

---

## Carta al Editor

---

RECIBIDO: 24 DE NOVIEMBRE DE 2024 | REVISADO: 28 DE NOVIEMBRE DE 2025 | ACEPTADO: 30 DE DICIEMBRE DE 2025

ULISES PAPILLÓN MEJÍA RODRÍGUEZ <sup>1</sup>

WILDER EDDINSON SAAVEDRA TUPACYUPANQUI <sup>2</sup>

### Señor editor de la Revista Catedra Villareal

Estimado Editor, primeramente, permítame felicitarlo por su revista, ya que tiene acogida entre los investigadores a nivel nacional e internacional. El motivo de mi carta es por su artículo “Responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa de las empresas mineras de Tacna, Perú”, publicado en su último número de la revista. El objetivo de esta carta es hacer de conocimiento la problemática de la responsabilidad social empresarial y la reputación corporativa de las empresas mineras del estudio (Acuti et al., 2023). Hoy en día, la responsabilidad social es cardinal en el contexto empresarial (As et al., 2024; Mansilla et al., 2022; Albareda y Sison, 2020), y se relaciona directamente con la ética dentro de las organizaciones (Bajo, 2017; Oduro et al., 2023).

No obstante, las organizaciones representan un factor de influencia social o de cambio (Jamali y Mirshak, 2007; Castillo, 2024; Wu et al., 2020), mencionándose que lo que la compañía realice o deje de hacer afectaría significativamente en su entorno, en su personal y sobre todo en sus directivos (Genizo y Azcoaga, 2023; Pino, 2021).

En ese sentido, es necesario precisar que la generosidad discrecional o el altruismo, durante mucho tiempo ha sido una forma tangible de responsabilidad social (Cheong, 2011; Rangel, 2022; Faisal, 2019), pero hay que tener en claro que la sociedad necesita una respuesta de parte de las empresas (Fernández de Mesquita et al., 2023; Fuller y Tian, 2006; Gatti et al., 2019), que no solo sea un acto de caridad o filantropía; sino la aplicación de compromisos y principios por parte de las empresas donde los empresarios se encuentren realmente comprometidos (Page et al., 2021; Herman y Badrunsyah, 2024; Peñaflor-Guerra et al., 2020).

Si bien de los resultados del estudio se muestra que la población de los distritos de Ilabaya y Palca, evidencian una percepción negativa de responsabilidad social empresarial, lo que se exterioriza cuando se examina la dimensión social, que tiene un impacto no favorable de compromiso con la comunidad (91,5% compromiso bajo), lo que nos hace ver que existe desconexión de la empresa con la comunidad (Aguilar et al., 2025). Y al establecer la dimensión económica observamos que la minería en esta zona del país no genera beneficios visibles para los pobladores encuestados (85,1%) (Aguilar et al., 2025).

Respecto a la dimensión ambiental, se evidencia una percepción baja (80,2%), lo que exterioriza una insuficiente gestión ambiental por parte de las empresas mineras en Ilabaya y palca en el departamento de Tacna (Aguilar et al., 2025). Todo esto se lleva abajo la responsabilidad social empresarial minera en el lugar del estudio; lo que evidencia predisposiciones y tendencias negativas en la población tacneña. Todo esto evidencia la falta de proactividad en reputación de la gestión (87,5%) aunado a la baja capacidad de implementar estrategias empresariales efectivas (Pinheiro et al., 2025; Pérez et al., 2021; Zevallos et al., 2023).

