

Del dicho al hecho: Empresarios y responsabilidad social en el Perú
Cynthia A. Sanborn (publicada en Revista Brújula, PUCP, Abril-Julio 2008).

En los últimos seis años, Perú ha tenido un crecimiento económico impresionante y una democracia relativamente estable. Sin embargo, casi la mitad de los peruanos sobrevive debajo de la línea de pobreza y las desigualdades económicas y sociales se han incrementado durante las últimas dos décadas. Aunque los ingresos tributarios han aumentado, el Estado todavía invierte relativamente poco en la salud, educación y alimentación de los ciudadanos más pobres, y la calidad de los servicios públicos está por debajo del promedio regional. ¿Frente a esta situación cuáles son las responsabilidades del sector empresarial? ¿Las empresas que lideran nuestro resurgimiento económico también deberían liderar los esfuerzos para eliminar la pobreza y la exclusión social? ¿Además de pagar impuestos y generar empleo deberíamos esperar que los empresarios provean de servicios sociales a la población en forma directa, cuando el Estado ha sido incapaz de hacerlo?

Desde inicios de la década de los noventa, el llamado “movimiento” de responsabilidad social empresarial (RSE) ha ofrecido respuestas afirmativas a este tipo de interrogantes. “En el mundo actual –declaró un líder del movimiento de RSE en 1994– el empresario es el principal agente del desarrollo, de la elevación de nuestro bienestar y de la calidad de la vida humana” (Caravedo, 1996: 52). ¿Pero cuán realistas son estas expectativas? ¿Cuál es el alcance y las limitaciones de la RSE en el Perú?

Antes de responder, conviene aclarar qué entendemos por responsabilidad social empresarial. Aunque la literatura especializada ofrece una proliferación de definiciones, estas tienden a coincidir en un concepto integral que va más allá de las obligaciones legales de la empresa y abarca aspectos de su organización interna y sus relaciones externas. Una empresa socialmente responsable integra una preocupación por la seguridad y el clima laboral, el trato con proveedores y clientes, las relaciones establecidas con comunidades cercanas, el impacto ambiental de las operaciones y las prácticas comerciales y de marketing. Acompaña a la RSE el concepto de *stakeholders*, un conjunto de actores que va más allá de los accionistas o dueños, y cuyos intereses deben ser tomados en cuenta.

En el caso peruano, durante las últimas dos décadas observamos un creciente número de actividades orientadas a la promoción de la RSE, a través de las cuales este

concepto se ha extendido entre los principales gremios y líderes empresariales. En la práctica la mayoría de empresas aún está lejos de lograr ese ideal integral y solo una minoría lo intenta. Al analizar esta situación a través de diversas fuentes¹ consideramos que el desarrollo de la RSE en el Perú desde los noventa ha respondido a tres factores principales: las exigencias del mercado, las prioridades de entidades donantes y financieras internacionales, y las presiones de la sociedad civil. Consideramos asimismo que la evolución del movimiento de RSE ha tenido dos etapas, que corresponden a distintos contextos políticos en los cuales ha variado el peso relativo de estos factores en la conducta de las empresas, así como a las diversas expectativas cifradas en ellas.

La primera etapa corresponde a la década de los noventa, cuando la apertura económica coincide con el restablecimiento del orden político en términos autoritarios. Fue en este período que se creó Perú 2021, una organización de empresarios jóvenes con ganas de apoyar el proceso de “reconstrucción nacional” posterior al autogolpe. Perú 2021 recibe el apoyo generoso de diversas agencias de cooperación internacionales que vieron en la promoción de la RSE una alternativa a los programas sociales tradicionales del Estado. La creciente presencia de capitales extranjeros y las exigencias de nuevos clientes externos también motivaron a algunas empresas a asumir la RSE como parte de un paquete de cambios orientados a mejorar su imagen y competitividad. Podemos decir que, en esta etapa, la RSE fue promovida por factores externos. Sin embargo, el contexto político también influyó en el manejo de este tema, ya que el discurso de la RSE coincidió con la necesidad de legitimación de parte de los grupos de interés económico que participaron en el manejo autoritario del Estado o se beneficiaron de ello. En este contexto, las primeras actividades de promoción de la RSE fueron relativamente acríicas y contaron con poca participación de actores desde fuera del mundo empresarial.

