser sujeto de derechos, también implica asumir determinados deberes.

El peligro de no asumir estos elementos de transformación es lógicamente una deshumanización impulsada y sostenida por cierto afán monopolista de los agentes tradicionalmente dominantes: *Cuando la lógica del mercado y la lógica del Estado se ponen de acuerdo para mantener el monopolio de sus respectivos ámbitos de influencia, se debilita a la larga la solidaridad en las relaciones entre los ciudadanos, la participación y el sentido de pertenencia, que no se identifican con el «dar para tener», propio de la lógica de la compraventa, ni con el «dar por deber», propio de la lógica de las intervenciones públicas, que el Estado impone por ley [39].*

### **3. Nuevos matices en la identidad empresarial: la emergencia de la empresa social**

El empresariado, como agente económico, ha estado plagado de una visión antropológica sesgada en cuanto a su motivación, con una ideología –liberal en cualquier caso– y normalmente con un enfoque *competitivo* respecto al Estado. Benedicto XVI aboga por un concepto de empresario que *tiene, y debe asumir cada vez más, un significado polivalente [41]...y de modo articulado*. De hecho, el nuevo marco que ilumina las relaciones entre agentes económicos y sociales, el empresario puede adquirir un significado polivalente en la medida que, en función de sus motivaciones, incorpore más o menos niveles de solidaridad en sus relaciones con otros actores económicos. En esta nueva concepción se fundamentan –*como lo revelan diversas motivaciones metaeconómicas*– muchos empresarios/as que no se reconocen ni en el cómo ni en el por qué del rol tradicional que se le asigna en la esfera social y económica.

Hace algunas décadas que el devenir económico revela la existencia de empresarios/as con motivaciones altruistas –lo que cuestiona el fundamento de numerosos modelos teóricos de la empresa–, e incluso que reconocen en la cosmovisión cristiana una fuente de inspiración para el desarrollo de una empresa más humana. El caso de Mondragón Corporación Cooperativa –que continúa desde 1957 con un recorrido exitoso y en cuyo núcleo encontramos el pensamiento muy inspirado en la doctrina social de la iglesia del Padre José María Arizmendiarieta, hoy en

proceso de beatificación– o las empresas sociales desarrolladas desde los Traperos de Emaús con su triple dimensión –económica, social y ecológica–, hasta la Economía de Comunión que propugna el movimiento focolar –a la que nos referiremos en otros párrafos– son sólo algunos ejemplos.

La encíclica no sólo incide en la equivocidad del concepto de empresario sino que encuentra en el trabajador una fuente de inspiración para resaltar en su faceta creativa –innovadora, por qué no– su dimensión más humana. El ser empresario es una actividad creativa y por tanto una actividad en la que aquél se proyecta, se da, también con lo que piensa y siente. Benedicto XVI denomina a esta dimensión el significado humano de ser empresario. Resulta curioso que sea el trabajo el que se constituya en la encíclica como un referente de sentido para el empresario (el empresario aprende del trabajador) y rescate de la actividad laboral su faceta creativa<sup>6</sup>.

Así, el binomio público–privado es insuficiente para caracterizar las posibilidades de una iniciativa empresarial *diferente* y con capacidades específicas. Benedicto XVI subraya la transcendencia de adoptar un nuevo concepto de empresa y empresario y afirma textualmente: *para realizar una economía que en el futuro próximo sepa ponerse al servicio del bien común nacional y mundial, es oportuno tener en cuenta este significado amplio de iniciativa empresarial.*

Además el sector lucrativo y no lucrativo pueden enriquecerse en sus perspectivas<sup>7</sup>. Uno de los indicios de iniciativa empresarial *diferente* –con objetivos privados y públicos y con planteamientos de gestión “profit” y “non profit”– lo encontramos en las denominadas *empresas sociales*. Podemos situar el interés por la empresa social en la década de los noventa: la Universidad de Harvard, lanzó el programa

---

<sup>6</sup> *Es propio de todo trabajo visto como «actus personae» y por eso es bueno que todo trabajador tenga la posibilidad de dar la propia aportación a su labor, de modo que él mismo «sea consciente de que está trabajando en algo propio». Por eso, Pablo VI enseñaba que «todo trabajador es un creador» [41].*

