
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ALIADO ESTRATÉGICO EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN: CONSTRUYENDO CON PROPÓSITO Y VALOR SOCIAL

PAZ MARCANO, Annherys

Doctora en Administración. Doctora en Ciencias Sociales.

Profesora e Investigadora de la Universidad de La Guajira Colombia.

e-mail: aipaz@uniguajira.edu.co.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>
<https://scholar.google.es/citations?user=ZuuYMQYAAAAJ&hl=es>

Recibido: 05-05-2025

Revisado: 30-06-2025

Aceptado: 02-07-2025

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar la responsabilidad social como aliado estratégico en las empresas del sector construcción, construyendo con propósito y valor social. Se empleó un enfoque cuantitativo, paradigma positivista, diseño no experimental, transaccional y de tipo analítico, descriptivo y de campo. La población estuvo conformada por 80 gerentes, utilizando un censo poblacional. La recolección de datos se realizó mediante una encuesta aplicada con un cuestionario de 15 ítems en escala múltiple, validado por 10 expertos. La confiabilidad, calculada por el coeficiente Alfa de Cronbach, fue del 95 %. El análisis de datos se desarrolló con estadística inferencial. Los resultados evidencian que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) trasciende su rol filantrópico, consolidándose como un aliado estratégico en el sector construcción. La adopción de prácticas responsables promueve alianzas colaborativas entre empresas, comunidades e instituciones, orientadas al bienestar colectivo y al fortalecimiento del bien común. Estas alianzas permiten a las organizaciones atender las demandas sociales y ambientales, generando impactos positivos y sostenibles. La RSE actúa como catalizador de transformación social, aportando valor más allá de lo económico, con modelos de negocio éticos y conscientes. Además, las acciones responsables en este sector mejoran la calidad de vida, fortalecen la imagen corporativa e incrementa la competitividad empresarial en un contexto globalizado.

Palabras clave: Responsabilidad social, transformación social, calidad de vida, alianzas colaborativas, competitividad.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A STRATEGIC ALLY IN THE CONSTRUCTION SECTOR: BUILDING WITH PURPOSE AND SOCIAL VALUE

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze social responsibility as a strategic ally in companies in the construction sector, building with purpose and social value. A quantitative approach, a positivist paradigm, and a non-experimental, transactional, analytical, descriptive, and field design were used. The population consisted of 80 managers, using a population census. Data collection was conducted through a 15-item, multiple-choice questionnaire validated by 10 experts. Reliability, calculated using Cronbach's alpha coefficient, was 95%. Data analysis was performed using inferential statistics. The results show that Corporate Social Responsibility (CSR) transcends its philanthropic role, consolidating itself as a strategic ally in the construction sector. The adoption of responsible practices promotes collaborative alliances between companies, communities, and institutions, aimed at collective well-being and strengthening the common good. These alliances allow organizations to address social and environmental demands, generating positive and sustainable impacts. CSR acts as a catalyst for social transformation, providing value beyond the economy, with ethical and conscious business models. Furthermore, responsible actions in this sector improve quality of life, strengthen corporate image, and increase business competitiveness in a globalized context.

Keywords: Social responsibility, social transformation, quality of life, collaborative alliances, competitiveness.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los cambios socioeconómicos, ambientales y culturales a nivel global han transformado la función misional de las empresas dentro de la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado de ser una acción voluntaria para constituirse como una estrategia empresarial que aporta valor a la sociedad. En consecuencia, las organizaciones se enfrentan a una ciudadanía cada vez más informada, crítica y exigente, que demanda compromisos genuinos con el desarrollo sostenible, el respeto a los derechos humanos y la transparencia en las actuaciones corporativas. En este contexto, la RSE se posiciona como un pilar para fortalecer la legitimidad social de las empresas y fomentar la creación de valor compartido con las comunidades en las que desarrollan sus actividades económicas.

En este particular, hablar de la responsabilidad social en América Latina, conduce a ser agente de transformación constante para atender los desafíos estructurales como la desigualdad social, la informalidad laboral, la degradación ambiental y la corrupción dando mayor relevancia a la implementación de políticas de RSE coherentes que brinden respuestas a las necesidades del entorno de las empresas, pero al igual revisar las actividades de su interior para garantizar un entorno laboral sano que construya desde su actuación el bienestar sostenible para todos. Al respecto, (Trillo, et al, 2024), (Tapia y Chamorro, 2023), la responsabilidad social se ha posicionado como un eje estratégico en las políticas empresariales a nivel global, con el propósito de impulsar transformaciones significativas y permanentes en sus procesos organizacionales.