La segunda etapa del movimiento para la RSE en el Perú abarca desde el 2001 hasta la fecha, un período de mayor democracia política y mayores demandas para la rendición de cuentas (*accountability*). Aunque los gobiernos elegidos han mantenido el modelo liberal exportador y los incentivos a la inversión privada, se abrió un mayor debate sobre el desempeño laboral y ambiental de las empresas y la distribución de la riqueza en general. En esta etapa, la relación entre los empresarios y el poder político ha sido más inestable y los primeros no pueden confiar en la protección del Estado

¹ Este artículo se basa en un trabajo de mayor alcance titulado *Cuando no hay chorreo: empresarios y responsabilidad social en el Perú desde los 1990*. Lima, CIUP, 2008 (en prensa).

para controlar los conflictos sociales. Además, la promoción de la RSE ha sido asumida por nuevos actores, incluyendo ONG activistas y de “vigilancia ciudadana”, las cuales también cuentan con patrocinadores internacionales diversos.

Del dicho al hecho: ¿cambiando la conducta empresarial?

En una encuesta anual a gerentes generales realizada por la revista *Semana Económica* en 2006, frente a la pregunta: “¿Cuáles deberían ser las acciones a llevar a cabo por la empresa privada frente a las necesidades sociales del país?”, el 56% respondió: “desarrollar programas de responsabilidad social con la comunidad en su entorno”, el 46% “generar más empleo” y el 28% “pagar los impuestos correctamente”, mientras el 5% respondió “tratar mejor al personal”. Para los editores, esto significaba que “la ola de transformación del ámbito de los negocios ya está en marcha y el proceso solo se dirige a su profundización”².

¿Pero cuánto ha cambiado la conducta social de las empresas que operan en el Perú en los últimos quince años? A pesar de ser un tema de creciente interés académico, aún no contamos con información empírica suficiente para responder a esta pregunta. No obstante, a través de diversas fuentes podemos ensayar algunas respuestas.

Hacia fines de la década de los noventa, la mayoría de gerentes de las grandes empresas ya manejaba un concepto integral de RSE a nivel del discurso y de objetivos institucionales, uno que abarcaba las relaciones con los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente (Caravedo, 1999: 63). En cambio, los diversos estudios realizados durante dicha década concuerdan en que ese concepto integral no había penetrado más allá de este sector, de las gerencias de empresas con mayores ventas e impacto en el mercado. En el resto del empresariado, el término RSE era prácticamente desconocido, como también eran desconocidos los materiales producidos y las actividades de organizaciones como Perú 2021.

Esta brecha entre las empresas *top* y el grueso del sector privado –en particular, las pequeñas y microempresas donde se concentra el 77% de la población económicamente activa– parece haberse mantenido en los últimos años. Una encuesta auspiciada por el BID y realizada entre empresas medianas y pequeñas en 2004 concluye que sus dueños tienden a ser líderes en la comunidad, ejes de diversas

² “Buscando al gerente social”. En: *Semana Económica*, 30 de julio de 2006, p. 18.

redes sociales, y filántropos que responden generosamente a pedidos de ayuda de los demás. Pero la mayoría también opera en la informalidad legal y tributaria y no cumple con normas básicas en materia laboral (Portocarrero *et al.*, 2006). Asimismo, un análisis de 16 casos de empresarios de extracción social diversa concuerda en que “el discurso que maneja Perú 2021 es un discurso importado que aún no ha sido asumido, y menos aún interiorizado, por los empresarios locales” (Portocarrero y Sáenz, 2005: 32).