En el estudio de Oduro se encontró varias iniciativas de responsabilidad social empresarial en el contexto minero (Oduro et al., 2023), las que forman parte de sus estrategias de imagen que a su vez representan genuinos compromisos con la sociedad, los que coinciden con el estudio (Wu et al, 2020; Oduro et al., 2023). Pero este estudio difiere del estudio realizado en Cajamarquilla donde se evidencio una relación positiva (Bajo, 2017; Zapata, 2022), lo que exterioriza una percepción favorable de la comunidad hacia las empresas mineras, debido a su participación y a su transparencia (Tella y Danjibo, 2024; Zapata, 2022; Wu et al, 2020)

Una parte importante que debemos mencionar es la teoría de la legitimidad organizacional que explica la alineación entre las acciones que realiza la empresa frente a las perspectivas de la comunidad, que en el caso de las empresas mineras de Tacna fueron insuficientes (Acuti et al., 2023; Aguilar et al., 2025), lo que afecta necesariamente su reputación y sus relaciones sociales (Oduro et al., 2023; Jamali y Mirshak, 2007; Gatti et al., 2019).

Con relación a la conducta ética y la integridad empresarial de las mineras en estudio, reflejan una percepción negativa empresarial,

---

<sup>1</sup>Filiación: Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses del Perú.

Correspondencia [ulisesmejiaforense@gmail.com](mailto:ulisesmejiaforense@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1751-2008>

<sup>2</sup>Filiación: Instituto Nacional Penitenciario del Perú.

Correo-e: [saavetu@hotmail.com](mailto:saavetu@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9090-914-X>

DOI: <https://doi.org/10.24039/rcv20251322054>

irradiando falta de compromiso de los trabajadores reflejado en una gestión empresarial poco responsable (Castaño y Arias, 2021; Pino, 2021; Oduro et al., 2023; Jamali y Mirshak, 2007; Gatti et al., 2019).

En conclusión, si bien es cierto que en el estudio que analizamos existe una percepción negativa sobre la responsabilidad social empresarial en los distritos de Ilabaya y Palca se puede observar que las empresas mineras tienen un nivel bajo de valores corporativos en un (81,3%), un compromiso deficiente de comportamiento corporativo con un nivel bajo (69,4%) y una inadecuada proactividad de gestión reputacional (87,5%).

Si bien las empresas del estudio no presentan adecuadas y consistentes políticas de responsabilidad social, se debe fortalecer este punto en las organizaciones, porque las empresas con políticas de responsabilidad social empresarial sinceras y consistentes permiten mejoras de su reputación frente a la sociedad (Tonitou et al., 2024; Udayasri, 2024), la implantación adecuada de responsabilidad social empresarial (Zarate et al., 2022; Villafañe, 2004), la falta de comunicación en iniciativas de Responsabilidad social empresarial genera una percepción negativa en la población (Udayasri, 2024; Pérez et al, 2021). Prioriza la percepción social de la organización en la comunidad (Rangel y Toscano, 2022; Oduro et al., 2023).

El aspecto positivo para mejorar la situación expuesta, debe establecerse en función de su labor de difusión en las organizaciones y la comunidad; fomentando la autorreflexión y autoevaluación por parte de la organización, alineando metas a los objetivos organizacionales, instaurando alianzas como también colaboraciones entre la organización y la comunidad, lo que es primordial para forjar mejoras; robusteciéndose con la divulgación y difusión de pareceres doctrinarios entre los profesionales interesados (Tella y Danjibo, 2024; Rangel y Toscano, 2022).

Otro aspecto positivo para mejorar la situación expuesta es la capacitación constante del personal dentro de la organización, fomentando la participación constante entre la organización y la comunidad; así como el dialogo entre directivos y trabajadores, desarrollando habilidades críticas. Las organizaciones han notado la importancia de su impacto en la sociedad, con énfasis en el medio ambiente; ayudando a patrocinar políticas y prácticas en beneficio de su entorno organizacional, pero sobre todo de la comunidad, dejando de lado el enfoque económico solamente (Oduro et al., 2023; Jamali y Mirshak, 2007; Gatti et al., 2019).