Por su parte, (Burgos, 2018); (Zerpa, 2021) precisan que la responsabilidad social es el compromiso asumido por personas, grupos u organizaciones respecto a sus actos u omisiones que afectan de alguna manera a la sociedad. Este impacto alcanza a recaer tanto en individuos como en instituciones públicas o privadas, y suele generar una percepción social el cual puede ser favorable

o desfavorable. Desde una perspectiva comunicacional, dicha percepción influye directamente en la construcción estratégica de la imagen y la reputación, ya sea positiva o negativa, de los actores involucrados.

De tal manera, que hoy día son muchas las empresas que han comenzado a cambiar su paradigma empresarial destinada a una gestión marcada por la obtención de indicadores económicos rentables para trabajar desde un propósito con valor social compartido involucrando los grupos de interés mediante el establecimiento de alianzas con actores sociales, comunidades locales y gobiernos, reconociendo que la sostenibilidad empresarial estriba también del bienestar del entorno. Por tanto, la RSE en Latinoamérica se presenta como un enlace estratégico entre el crecimiento económico y la justicia social, permitiendo a las organizaciones participar activamente en la construcción de sociedades más equitativas, sanas y resilientes.

En Colombia, el avance de la praxis de la RSE ha sido notable en los últimos años, especialmente en sectores como la minería, la energía, la construcción y los servicios. En un país marcado por brechas sociales y una historia de conflicto armado, la responsabilidad social empresarial representa un rol estratégico en la consolidación de la paz territorial, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental. De esta manera, las empresas de los distintos sectores de la economía colombiana, incluyendo de manera destacada al sector de la construcción, al establecer vínculos con las comunidades mediante la ejecución de proyectos productivos, programas de educación, fomento al emprendimiento, iniciativas de desarrollo sostenible, campañas de salud, mejoramiento de infraestructuras y acciones de fortalecimiento institucional, no solo elevan su reputación corporativa, al igual generan impactos significativos en el entorno social.

Esta interacción responsable y comprometida permite a las organizaciones

contribuir activamente al desarrollo local, fortaleciendo la cohesión social y promoviendo relaciones de confianza con los diversos grupos de interés. Asimismo, estas acciones crean valor social al atender las necesidades prioritarias de las comunidades, impulsando un bienestar colectivo que trasciende los intereses económicos de la empresa y se alinea con los principios de sostenibilidad, inclusión y responsabilidad ética que exige el contexto empresarial global. (Montoya y Chilcon, 2023) la responsabilidad social va más allá de ofrecer retribuciones económicas para obtener aceptación social; se orienta a fomentar un entorno saludable y equilibrado que beneficie a la comunidad y al entorno en el que la empresa opera.

Por ello, mencionar el escenario actual, inmerso en el progreso socioeconómico y cultural que atraviesa la ciudad de Riohacha, capital del Departamento de La Guajira y declarada Distrito Especial, Turístico y Cultural, han puesto en evidencia la necesidad de que las empresas, especialmente las del sector construcción, asuman un rol proactivo frente a los retos sociales del desarrollo local sostenible. Las crecientes demandas sociales, la expansión urbana desorganizada y las brechas de acceso a servicios básicos exigen acciones empresariales que vayan más allá del alcance de los indicadores de rentabilidad, promoviendo el bienestar colectivo y el fortalecimiento del tejido social.

Por consiguiente, desde la mirada responsable de las empresas del sector construcción del distrito de Riohacha, sus acciones se convierten en aliados en la gestión de la responsabilidad social con sentido ético y compromiso compartido con los grupos de interés. Según (Bom Camargo, 2021) concebida como una visión estratégica, la responsabilidad social empresarial supone un enfoque deliberado y focalizado, que requiere una transformación desde el interior de la organización, iniciando en su núcleo directivo y estructural para luego proyectar sus actividades en el entorno con compromiso.

Asumir el papel de aliado estratégico en

materia de responsabilidad social implica, para las empresas, un ejercicio dinámico, proactivo y voluntario, orientado a generar valor en su gestión organizacional a través de la interacción cercana y el trabajo colaborativo con los grupos de interés. Este enfoque busca que tanto la empresa como la comunidad se conviertan en co-constructores de un propósito común, basado en el bienestar colectivo y la sostenibilidad. En este sentido, (Paz et al, 2015) destacan que la responsabilidad social constituye un compromiso voluntario de las partes interesadas, que se materializa mediante la implementación de prácticas responsables destinadas a optimizar las acciones de las organizaciones, tanto en sus dimensiones internas como externas. Esta visión de la RSE promueve una gestión empresarial transparente y ética, cuyo impacto positivo se traduce en beneficios para el talento humano, la sociedad en general y el entorno ambiental en el que las empresas desarrollan sus actividades, fortaleciendo así su legitimidad y su relación con la comunidad.