¿Cuán distinta ha sido la práctica de la RSE en las grandes empresas? En la década de los noventa, la gran mayoría de ellas realizaba donaciones a terceros en dinero o especies, o administraba proyectos y programas sociales en la comunidad, y llamaba a esto “RSE” a la hora de difundir sus actividades. A su vez, las empresas fueron reticentes a divulgar los montos asignados a estas actividades, que según varios estimados fueron bajos en promedio, y muy pocas empresas hacían donaciones deducibles de impuestos y fiscalizables por las autoridades tributarias (Durand, 2005: 15). El campo principal para las donaciones empresariales en la década mencionada fue –y sigue siendo– la educación, seguida por la salud, el medio ambiente, y el arte y la cultura. Las actividades consideradas dentro del rubro “educación” abarcan desde la construcción y el equipamiento de colegios, hasta la provisión de materiales educativos y el financiamiento de programas de innovación educativa.

En cuanto a su conducta interna, el 31% de las empresas encuestadas tenía un código de ética en 1999, y el 30% tenía algún reglamento interno relacionado con las condiciones laborales y sociales, mientras el 38% no tenía ninguna política formal al respecto (Caravedo *et al.*, 2000). Cuando la consultora SASE y Perú 2021 comenzaron a realizar un *ranking* de las empresas socialmente más responsables en 1999, el primer puesto fue asignado a la Cervecería Backus y Johnston S.A., la cual realizaba múltiples programas de apoyo a la comunidad y a sus propios trabajadores, pero también tenía un posicionamiento casi monopolístico en el mercado y una tradición publicitaria denigrante hacía la mujer y otros grupos sociales.

¿Cuánto han cambiado las empresas grandes desde 2001? Según la información disponible, la tendencia a asociar la RSE con donaciones y actividades externas a las empresas continúa siendo predominante. Los concursos anuales auspiciados por Perú 2021 siguen premiando programas y proyectos de ayuda social, y no la conducta integral de las empresas. Si bien en 2005 y 2006 se introdujeron siete nuevas categorías al premio, incluyendo trabajo con colaboradores, medio ambiente, clientes,

proveedores y accionistas, 95% de las postulaciones estuvo en la categoría de “comunidad”. Además, son pocas las empresas que se presentan a estos concursos, un promedio de 19 al año desde 2000, la mayoría entidades grandes y de capitales extranjeros. Además, de las 53 que han postulado desde 2003 el 38% forma parte del mismo patronato de Perú 2021, como también el 54% de las empresas premiadas. Como comentó un entrevistado por la autora: “Básicamente se premian entre ellos”.

Más allá de estos concursos, es evidente que son todavía pocas las empresas que se esfuerzan por incorporar la RSE en forma integral y alineada a través de sus operaciones y relaciones con diversos *stakeholders*. Las más cercanas a esta situación incluyen algunas de las grandes mineras transnacionales, que tienen años de experiencia en otros países y crecientes presiones de parte de ONG transnacionales. Empresas como Backus y Alicorp realizan una diversidad de actividades de impacto social hacia fuera y hacia adentro de sus negocios, sin que estas formen parte de un esfuerzo integrado de RSE. Pero, en general, las demás empresas líderes, incluyendo las que integran Perú 2021, siguen identificando su propia RSE con la existencia de algún programa o actividad en la comunidad, administrada por la compañía o auspiciada a través de donaciones a terceros.

Donde mayores avances se han registrado desde la década de los noventa es en la profesionalización o institucionalización de la filantropía corporativa. Tradicionalmente, el dueño o gerente general de una empresa recibe solicitudes de apoyo y decide en forma directa y personal a cuáles apoyar, a través de donaciones en dinero o especies. En 1999 la situación se mantenía así en el 90% de las empresas encuestadas. Solamente 33% de ellas tenía políticas proactivas para sus aportes sociales, con objetivos y beneficiarios establecidos, y solo 27% contaba con personal específicamente asignado al tema social; no obstante, la gran mayoría realizaba donaciones directas a sus beneficiarios en lugar de trabajar con intermediarios (Caravedo *et al.*, 2000). En 1999 solo existían 10 fundaciones u ONG creadas por empresas, y la mitad del patrimonio total de ellas correspondía a una sola fundación, perteneciente al Banco Wiese.