Es claro que este aspecto positivo busca modificar la conducta empresarial, el que se logra mediante la aplicación de recompensas o estímulos posteriores a los comportamientos que se desean, haciendo que el comportamiento deseado se repita; para algunos psicólogos y sociólogos representa una técnica considerablemente usada para fomentar conductas sociales adecuadas (Udayasri, 2024; Oduro et al., 2023).

Se sugiere que las empresas mineras de Ilabaya y Palca deben implementar de manera sistémica e integral la responsabilidad social empresarial, las que se deben adaptar a las necesidades de la población local (Castaño y Arias, 2021; Pino, 2021).

**Fuente de financiamiento:** Autofinanciado

**Conflicto de intereses:** Los autores del artículo declaran que no existe ningún potencial de conflicto de interés relacionado con el mismo.

## Referencias Bibliográficas

- Acuti, D., Bellucci, M., & Manetti, G. (2023). Preventive and remedial actions in corporate reporting among “addiction industries”: Legitimacy, effectiveness and hypocrisy perception. *Journal of Business Ethics*, 189, 603–623. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05375-3>
- Aguilar Condori, I. M., Layme Uchochoque, R., & Garcia-Mamani, W. (2025). Responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa de las empresas mineras de Tacna, Perú. *Cátedra Villarreal*, 13(1), 12–20. <https://doi.org/10.24039/rcv20251311890>
- Albareda, L. y Sison, A. J. G. (2020). Commons organizing: Embedding common good and institutions for collective action. *Insights from ethics and economics. Journal of Business Ethics*, 166, 727–743. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04580-8>
- As, D., Sabari, V.S., Arockiya, W.M., & Paul, M.J. (2024). A study on impact of CSR on brand reputation and consumer behaviour. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*, 8(10), 1–6. <https://doi.org/10.55041/ijrem37936>
- Bajo, C. S. (2017). Research on cooperatives in Latina America, an overview of the state of the art and contributions. *Rev. Int. Cooperation*, 104, 3–14. <https://n9.cl/zj9dx>
- Castaño, R.A.D., & Arias, S.S. (2021). Efectos de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones. *Universidad & Empresa*, 23(40), 1–25. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>
- Castillo Villarreal, J. (2024). La Integración de la Responsabilidad Social Empresarial en la Contaduría Pública: Retos y Oportunidades. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 19(2). [http://www.spentamexico.org/v19-n2/A16.19\(2\)1-11.pdf](http://www.spentamexico.org/v19-n2/A16.19(2)1-11.pdf)