En este sentido, las empresas constructoras de Riohacha están llamadas a adoptar la responsabilidad social empresarial (RSE) como estrategia de gestión ética que les permita contribuir activamente al desarrollo urbano sostenible, al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y a la preservación del entorno natural y cultural del distrito. Manifiestan (Zacarias, et al, 2024) la responsabilidad social empresarial abarca un compromiso integral que incorpora la protección del medio ambiente, la promoción de la justicia social y la garantía de una gestión económica transparente y equilibrada.

Por consiguiente, la RSE alude a un compromiso voluntario con prácticas responsables, además la creación de alianzas con actores comunitarios, autoridades locales y organizaciones sociales para diseñar e implementar iniciativas que promuevan el empleo digno, el uso responsable del suelo, la gestión ambiental y la protección del patrimonio cultural, representando sus acciones ventajas competitivas y distintivas en el sector

objeto de estudio. Dentro de este contexto, (Paz, Paz y Paz, 2011) la responsabilidad social constituye una fuente distintiva para alcanzar ventajas competitivas y construir un balance ético organizacional.

No obstante, las empresas, como entes sociales que satisfacen las necesidades de la sociedad demandan comportarse como buenos ciudadanos corporativos, basándose sus actividades misionales en principios éticos, morales, disciplina, igualdad, respeto social y ambiental. Este planteamiento destaca la importancia de preocuparse por el desarrollo organizacional como resultado del tejido económico, asimismo por el bienestar de la población, creando un trabajo colaborativo para una calidad de vida sostenible. Las conceptualizaciones de los autores citados convergen en la idea de que la responsabilidad social es una actividad voluntaria que agrega valor estando dirigida a abordar las necesidades del entorno con la participación integral de los grupos de interés, basándose en estrategias que articula sus acciones en principios y valores éticos que impulsan el bienestar y la calidad de vida del colectivo.

Por tanto, la integración de estos principios éticos y sociales en la planificación y ejecución de proyectos constructivos permite que las empresas consolidarse como agentes de transformación social, generando valor compartido y reduciendo tensiones históricas como la exclusión territorial, el deterioro ambiental y la desconfianza ciudadana hacia el sector privado. (Bom Camargo, 2021) la responsabilidad social es un proceso orientado a generar valor compartido entre la empresa y la sociedad.

De este modo, la RSE se configura como una herramienta clave en su campus misional, en los cuales las empresas constructoras no solo convergen su cometido en constructoras de infraestructuras igualmente de un tejido social, confianza institucional y comunidades alineadas a los principios éticos de sostenibilidad, equidad e identidad cultural propia de la idiosincrasia que caracterizan la hegemonía cultural del Distrito especial, turístico y cultural de Riohacha. Aportan (Lizcano y

Lombana, 2018) la responsabilidad social es un deber ético de las empresas hacia la sociedad, lo que involucra de manera integral consideraciones sociales en su gestión organizacional.

Dentro de este marco, la responsabilidad social empresarial (RSE) se configura como un concepto amplio e integral, compuesto por una serie de elementos clave que se repiten en la mayoría de las definiciones propuestas por diversos autores y organismos internacionales. Estos elementos incluyen el compromiso voluntario de las organizaciones, el servicio bajo un desempeño desinteresado en beneficio de la sociedad, la conducta ética en los procesos internos y externos, el desempeño ambiental responsable, la alianza e inversión y un compromiso social desde la capacidad de adaptabilidad frente a los cambios del entorno. Refieren, (Mendoza, et al, 2023) la responsabilidad social implica incorporar de manera integral las dimensiones sociales, ambientales y éticas en la gestión empresarial, orientando sus acciones hacia metas como la disminución de las desigualdades, el fortalecimiento de la educación y la preservación de los recursos naturales.

No obstante, la responsabilidad social empresarial lejos de ser una imposición normativa, esta emerge como una práctica voluntaria que responde a la conciencia organizacional sobre su papel en la transformación social, siendo importante destacar que estos principios que se configuran como elementos de su praxis no dependen estrictamente del tamaño de la empresa, del nivel de facturación o del sector económico al que pertenezca, comprende un esfuerzo de todos por trabajar por garantizar el bienestar del entorno de manera sostenible.