Aunque siguen siendo una minoría, en los últimos años un creciente número de empresas ha pasado de las donaciones esporádicas a la realización de aportes sostenidos y en montos mayores a entidades con reconocida trayectoria en la realización de programas sociales. Tal es el caso de UNICEF y su Círculo de Empresas Amigas de la Niñez, fundado en 2004. También hay un mayor número de

empresas que optan por crear fundaciones u ONG propias, más de 20 al 2006. La mayoría de estas entidades tiene buena dotación económica y proyectos de envergadura que, por lo general, priorizan educación y deporte, patrimonio cultural, arte y cultura contemporánea, beneficencia social y, en el caso particular de las mineras, desarrollo comunitario.

Inversión social vs. impacto social: El sector minero

A pesar de los avances en la institucionalización de la filantropía, hasta ahora la evaluación del impacto de estos esfuerzos sigue siendo relativamente débil. Los reportes y memorias anuales preparados por las empresas tienden a limitarse a describir resultados –cuántos niños atendidos, cuántas personas capacitadas– antes que a evaluar el impacto generado. Como es conocido, la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE) ha logrado que las empresas mineras administren directamente los fondos para el “Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo” (PMSP) iniciado en 2007, en lugar de pagar mayores impuestos sobre sus ganancias extraordinarias, citando como justificación sus años de experiencia en inversión social. Sin embargo, en este sector la planificación y evaluación rigurosa del impacto son incipientes.

Desde el 2003, por ejemplo, la legislación peruana obliga a las empresas mineras a comprometerse con seis objetivos generales relacionados con el logro de relaciones armoniosas con las poblaciones locales, el cuidado del medio ambiente y la mejora del bienestar social. Asimismo, las obliga a presentar declaraciones juradas anuales al Ministerio de Energía y Minas (MEM) respecto de las actividades realizadas para cumplir estos compromisos. No obstante, el marco legal actual no exige transparencia y no hay difusión pública de la información entregada.

De las 59 principales empresas mineras que operaban en el país al 2006, hemos identificado 39 que presentan información pública acerca de sus propias actividades sociales, nueve que publican los montos invertidos directamente por la empresa en diversos proyectos y seis que estiman los montos totales de su inversión social (Sanborn, Abugattás y Basombrío, 2006). Menos de un tercio de las empresas mineras que reportan inversiones sociales presenta públicamente algún resultado obtenido y solamente dos –Yanacocha y Cementos Lima– demuestran públicamente intentos de evaluación del impacto ocasionado por sus programas en sus beneficiarios.

Hacia 2006 cuatro empresas mineras habían creado asociaciones o fundaciones para administrar sus aportes sociales, con personal especializado en temas relacionados a pobreza y desarrollo, mientras las demás realizaron sus aportes a través de departamentos existentes de la empresa, cuyo personal y misiones no necesariamente están alineados con los objetivos de desarrollo sostenible. Para cumplir con el PMSP, 32 empresas mineras habían suscrito convenios de aporte voluntario con el Estado a fines de 2007, comprometiéndose a destinar nuevos recursos a obras o proyectos en sus zonas de influencia, en las áreas de nutrición, educación primaria y técnica, salud, infraestructura básica, desarrollo de la gestión pública local, y promoción de cadenas productivas o proyectos de desarrollo sostenible más allá de la vida útil de la operación minera (MEM, 2008). Pero, hasta fines de 2007 no había procedimientos para monitorear este proceso, y los primeros informes del Ministerio de Energía y Minas señalaron dificultades en la ejecución de los fondos y en el cumplimiento de las prioridades establecidas (MEM, 2008).

Antes del anuncio del PMSP, once empresas mineras publicaron los criterios generales para sus aportes voluntarios, relacionados principalmente con el desarrollo integral o sostenible de las comunidades de su entorno. En la práctica, desde la década de los noventa hasta 2006, la mayoría había invertido en salud y saneamiento (64% en 2006), educación (51%), y telecomunicaciones y redes viales (41%). La inversión en infraestructura pública –colegios, postas médicas y otras obras– sigue siendo una tarea prioritaria y la mayoría de los fondos del PMSP en 2007 también se había destinado a este fin. Asimismo, la mayoría de empresas (64%) sigue reportando auspicios a actividades típicas como fiestas y chocolatadas navideñas, viajes de promoción y eventos deportivos (Sanborn, Abugattás y Basombrío, 2006).