<sup>7</sup> *Esta concepción más amplia favorece el intercambio y la mutua configuración entre los diversos tipos de iniciativa empresarial, con transvase de competencias del mundo non profit al profit y viceversa, del público al propio de la sociedad civil, del de las economías avanzadas al de países en vía de desarrollo.” [41]. Esta perspectiva de aprendizaje mutuo ya fue apuntada por Peter Drucker en su conocido trabajo *Qué pueden aprender las empresas de las entidades no lucrativas*. Stephan Schmidheiny un filántropo, que podría encuadrarse dentro de esa zona intermedia que cita la encíclica, se expresa en términos parecidos: *El empresariado y la sociedad civil pueden aprender mucho unos de otros trabajando juntos en asuntos de interés común, del mismo modo en que nosotros trabajamos con nuestros socios estableciendo contactos y promoviendo alianzas. Las empresas pueden aprender a responder de una forma más efectiva a las necesidades humanas, individuales y colectivas –que no siempre se reflejan en las demandas del mercado– para operar en un mundo multidimensional.**

*Social Enterprise Initiative en 1993*. En el continente europeo también se desarrolla un proceso de emergencia de la empresa social, particularmente en países caracterizados por alguno de estos rasgos: ciertas carencias en la prestación de ciertos servicios sociales y existencia de un notable desarrollo de la *economía social*, como es el caso de Italia, Reino Unido y España.

La ausencia del Estado como proveedor de servicios sociales básicos, la influencia política de las grandes federaciones cooperativas italianas y la atención por parte de académicos de este país hacia las empresas sociales explica en gran medida, la relevancia de un tipo especial de empresas sociales: las cooperativas sociales en Italia<sup>8</sup>. En el Reino Unido, la evolución de la empresa social siguió una lógica diferente. Patricia Hewitt, ministra de Comercio e Industria inglesa, publicó en el 2002 el documento *Social Enterprise: A Strategy for Success* que indudablemente aceleró su propagación y favoreció que el gobierno inglés se dotara de una serie de herramientas con las cuales promover la implantación de esta forma institucional (*Social Enterprise Unit, Training Programs, Social Enterprise Coalition*, etc).

En España las empresas sociales se desarrollan a partir de la mitad de los noventa bajo la fórmula de empresas de inserción<sup>9</sup>. La orientación fundamental de estas entidades ha sido el de *empresas de transición* hacia la integración en el mercado laboral:<sup>10</sup> destinan un porcentaje importante de sus puestos de trabajo a

---

<sup>8</sup> La ley de 1991 que tutelaba el estatuto de la cooperativa de solidaridad social (*cooperativa di solidarietà sociale*, dividida en las de tipo A, cooperativas de servicios sociales, o de tipo B, cooperativas sociales de inserción) abrió la puerta a la empresa social imbuida del deseo de contribuir al bienestar de los miembros y de la sociedad en general. Así, a finales de 2003, existían 6.159 cooperativas sociales que a su vez crearon aproximadamente 190.000 empleos (con aproximadamente 20.000 puestos de inserción en las cooperativas de tipo B) y que movilizaron a 32.000 voluntarios. Es interesante señalar que un 70% de esta base humana está constituida por mujeres. Un reconocimiento legal adicional llegaría de mano de la ley aprobada en 2006 específicamente para la empresa social.

<sup>9</sup> Actualmente hay en España 189 empresas de inserción de las que el 49% se concentran en las provincias de Barcelona, Vizcaya y Madrid y que se dedican a sectores tan diversos el reciclaje, la construcción o el comercio. El 60% de sus empleados son personas en riesgo de exclusión de las que más de la mitad logra entrar en el mercado laboral, 2 de cada 10 se incorporan a la estructura de la empresa y el 15% permanece como empleados de inserción. Las empresas de inserción ahorran a la administración pública cerca de 28 millones de euros y generan más de 4.000 puestos de trabajo (Veciana, 2007).