En efecto, la experiencia demuestra que tanto grandes corporaciones como pequeñas empresas, independientemente de su área de actividad, y sin ser excluyentes del sector de construcción del distrito de Riohacha, pueden incorporar la RSE en sus dinámicas organizativas siempre que exista una voluntad real de generar valor

compartido. Esto refuerza la idea de que la responsabilidad social no es exclusiva de sectores tradicionalmente vinculados al desarrollo humano o ambiental, este puede y debe integrarse en cualquier modelo de negocio como agente estratégico de la gestión ética, sostenible y socialmente consciente. En este sentido, apoyado en los aspectos esbozados surge como objetivo analizar la responsabilidad social como aliado estratégico en las empresas del sector construcción, construyendo con propósito y valor social.

2. DESARROLLO

1. Elementos de la responsabilidad social

Los elementos que componen la responsabilidad social empresarial (RSE) se articulan como pilares fundamentales que permiten a las organizaciones no solo generar valor interno mediante una gestión ética y sostenible, sino también responder de manera coherente y estratégica a las demandas y expectativas de los distintos grupos de interés. Indica (Ramos, 2021) en la actualidad, la responsabilidad social se ha consolidado como un factor clave en la gestión empresarial, el cual incide directamente en la manera en que la sociedad percibe a las empresas, así como en la valoración de la calidad de los bienes y servicios que estas ofrecen. Los elementos que la conforman constituyen el núcleo que guía y define su aplicación práctica en el entorno organizacional. Expresan, (Ruso, et al, 2024) la incorporación voluntaria de los elementos de la responsabilidad social en la gestión empresarial, en función de los intereses y beneficios de sus grupos de interés, la transforma en un instrumento estratégico de gestión, donde se articulan las políticas y acciones orientadas a la sostenibilidad organizacional.

Por tanto, (Paz, et al, 2015) la responsabilidad social desde su praxis articula un primer nivel, consústenselementosque aportan significativamente al fortalecimiento de una gestión organizacional socialmente

responsable, orientada hacia la integridad, la transparencia y la sostenibilidad. En segundo lugar, actúan como mecanismos de respuesta efectiva frente a los requerimientos sociales, ambientales y económicos del entorno, lo que implica una escucha activa y una acción proactiva por parte de la empresa.

Finalmente, en un tercer nivel, se manifiestan en la implementación de políticas, programas y resultados concretos, que evidencian el compromiso empresarial con el bienestar colectivo, configurándose en lo que la literatura ha definido como prácticas de responsabilidad social. (Carroll y Shabana, 2010) sostienen que estas prácticas deben ser vistas desde una perspectiva estratégica, en la medida en que integran la filantropía, la ética, el cumplimiento legal y las expectativas económicas en un solo modelo de acción empresarial responsable. (Hernández de la Cruz, et al, 2024) la responsabilidad social empresarial, es una estrategia organizacional que transforma los enfoques tradicionales en los ámbitos económico, social y ambiental, orientándose hacia la búsqueda de la eficiencia y la sostenibilidad tanto de la empresa como de la sociedad en su conjunto.

Por su parte, (Argandoña, 2015) sustenta que la RSE debe trascender las acciones aisladas o reactivas y constituirse en una filosofía empresarial integral que promueva relaciones de largo plazo con los grupos de interés, respaldadas en la confianza, la reciprocidad y la generación de valor compartido. En conjunto, estos elementos mejoran la legitimidad de la empresa ante la sociedad, asimismo consolidan su sostenibilidad a largo plazo, al integrar el compromiso social como parte del núcleo estratégico del negocio. Destacan, (Santa, et al, 2021) la responsabilidad social se concibe actualmente como un instrumento de gestión eficaz, aplicable tanto al ámbito empresarial privado como en la administración pública y sus distintas áreas de actuación del entorno interno y externo a ellas.

3. METODOLOGIA

Esta investigación, adoptó un enfoque epistémico cuantitativo focalizado en la exploración de hechos característicos de la variable de responsabilidad social en el contexto de las empresas de construcción del distrito de Riohacha. En este sentido, se utilizaron herramientas metodológicas para recopilar datos, que posteriormente se emplearon como referencia para obtener la opinión de los participantes involucrados en la situación bajo estudio.

La interpretación de estos datos se llevó a cabo con la práctica de técnicas y métodos estadísticos. Según (Gómez, 2016), el enfoque de investigación implica la elección de una perspectiva epistemológica que guía la investigación, además de reflejar la posición del investigador en relación con un punto de vista específico con el propósito de lograr un objetivo, como señala (Gallardo, 2017).