- Cenizo, M. y Azcoaga, F. F. (2023). Intervención social y acción voluntaria en tiempos de desigualdad y crisis de cuidados. *Zerbitzuan: Gizarte zerbitzuetaarako aldizkaria= Revista de servicios sociales*, (81), 85-96. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9317089.pdf>
- Cheong, D. (2011). Social economy-based microenterprise as an alternative community development model: A case study in rural Peru. Lund University Publications. <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/1969882>
- Fernandes de Mesquita, R., Carlier, L.A.D.S.M., Moura, X.A., & Ney, M.F.R. (2023). Peasant women and the gendered inequalities in the industry of mining. *Revista Katálysis*, 26(2), 255-266. <https://doi.org/10.1590/1982-0259.2023.e90496>
- Faisal, F. (2019). Corporate social and environmental responsibility disclosure in Indonesian companies: Symbolic or substantive? *Pertanika Journal of Social Sciences y Humanities*, 27(1), 405-420. <https://eprints.undip.ac.id/74023/>
- Fuller, T. y Tian, Y. (2006). Social and symbolic capital and responsible entrepreneurship: An empirical investigation of SME narratives. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 287-304. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9185-3>
- Gatti, L., Seele, P. y Rademacher, L. (2019). Grey zone in-greenwash out. A review of greenwashing research and implications for the voluntary-mandatory transition of CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4, 1-15. <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0044-9>
- Herman, K.M.S., & Badrunsyah, B. (2024). Legal obligations of mining companies in the implementation of CSR based on laws and regulations. *Journal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(10), 3915-3924. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i10.1211>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática: INEI (2017). Censos nacionales 2017: XII población, VII de vivienda y III de comunidades indígenas. Perú. <https://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9168-4>
- Mansilla, O.K., Guíñez, C.N., & Jeldes, D.F. (2022). Cuando la comunidad es invisible: responsabilidad social empresarial en la industria minera. *Letras Verdes: Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 31, 77-94. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.31.2022.5082>
- Oduro, A.K., Oduro, A.I., Tuffour, J., Zana, N.G., Naab., Owiredo, G.K. (2023). Challenges of sustainability practices: Evidence from a gold mining multinational enterprise in Ghana. Pp. 53-78. eISBN: 978-1-80455-338-1. <https://doi.org/10.1108/978-1-80455-338-120231004>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... y Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Peñaflor-Guerra, R., Sanagustín-Fons, M. V. y Ramírez-Lozano, J. (2020). Business ethics crisis and social sustainability. The case of the product "Pura Vida" in Peru. *Sustainability*, 12(8), 3348. <https://doi.org/10.3390/su12083348>
- Pérez, C.C., Quevedo, P.E., & Delgado, G.J.B. (2021). ¿Cómo gestionar una buena reputación corporativa? Las empresas no solo deben ser socialmente responsables sino parecerlo. *Revista de Contabilidad y Tributación. CEF*, 459, 167-194. <http://dx.doi.org/10.51302/rcyt.2021.7377>
- Pino, V.J.L. (2021). Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019-2020. [Tesis para optar por el grado académico de Doctor en Administración. Escuela de Posgrado, Universidad Privada de Tacna]. Tacna, Perú. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12969/1691>
- Pinheiro, A. B., Ramanho, A. L. O. S. y Silva, M. C. (2025). Road to glory or highway to hell? Uncovering the consequences of corporate greenwashing in Latin America. *Management Research Review*, 48(2), 234-251. <https://doi.org/10.1108/mrr-07-2024-0545>
- Rangel, E.A.I., & Toscano, M.J.A. (2022). ¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas? *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 1-24. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.3467](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3467)
- Tella, A.A., & Danjibo, N.D. (2024). The environmental impact of mining activities in the local community: A structural equation modelling approach. *International journal of social work*, 11(1), 44-44. <https://doi.org/10.5296/ijsw.v11i1.21747>
- Tonitou, T.C., Ekeh, C.M., Oliver, U.N., & Onajite, O.R. (2024). Corporate social responsibility as a strategic tool for sustainable organizational image and development. *International journal of religion*, 5(12), 1080-1090. <https://doi.org/10.61707/mpddyp31>
- Udayasri, E. (2024). Corporate social responsibility. *Deleted Journal*, 2(03), 401-406. <https://doi.org/10.47392/IRJAEM.2024.0056>
- Villafañe, J. (2004). La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Pirámide.
- Wu, Y., Zhang, K. y Xie, J. (2020). Bad greenwashing, good greenwashing: Corporate social responsibility and information transparency. *Management Science*, 66(7), 3095-3112. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3340>
- Zapata, R. (2021). La relación de la RSE con la imagen y la reputación de una minera de Cajamarquilla para la asociación Saracoto Alto. [Tesis para optar por el grado académico de Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad. Escuela de Posgrado, Universidad César Vallejo]. Lima, Perú. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12692/68932>

- Zárate, R.R., Beltrán, V.Y.I., & Murallas, S.D. (2022). Socioenvironmental conflicts and social representations surrounding mining extractivism at Santurban. *Dental science reports*, 12(1) <https://doi.org/10.1038/s41598-022-14086-0>
- Zevallos, O. G. G., Valladares, J. F. R., De, F. D. M. G. T. y Rodríguez, M. J. E. (2023). Responsabilidad Social Corporativa en la gerencia de empresas peruanas. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(104), 1809-1824. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9142803>