Hacia la evaluación externa

En los últimos años se observa mayor preocupación entre las empresas líderes por contar con certificaciones internacionales en materias que van desde la calidad de la gestión hasta el cumplimiento de estándares ambientales y laborales. Al año pasado, 85 empresas e instituciones peruanas habían suscrito el Global Compact, aunque algunas de ellas pudieran haberlo hecho principalmente por una motivación publicitaria, ya que no tiene implicancias vinculantes. Hacia mediados de 2007, además, al menos 540 empresas peruanas han sido certificadas con la familia de normas ISO 9000, referidas a la calidad de la gestión de las organizaciones y,

asimismo, más de 120 empresas han certificado su adecuado manejo medioambiental desde 1998, siguiendo los parámetros de la familia de normas ISO 14000.

En materia laboral el avance es más modesto: al 31 de diciembre de 2006, apenas dos empresas peruanas figuraban entre las casi 1,200 a nivel mundial que han obtenido la certificación SA8000³, tal vez debido a que esta certificación recae exclusivamente en la misma organización que la patrocina, Social Accountability International. Sin embargo, 13 de las principales empresas exportadoras de confecciones gozan de la certificación WRAP⁴ –similar a la SA8000 pero específica para este sector–, que es exigida por las principales marcas internacionales que encargan su producción a fábricas de países en desarrollo.

Adicionalmente, en marzo de 2006 se instaló el Comité Técnico de Normalización ISO 26000 de Responsabilidad Social, para que el Perú participe en la elaboración de dicha norma, buscando consenso entre gobierno, empresas y sociedad civil. No obstante, cuando la norma esté definida no será certificable sino de aplicación voluntaria. Mientras tanto, lo que se observa hoy es un creciente número de empresas que prepara algún “reporte de sostenibilidad” anual, en el cual presentan, aunque sea en forma descriptiva, sus diversas actividades en materia de RSE.

¿Más allá de la ley?

En el campo laboral, la distancia entre el concepto integral de la RSE y la situación de la mayoría de empresas sigue siendo amplia. En varios sectores, el aumento de las utilidades no se ha traducido en un alza significativa de los sueldos y salarios, ni tampoco en la extensión significativa de derechos y beneficios para los trabajadores. Asimismo, aun en los sectores más pujantes de la economía, se ha mantenido un clima de desconfianza hacia los sindicatos y la estabilidad laboral.

En un estudio de la situación laboral en 20 de las empresas transnacionales más importantes en el Perú en 2005, por ejemplo, el 78% de los trabajadores no estaba afiliado a un sindicato, y el 72% de las empresas realizaba acciones para debilitar al sindicato o las negociaciones de convenios colectivos (Plades, 2006a: 2). En el sector

³ El Estándar SA8000 es una certificación internacional elaborada sobre la base de las normas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU. Las dos empresas certificadas por esta vía son Edegel S.A.A. (energía) y Franky y Ricky S.A. (confecciones).

⁴ Worldwide Responsible Apparel Production <http://www.wrapapparel.org/>

minero, si bien hay empresas con altas tasas de sindicalización y de cumplimiento de las obligaciones legales de salud y seguridad ocupacional, se estima que más de la mitad de los cerca de 80 mil trabajadores del sector en 2007 estaba empleado a través de contratistas, con sueldos inferiores, menos derechos y horarios más prolongados que los trabajadores estables (Townsend, 2006). En la moderna agricultura de exportación, también se señala la persistencia de salarios por debajo del mínimo permitido y de condiciones laborales duras (Ardito, 2006; Plades, 2006a). En lugar de otorgar derechos y beneficios “más allá de la ley”, la postura de algunos gremios empresariales ha sido de defensa de la situación existente, alegando que un aumento en los costos laborales atentaría contra el ritmo de crecimiento y la expansión del empleo privado.