En concordancia con (Hernández y Mendoza, 2018); (Paz et al, 2022), en el enfoque cuantitativo la recolección y análisis de datos responde a las preguntas de investigación y probar hipótesis predefinidas. Este enfoque descansa en la medición numérica y la utilización de la estadística para identificar patrones en una población. Dentro de este marco, el paradigma manejado es el positivista, donde se recopiló información de los sujetos de la población para evaluar el comportamiento de la variable. Coinciden, (Ruiz y Valenzuela, 2022), que, en el enfoque cuantitativo, el investigador dispone de herramientas para examinar los datos a través de métodos estadísticos, lo que le permite interpretar el comportamiento de la variable estudiada y obtener resultados que respondan a los objetivos de investigación.

En cuanto al propósito de la investigación que se persigue del objetivo general, corresponde a una investigación descriptiva, que estudia las características de los elementos presentes en la variable de estudio, apoyándose en técnicas y métodos metodológicos para alcanzar los objetivos formulados. La investigación descriptiva

tiene como propósito identificar elementos, componentes e interrelaciones en un estudio, mientras que (Guevara et al, 2020) y (Paz et al, 2022) se centran en describir una realidad en todos sus aspectos principales. Desde este contexto, plantean (Tarrillo, et al, 2024) que la investigación descriptiva específica y contextualiza diversas situaciones, eventos y fenómenos, especificando sus formas de manifestación y las características más relevantes que los definen.

En relación con los aspectos específicos del problema, la investigación se llevó a cabo en un entorno de campo, recopilando información en escenarios reales tales como las empresas de construcción asentadas su actividad económica en el mencionado distrito. (Paz et al, 2022), la investigación de campo la recolección de datos se hace directamente en el lugar donde ocurren los hechos, sin manipulación de las variables por el investigador. Como explican (Arias y Covinos, 2021), los diseños de campo permiten observar las variables en su entorno real, ofreciendo una comprensión auténtica de su comportamiento e interacción, sin que el investigador intervenga ni altere las percepciones de la población estudiada.

Asimismo, se trata de un diseño no experimental, ya que no se manipularon los datos proporcionados por los encuestados, se analizaron para redactar la interpretación de datos y aportar conclusiones. (Hernández y Mendoza, 2018) un diseño no experimental la observación de fenómenos se realiza en su ambiente natural, caracterizado por no manipular deliberadamente variables; asimismo, el diseño es de tipo transversal descriptivo, involucrando la recopilación de datos en un momento específico.

Afirmán, (Hernández y Mendoza, 2018) los diseños transversales descriptivos indagan y analizan la incidencia de modalidades o niveles de una variable en una población en un momento dado. De acuerdo con (Arias y Covinos, 2021), el diseño no experimental se caracteriza por la ausencia de manipulación de variables, no se aplican estímulos ni se controlan condiciones en el estudio, los sujetos son observados en su contexto natural, permitiendo analizar los fenómenos

tal como se presentan en la realidad, sin intervenir en su desarrollo.

La población de estudio estuvo conformada por la opinión de 80 gerentes de las empresas de construcción asentadas en el distrito, tratándose como un censo (Parra, 2019). Esto permitió examinar todos los elementos involucrados en la población, siendo especialmente adecuado cuando la población es finita y se requiere información inmediata, refiere (Parra, 2019). Para la recopilación de datos, se empleó la técnica de encuesta y un cuestionario de 15 ítems con alternativas de respuestas múltiples diseñado por los investigadores.

Según (Hernández et al, 2014), la recolección de datos implica la planificación y recopilación de información. Una encuesta es un instrumento de observación que involucra una serie de preguntas cuyas respuestas son anotadas por el encuestador. Por otro lado, un cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas por el investigador para recopilar información específica. (Tarrillo, et al, 2024) afirman que las técnicas e instrumentos de investigación son recursos para recopilar

información relevante y confiable, orientada al cumplimiento de los objetivos del estudio.

La validez del instrumento se aseguró con la consulta de expertos en el área de investigación. Como expresan (Hernández et al, 2014), la validez de expertos es el grado en que un instrumento de medición evalúa la variable en cuestión. Además, se calculó la confiabilidad del instrumento con una prueba piloto utilizando la fórmula de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor del 95%, indicando muy alta confiabilidad en la medición de la variable. Los datos recopilados se analizaron con técnicas estadísticas, empleando el tipo inferencial.