<sup>10</sup> Las empresas sociales pueden clasificarse como empresas en transición y finalistas. Las empresas sociales finalistas se crean para lograr la inserción de aquellas personas que, debido a sus especiales dificultades insuperables, pretenden desarrollar su vida laboral en estas entidades proporcionando puestos de trabajo estables a trabajadores con una reducida productividad laboral. Son especialmente relevantes el caso de empresas sociales en colectivos de personas con alguna discapacidad.

sujetos en proceso de inserción, quienes completan su aprendizaje y obtienen el nivel de empleabilidad suficiente para acceder al mercado laboral. Se trata, por tanto, de auténticos centros de formación y capacitación profesional de cara a la recuperación laboral plena de los trabajadores, con una reducida productividad laboral permanente.

#### 4. ¿Una nueva realidad organizativa o sectorial emergente?

La emergencia de un escenario alternativo<sup>11</sup>, de una zona intermedia, es planteada por la encíclica como un signo al indicar *que la distinción hasta ahora más difundida entre empresas destinadas al beneficio ("profit") y organizaciones sin ánimo de lucro ("non profit") ya no refleja plenamente la realidad, ni es capaz de orientar eficazmente el futuro*. Lo que caracteriza a esta nueva realidad no es su forma jurídica, sino la humanización de sus resultados<sup>12</sup>

La encíclica afirma que la existencia de esta realidad intermedia plural contribuye a un mercado más cívico y competitivo ya que *hacen evolucionar el sistema hacia una asunción más clara y plena de los deberes por parte de los agentes económicos*.

Pero ¿qué realidades híbridas componen esta zona intermedia de la economía? La encíclica propone cuatro ejemplos:

– *Las empresas tradicionales que suscriben pactos de ayuda a países atrasados*. Muchas empresas con prácticas de *responsabilidad social corporativa* pueden verse reconocidas en este planteamiento. También incluiríamos el *comercio justo* como paradigma de transacciones económicas humanizadas y enfocadas al desarrollo de los pueblos. Pero los estudios de estrategia empresarial han ido más allá proponiendo que *la base de la pirámide* –las personas con escasos recursos– constituyen una fuente de innovación y de desarrollo empresarial (Prahalad, 2005).

---

<sup>11</sup> Se trata de iniciativas diferentes al tercer sector tradicional. *No se trata sólo de un «tercer sector», sino de una nueva y amplia realidad compuesta, que implica al sector privado y público y que no excluye el beneficio, pero lo considera instrumento para objetivos humanos y sociales.*

<sup>12</sup> *Que estas empresas distribuyan más o menos los beneficios, o que adopten una u otra configuración jurídica prevista por la ley, es secundario respecto a su disponibilidad para concebir la ganancia como un instrumento para alcanzar objetivos de humanización del mercado y de la sociedad. Es de desear que estas nuevas formas de empresa encuentren en todos los países también un marco jurídico y fiscal adecuado. [46].*

– *Fundaciones promovidas por empresas* (interpretamos también por empresarios/as). La promoción de fundaciones por parte de empresas –o empresarios/as– no es un fenómeno nuevo aunque sí en auge<sup>13</sup>, que se conoce como “grant-giving”, capitalismo creativo<sup>14</sup> o filantrópico<sup>15</sup>. En el año 2005, había en los EE UU unas 66.000 fundaciones “grant-giving”: vehículos para la canalización de fondos a organizaciones sin ánimo de lucro. 63.000 eran fundaciones privadas independientes, generalmente familiares, 2.600 eran corporativas y hay un pequeño segmento de 700 fundaciones comunitarias (López Novo y Pérez Díaz, 2009). Las fundaciones “grant-giving” independientes son una expresión de la riqueza personal, y por tanto, tienden a crecer a medida que el crecimiento económico crea nuevas bolsas de riqueza. En este vasto segmento de fundaciones independientes “grant-giving” se localiza las llamadas élites filantrópicas: sólo el 10% de las fundaciones cuentan con dotaciones de capital que superan los 10 millones de dólares, un 3% supera los 25 millones de dólares y un 1% los 100 millones de dólares. La Fundación Gates –uno de los “grant-giving” estadounidenses más famosos, premio Príncipe de Asturias 2006–, que a mediados de 2007 tenía una dotación de 37.600 millones de dólares, dirige su atención a mejorar la atención de la salud y luchar contra la pobreza en el mundo en desarrollo, así como a estimular el acceso a la educación y la tecnología informática en Estados Unidos<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup> Entre 1990 y 2005, el número de fundaciones independientes en EEUU se incrementó en un 226 por cien (pasando de cerca de 29.000 a 63.000), sus activos en dólares constantes crecieron un 250% y sus contribuciones a terceros un 254%. No obstante, los miles de millones de dólares en ayudas que contribuyeron las fundaciones norteamericanas en el año 2005, sólo representaban el 12% de las contribuciones filantrópicas totales que se realizaron en los EE UU en dicho año, lo cual nos da una idea de la magnitud fuera de lo común que alcanza la filantropía en este país.