Sin embargo, cambios en el contexto político nacional e internacional en los últimos años han aumentado la presión sobre el empresariado para modificar su postura en el campo laboral. Uno de los factores importantes ha sido la ratificación del Tratado de Libre Comercio con EE. UU. Líderes del Partido Demócrata norteamericano criticaron el desempeño del Perú en materia de libertad sindical e insistieron en la inclusión en el tratado de un capítulo laboral acorde con los altos estándares de la OIT. El gobierno de Toledo aprobó una nueva ley de inspecciones laborales y el Ministerio de Trabajo comenzó a hacer un *ranking* de empresas en materia de “trabajo decente”.

Durante la campaña electoral de 2006, tanto Ollanta Humala como Alan García prometieron eliminar los *services* y mejorar la situación de los trabajadores. Como presidente, García ha exhortado a los empresarios a subir los salarios y su gobierno ha aumentado las inspecciones laborales en algunos sectores claves. Empresas líderes como AGROKASA, en el sector agroexportador, se han sometido a exigentes evaluaciones externas de su desempeño ambiental y social, y de las condiciones de salud y seguridad de sus trabajadores, para recibir el financiamiento internacional necesario que les permita llegar a los mercados europeos y norteamericanos. En 2007 un grupo de sus trabajadores fundó el primer sindicato en el sector agroexportador, afiliado a la CGTP (Plades, 2007).

Vale recordar que la Constitución peruana prohíbe toda forma de discriminación por sexo, raza, religión u otras características inherentes a las personas. Hace diez años se prohíbe explícitamente que se realicen solicitudes discriminatorias en las ofertas de empleo, y el Código Penal establece sanciones por discriminar en la asignación de remuneraciones u otros beneficios. A pesar de ello, la discriminación está extendida en

el mercado, los inspectores de Trabajo tienen poco tiempo y voluntad para fiscalizar estas prácticas, y es sumamente difícil para los ciudadanos presentar una denuncia por discriminación al poder judicial. Por su parte, Perú 2021 y los gremios empresariales todavía no han puesto este tema en su agenda.

En los últimos años, no obstante, hay algunos indicios de cambio también en este terreno, producidos por las acciones de ONG activistas y por las exigencias de un mercado interno más amplio y competitivo. En el primer caso, las campañas y los “anti-premios” otorgados por organizaciones como el Colectivo Fem-TV y la Mesa de Trabajo contra el Racismo han tenido eco en algunas empresas. Por ejemplo, al ser abordadas directamente por los integrantes de la mencionada mesa, son varias las empresas que han eliminado el requisito de “buena presencia” o fotografía reciente en sus avisos de empleo. En el sector de telecomunicaciones, en cambio, la modificación de las campañas publicitarias y estrategias de venta ha sido parte integral de las estrategias de mercado. Diversas empresas multinacionales han entrado a competir con la gigante Telefónica para ofrecer servicios de telefonía móvil y su éxito depende en parte de los consumidores de menores ingresos. Incluso ejecutivos de estas empresas han buscado a representantes de ONG para orientarles en actividades de sensibilización entre sus vendedores y para discutir campañas publicitarias basadas en el elogio a las culturas e idiomas nativos del país.

Por último, un caso emblemático es el de la Corporación Backus, que en 1999, 2001 y otra vez en 2006 recibió “anti-premios” por sus campañas publicitarias, en donde la venta de cerveza se realiza en base a imágenes estereotipadas y denigrantes de las personas. Tras ser adquirida por la multinacional SAB Miller, una de las primeras acciones del nuevo CEO fue convocar a los representantes de la mencionada mesa para anunciar una campaña que reemplazara las imágenes ofensivas con una publicidad multirracial y a tono con los tiempos políticos “nacionalistas”.

Reflexiones finales

Con la apertura económica de los últimos quince años, las empresas grandes y medianas han tenido que competir más con el resto del mundo, modernizar sus operaciones y esforzarse para cumplir con diversos estándares internacionales. Con el restablecimiento de la democracia también han enfrentado mayores demandas sociales para la redistribución de las utilidades y un mejor trato para las comunidades y los trabajadores que contribuyen a generarla. Si bien algunos mantienen una

cercanía con el poder político, los líderes empresariales no pueden confiar en la protección del Estado y deben establecer relaciones más cercanas con una diversidad de *stakeholders*. Estos abarcan desde comunidades en sus zonas de operación hasta organizaciones de la sociedad civil transnacional.