4. RESULTADOS

Partiendo de la base de los argumentos planteados, se expone el proceso de análisis los resultados, el cual representa la integración cuantitativa derivada de la opinión de los encuestados. No obstante, siguiendo los aspectos metodológicos con relación a los datos derivados como producto de la codificación de la información en el sector investigado.

Tabla 1. Dimensión: elementos de la responsabilidad social

ANOVA DE UN FACTOR ANOVA					
Puntaje	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	45.377	4	11.344	68.75	.000
Dentro de grupos	19.145	75	0.255		
Total	64.522	79			

Nota: Media cuadrática dentro de grupos (MCD) = 19.145 / 75 = 0.255.

$$F = 11.344 / 0.255 \approx 44.49$$

Fuente: Elaboración propia (2025)

En la tabla 1 se presenta el resultado del análisis de varianza (ANOVA) de un factor, utilizado para comparar las puntuaciones obtenidas en cinco grupos, con una muestra total de 80 participantes. El análisis reportó un valor de $F = 44.49$ y un nivel de significancia $p = .000$, lo que evidencia la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre al menos uno de los grupos evaluados. Al ser $p < 0.05$, se procede a rechazar la

hipótesis nula que plantea la igualdad de medias, lo cual confirma que la variable independiente analizada incide de manera significativa sobre la variable dependiente. Ante este resultado, se sugiere la aplicación de una prueba post hoc, como el método de Tukey HSD, con el propósito de identificar en cuáles comparaciones entre grupos se encuentran las diferencias significativas.

Tabla 2. Dimensión: elementos de la responsabilidad social anova de un factor. Subconjuntos homogéneos

Factor	N	Media	Subconjunto para alfa = 0.05		
			1	2	3
Desempeño social	80	2.1889	2.1889		
Alianza social	80	3.0778		3.0778	
Inversión social	80	3.2556		3.2556	
Compromiso social	80	3.8667			3.8667
Sig.			1.000	.307	1.000

Nota. SPSS reporta el tamaño de la *media armónica* = 80.000 (grupos equilibrados).
Medias mostradas con 4 decimales; puedes redondearse a 2 para publicación tales como: 2.19; 3.08; 3.26; 3.87.

Fuente: Elaboración propia (2025)

En la tabla 2 los resultados obtenidos del análisis estadístico ANOVA de un factor han revelado diferencias significativas entre los elementos de la responsabilidad social evaluadas en las empresas constructoras del Distrito especial, turístico y cultural de Riohacha. Esta diferencia global fue confirmada y precisada mediante la prueba post hoc de Tukey, que permitió identificar con mayor claridad dónde se presentan las discrepancias entre los distintos componentes evaluados.

En primer lugar, el indicador desempeño social, con una media de 2,19 ubicándose en un subconjunto aislado, esto indica que sus puntajes son significativamente más bajos que los de los demás indicadores, sin compartir similitud estadística con ninguna otra. Este hallazgo evidencia una debilidad

importante, considerando que el desempeño social refleja el impacto tangible de las acciones empresariales en las comunidades. Su baja valoración exige atención prioritaria.

Por otro lado, los indicadores alianza social ($M = 3,08$) e inversión social ($M = 3,26$) se agrupan dentro de un mismo subconjunto homogéneo, lo que significa que no presentan diferencias significativas entre sí al nivel de significancia del 5%. Esto sugiere que las empresas están mostrando avances similares en estas dos áreas, vinculadas a la cooperación con actores externos y a la canalización de recursos hacia acciones sociales. Aunque los niveles alcanzados son moderados, su consolidación conjunta puede potenciar el impacto comunitario si se articulan estratégicamente.

Finalmente, el indicador compromiso social, con una media de 3,87 destaca de manera notable al formar un subconjunto propio y alcanzar la puntuación más alta del análisis. Esto revela una fortaleza organizacional, reconociendo desde el contexto interno y externo del compromiso que las empresas de construcción de estudio asumen con la responsabilidad social. Este compromiso es un activo valioso, pues representa la disposición estratégica genuina a actuar éticamente y con conciencia social en el entorno donde operan con propósito y valor social.

A partir de estos resultados, se delinean tres zonas de gestión que deben guiar la toma de decisiones en materia de responsabilidad social en el sector construcción de Riohacha:

- En primer lugar, la fortaleza del compromiso social debe mantenerse y visibilizarse como un referente positivo, ya que refuerza la legitimidad empresarial ante la comunidad.
- En segundo lugar, la alianza y la inversión social conforman una zona intermedia que puede ser optimizada mediante planes integrados de cooperación, impacto social y sostenibilidad.
- Y, en tercer lugar, el área crítica identificada es el desempeño social. Este indicador con urgencia el diseño de estrategias de evaluación, seguimiento y articulación con actores comunitarios para mejorar los resultados y cerrar las brechas existentes.