<sup>14</sup> Bill Gates acuñó el término *capitalismo creativo*, según el cual *los gobiernos, las empresas y las organizaciones sin fines de lucro trabajen juntos para que el alcance de las fuerzas del mercado dé más de sí y que la gente pueda obtener ganancias o reconocimiento al hacer un trabajo que ayude a superar las desigualdades en el mundo*. Convencido de que *hay dos grandes fuerzas en la naturaleza humana: el interés propio y el cuidado de los demás*.

<sup>15</sup> Matthew Bishop –editor en *The Economist*– ha escrito un libro sobre este fenómeno titulado *Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World* (ver <http://www.philanthrocapitalism.net/>).

<sup>16</sup> Según su discurso del año pasado ante el Foro Económico Mundial en Davos (Suiza) su visión implica *un sistema en que los incentivos de mercado, incluyendo las ganancias y el reconocimiento, hagan que esos principios favorezcan más a los pobres*. Por supuesto que *el reconocimiento que una empresa obtiene por sus buenas obras puede tener valor mercantil*, dijo Gates en Davos. *Mejora la reputación de la empresa, anima a los consumidores y atrae buenos empleados a la organización*. *En un mercado en donde no es posible obtener ganancias, el reconocimiento se canjea por la ganancia*.

– *Grupos de empresas que tienen objetivos de utilidad social.* En los que podríamos encuadrar organizaciones empresariales desarrolladas por asociaciones de discapacitados –como es el caso de la ONCE y FUNDOSA– o redes de empresas de inserción preocupadas por el fenómeno de la exclusión.

– *La economía de comunión.* La encíclica hace una referencia expresa a la economía civil –mejor cívica– y de la comunión. La economía de comunión es un proyecto específico de desarrollo económico de carácter solidario impulsado por el Movimiento de los Focolares (Chiara Lubich), en el que se involucran empresas de los cinco continentes. Los dueños de empresas que libremente se adhieren al proyecto deciden poner en comunión las utilidades de las mismas en función de tres objetivos y con análoga atención: ayudar a las personas que se encuentran en dificultades, creando nuevos puestos de trabajo y subviniendo a las necesidades primarias, comenzando por quienes comparten el espíritu que anima el proyecto; difundir la cultura del dar y del amor (en clara sintonía con la propuesta papal); y el desarrollo de la empresa que, si bien abierta a la donación, no tiene que dejar de ser eficiente. El libro de E. Bruni (2001) es una referencia al respecto en el que cifran que 700 empresas de todo el mundo trabajan en torno a esta filosofía.

## **5. Un desafío y una exigencia para los creyentes del ámbito universitario**

La gratuidad, la solidaridad –la Caridad– puede inspirar un nuevo marco de comprensión de las relaciones económicas. Sin embargo esta perspectiva del análisis económico –la que enfatiza las relaciones interpersonales y la reciprocidad<sup>17</sup>– resulta todavía minoritaria en las diversas aproximaciones teóricas y empíricas predominantes o de moda –como es el caso del enfoque conductista de la Neuroeconomía– en los que, por ejemplo, cierto determinismo y la hipótesis de interés particular sigue siendo el planteamiento dominante de las experimentaciones.

Ante tal situación el Papa plantea un desafío al mundo universitario comprometido con estos planteamientos: *mostrar, tanto en el orden de las ideas como de los comportamientos,.... que en las relaciones mercantiles el principio de gratuidad y la lógica del don, como expresiones de fraternidad, pueden y deben tener espacio*

---

<sup>17</sup> Los trabajos teóricos sobre un enfoque de *relaciones humanas* en la acción económica son aún muy incipientes (Rose–Ackerman, 1996; Fehr y Kirchsteiger, 1997; Gerard–Varet, Kolm, y Mercier Ythier, 2000, entre otros).