Para las grandes empresas, la respuesta principal sigue siendo la filantropía profesionalizada o la “inversión social”, que complementa o compensa la falta de políticas sociales del Estado, especialmente en zonas rurales y andinas remotas. Aun para las empresas líderes, ha sido difícil pasar de la filantropía corporativa al escrutinio y la modificación de su conducta interna e integral. Sin embargo, las excepciones son cada vez más visibles. Para algunas empresas, la práctica de la RSE significa ofrecer productos y servicios de mejor calidad y precio, y un mejor trato para consumidores y clientes de diversos orígenes. Para otras, la RSE implica entablar relaciones directas con la comunidad, crear ONG o fundaciones públicamente registradas y firmar compromisos de inversión que pueden ser vigilados por los mismos beneficiarios.

Por cierto, estos procesos son complejos y llenos de tensiones. Los nuevos conflictos sociales y la (re)emergencia de movimientos políticos que critican la inversión privada y extranjera son una llamada de atención. La experiencia de los últimos veinte años confirma que los empresarios no están en condiciones, por sí solos y en forma voluntaria, de liderar el desarrollo social o compensar las persistentes debilidades del Estado. La reducción de la pobreza y el fortalecimiento de los derechos básicos requieren el esfuerzo de todos: el Estado, la empresa privada y la sociedad civil. Pero en la medida en que los empresarios inviertan más tiempo y recursos, cumplan con las normas básicas y establezcan raíces en la sociedad tendrán una mayor influencia en el destino del país.

Referencias bibliográficas

Ardito, Wilfredo

2006 “Ica: Sol, espárragos y explotación”. En: *Reflexiones Peruanas* N° 109, 10 de septiembre de 2006.

2007 “Adjunte fotografía reciente”. En: *Reflexiones Peruanas* N° 146, 14 de mayo de 2007.

Caravedo, Baltazar

1996 *Empresa, liderazgo y sociedad*. Lima, SASE y Perú 2021.

1998 *Perú: empresas responsables*. Lima, SASE y Perú 2021.

1999 *Lo social y la empresa a fines de siglo*. Lima, CIUP, SASE y Perú 2021.

Caravedo, Baltazar, Pilar Mariscal, Karem Salinas y Juan Carlos Villacorta

2000 *Responsabilidad social: una nueva forma de gerencia*. Lima. CIUP, SASE y Perú 2021.

Durand, Francisco

2005 “Business and Corporate Social Responsibility: The Peruvian Case”. En: Cynthia Sanborn y Felipe Portocarrero, eds. *Philanthropy and Social Change in Latin America*, Cambridge, Harvard University Press.

Ministerio de Energía y Minas (MEM)

2008 “Programa Minero de Solidaridad con el Pueblo – PMSP”. Informe N° 002, enero.
Ver: <http://minem.gob.pe/archivos/ogp/convenio/informe002.pdf>

Plades (Programa Laboral de Desarrollo)

2006a “Plades opina: Jalados en libertad sindical”, 19 de noviembre de 2006,
www.plades.org.pe/opiniones

2006b “Plades opina: Revisan ley laboral por TLC con EEUU”, 21 de noviembre de 2006.

2007 “Primer Sindicato en Empresa Agroindustrial AGROKASA”. En: *Alerta Informativa Trabajo Decente*, 1 de marzo de 2007.

Portocarrero, Felipe S., Bruno Tarazona y Luis Camacho

2006 *Situación de la responsabilidad social empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú*. Lima, CIUP.

Portocarrero, Gonzalo y Milagros Sáenz

2005 *La mentalidad de los empresarios peruanos: una aproximación a su estudio*, Lima, CIUP y Minga Perú.

Sanborn, Cynthia, Giselle Abugattás y Felipe Basombrío

2006 “Minería e inversión social: ¿estableciendo prioridades”. En: *Punto de Equilibrio*, septiembre.

Townsend, Augusto

2006 "Vengo por mi aumento. Los sindicatos en la minería peruana". En: *Semana Económica*, 24 de septiembre de 2006, pp. 16-20.