En conclusión, la prueba de Tukey permitió comprender que, si bien existe una base favorable de compromiso organizacional con la RSE, el reto prioritario para las empresas constructoras de Riohacha está en fortalecer su impacto social efectivo y medible en las comunidades, elevando su contribución al desarrollo local sostenible.

5. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos, a partir del análisis ANOVA de un factor y la prueba post hoc de Tukey, reflejan una realidad heterogénea en la aplicación de la Responsabilidad Social

Empresarial (RSE) en las empresas constructoras del Distrito de Riohacha. Esta situación es coherente con lo señalado por (Vallaey, 2020), quien plantea que la RSE no puede reducirse a acciones aisladas, sino que debe estructurarse en torno a indicadores medibles que permitan evaluar su impacto real sobre las comunidades.

En ese sentido, la baja puntuación del indicador desempeño social muestra una brecha crítica entre las intenciones declaradas de las empresas y los resultados concretos que experimentan los grupos sociales a su alrededor. La ausencia de efectos tangibles limita la legitimidad de las prácticas de RSE y evidencia la necesidad de diseñar mecanismos de seguimiento y evaluación que vayan más allá del cumplimiento formal.

Por otro lado, los puntajes moderados obtenidos en los indicadores alianza e inversión sociales, ubicados en un mismo subconjunto homogéneo, muestran un avance relativo en la cooperación empresarial con actores externos y en la canalización de recursos hacia actividades con propósito social. Esto coincide con lo que afirman Rivera y Ruiz (2021), quienes enfatizan que la colaboración entre empresas, comunidades e instituciones contribuye a la sostenibilidad de las intervenciones sociales. Si bien los resultados reflejan cierto compromiso, el verdadero desafío radica en consolidar estas alianzas estratégicas de forma articulada, con visión de largo plazo, para que generen un impacto social sostenido y no se limiten a intervenciones puntuales o de carácter asistencial.

Por su parte, afirma (Gutiérrez ,2022) Las organizaciones deben ampliar su visión de desempeño más allá de los indicadores económicos y financieros, incorporando en su gestión la interacción y el impacto que generan en las comunidades. En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se establece como el referente que permite evaluar cómo las acciones de la empresa influyen de manera directa en el entorno social donde operan.

Finalmente, el alto puntaje del indicador compromiso social, que se posiciona en un subconjunto independiente y destaca sobre el resto, puede interpretarse como un reflejo de la creciente conciencia ética de las empresas frente a su entorno, creando una sinergia y cohesión en los grupos de interés para atender las necesidades acuciantes de las comunidades de sus alrededores. Según (Lozano, 2022); (Oliveros, 2016) el compromiso interno con la RSE, desde la gestión empresarial es el punto de partida

para desarrollar una cultura organizacional responsable, capaz de orientar la toma de decisiones hacia prácticas que integren los intereses empresariales con los de la comunidad. En este caso, la fortaleza del compromiso detectado debe ser vista como un activo estratégico, que puede y debe ser aprovechado para reforzar el resto de las dimensiones y elementos de la RSE, especialmente aquellas que muestran debilidades.

6.- CONCLUSIONES

De acuerdo con la relevancia de los hallazgos durante el proceso de investigación, es fundamental abordar los aspectos que, como resultado de un análisis reflexivo, proporcionaron una comprensión de la situación en estudio. En este sentido, se presentan a continuación las generalidades identificadas en consonancia con el objetivo delineado desde la fase inicial del trabajo.

En este particular, los resultados obtenidos evidencian diferencias significativas entre los elementos que componen la responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas del sector construcción del Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha. Este hallazgo revela que los compromisos sociales no se desarrollan de manera uniforme dentro de estas organizaciones, lo que pone de manifiesto una gestión desequilibrada entre las distintas áreas de acción social.

Particularmente, el indicador compromiso social fue la mejor valorada por los sujetos participantes, alcanzando la media más alta del estudio. Este resultado refleja una actitud favorable por parte de las empresas hacia los principios éticos y de responsabilidad que deben guiar su relación con el entorno. Es decir, existe una intención manifiesta de asumir la RSE como un componente legítimo de la cultura organizacional.