*en la actividad económica ordinaria. La categoría de este desafío no es de una tarea deseable u opcional se trata de una exigencia del hombre en el momento actual, pero también de la razón económica misma. Una exigencia de la caridad y de la verdad al mismo tiempo.*

En última instancia, se deben cuestionar desde un punto de vista epistemológico los presupuestos sobre los que se asientan determinadas visiones económicas del mercado y de la empresa, tanto en lo que se refiere a las concepciones antropológicas y sociológicas de las que parten, como en lo relativo a las finalidades y funciones que les otorgan a dichas instituciones.

Estas perspectivas del mercado y de la empresa constituyen, en muchas ocasiones, un punto de partida en las decisiones de política económica y legislativa de los Estados, obviando con ello la complejidad de las relaciones y los múltiples matices que aquéllas implican, y lo que es más grave, no responden a las necesidades de una sociedad cada vez más interdependiente.

Efectivamente, el análisis de los problemas, será desde esta óptica, incompleto. En el nivel macro, cada vez explicará con menos acierto la realidad económica y ofrecerá orientaciones menos apropiadas para la toma de decisiones. Además, en un nivel micro, determinados agentes sociales que son también posibles empresas con fines y lógicas organizativas y funcionales muy diferentes y variadas, podrían quedar al margen de decisiones relevantes.

La encíclica, de alguna forma, viene a hacerse eco de todo ello. Por eso, nos parece que en ella se propone un marco más *omnicomprensivo* (que capte la complejidad y diversidad existente), también en la concepción de la persona (en la que existe no sólo el interés propio sino también la preocupación por los demás) y *humano*, pues pretende un desarrollo más armónico y global de todos los seres humanos, y de las sociedades en que se integran, en una apuesta por un mayor grado de democratización económica, con sus correspondientes derechos y deberes.

## 6. Bibliografía

- BEN-NER, A. y PUTTERMAN, L. (1999) "Valores e instituciones en el análisis económico": CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 33, pp. 43-77.
- BISHOP, M. y GREEN, M. (2008) *Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World*, AC Black.
- BRUNI, L. (coord) (2001) *Economía de la Comunidad*, Ciudad Nueva.
- DRUCKER, P. F. (1990) "Qué se puede aprender de las organizaciones altruistas": *Harvard Deusto business review*, Nº 41, pp. 19-26
- FEHR, E. y KIRCHSTEIGER, G. (1997) "Reciprocity as a contract enforcement device": *Econometrica*, 65 (4), 833-60.
- GERARD-VARET, L. A., KOLM, S. C. y MERCIER YTHIER, J. (2000) *The economics of reciprocity, giving and altruism*, Londres, Macmillan.
- GRANOVETTER, M. S. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness" *American Journal of Sociology*, vol 91-3, pp. 481-510.
- KOLM, S. G. (2000) "The logic of good social relations": *Annals of Public and Cooperatives Economics*, 71:2, pp. 171-189.
- MORALES, A. C, CHAVES, R. y MONZÓN, J. L. (2003) *Análisis económico de la empresa autogestionada*, Valencia, CIRIEC ESPAÑA.
- PRAHALAD, C. K. (2009) *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits*, New York, Financial Time Press.
- PÉREZ DÍAZ, V. M. y LÓPEZ NOVO, J. P. (2008) "El reto de las élites filantrópicas en España": *Revista española del tercer sector*, nº 10 (Tendencias de cambio en el Tercer Sector Social), pp. 51-68
- ROSE-ACKERMAN, S. (1996) "Altruism nonprofit and economic theory": *Journal of Economic Literature*, 34, 701-28
- SCHWEICKHART, D. (2002) *La democracia económica*, Santander, Sal Terrae.

VECIANA BOTET, P. (coord.) (2007) *Las empresas de inserción en España*, Barcelona, Fundación Unsolmon.

WILLIAMSON, O. E. (1975) *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*, Nueva York, Free Press.

— (1985) *The Economic Institutions of Capitalism*, Nueva York, Free Press.