En contraste, el indicador alianza e inversión sociales se ubicaron en un nivel intermedio, compartiendo el mismo subconjunto estadístico. Esta cercanía indica que ambas dimensiones presentan un desarrollo similar, aunque aún requieren fortalecimiento. Si bien reflejan una disposición a cooperar con actores externos y canalizar recursos hacia iniciativas sociales, estas acciones podrían potenciarse si se integran bajo una visión estratégica compartida.

Sin embargo, una de las conclusiones más críticas del estudio es el bajo puntaje obtenido fue el indicador desempeño social, que no solo quedó aislada de los demás indicadores, sino que evidenció una débil conexión entre las acciones empresariales y los impactos reales en las comunidades. Esta situación sugiere que, a pesar del discurso sobre responsabilidad social, todavía falta una aplicación práctica efectiva que transforme las condiciones sociales de los territorios en los que estas empresas operan.

En general, se obtuvo que, aunque se han logrado avances en aspectos formales de la RSE, como la expresión del compromiso y la intención de inversión social, aún persiste una brecha importante en términos de resultados tangibles. Es necesario fortalecer la proyección social efectiva y medible, especialmente mediante mecanismos de evaluación,

sostenibilidad y articulación comunitaria que permitan consolidar una RSE auténticamente transformadora.

7. RECOMENDACIONES

- Fortalecer el desempeño social mediante planes de acción con indicadores claros de impacto comunitario, seguimiento periódico y participación de los grupos de interés.
- Diseñar estrategias de articulación interinstitucional y comunitaria para consolidar las alianzas e inversión social, promoviendo proyectos conjuntos con impacto sostenible.
- Institucionalizar la cultura de la responsabilidad social dentro de las empresas constructoras a través de capacitaciones, códigos éticos y mecanismos de rendición de cuentas que involucren a todos los niveles organizacionales.
- Incorporar la RSE como eje transversal en la planificación estratégica empresarial, de modo que se convierta en un componente estructural y no accesorio de la gestión corporativa.
- Desarrollar alianzas con entidades académicas, sociales y gubernamentales del Distrito de Riohacha, con el fin de fomentar procesos de desarrollo local inclusivos, sostenibles y culturalmente pertinentes.

8.- REFERENCIAS

- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. (Primera Edición ed.). Perú. Ediciones Enfoques Consulting Eirl
- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico Y Económico Escurialense*, (54), 173–198. <https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Argandoña, A. (2015). La responsabilidad social corporativa como fuente de valor añadido. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 22(1), 23–35.
- Bom-Camargo, Y.I., (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), XXVII (2), 130-146.[fecha de Consulta 18 de Julio de 2025]. ISSN: 1315-9518. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28066593008>
- Burgos Romero, C. (2018). La Responsabilidad Social o sostenibilidad: Un enfoque desde el entorno y la Comunicación. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 47-60. <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Gallardo, E (2017) Metodología de la Investigación: manual auto formativo interactivo. Perú. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

Gómez, M (2016) *Introducción a la Metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina. Editorial Brujas Segunda edición.

Gutiérrez-Ayala, J. (2022). Corporate social responsibility: an analysis from sustainability. *Inquietud Empresarial*, 22(2), I-IV. <https://doi.org/10.19053/01211048.15340>

Guevara Alba, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Hernández, R; Fernández, C y Baptista; M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Sexta Edición

Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México. Editorial Mc Graw Hill Education.

Hernández de la Cruz, J. E., Juárez Solís, S., & Pérez Sandoval, A. G. (2024). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia hacia los Objetivos Desarrollo Sostenibles en Pequeñas y Medianas Empresas mexicanas. *Transdigital*, 5(9), e308. <https://doi.org/10.56162/transdigital308>

Lizcano-Prada, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar*, 18(34), 119-134. <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2018.1/a08>

Lozano, J. M. (2022). *Ética empresarial y responsabilidad social: fundamentos para una gestión sostenible*. Editorial UOC.

Mendoza Quispe, J.A., Maurtua Gurmendi, L.G., y Aliaga Guevara, F.M.A. (2023). Responsabilidad social y la identidad corporativa de colaboradores de una empresa. Analizando correlaciones. *Religación Press*. <https://doi.org/10.46652/ReligacionPress.51>

Montoya Chavarry, D. A. y Chilcon Sosa, A. S. (2023). Responsabilidad social empresarial y su impacto en las empresas. *Horizonte Empresarial*, 10(1), 22-32. <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2463>

Oliveros Villegas, M. Á. (2016). El balance social como herramienta de responsabilidad social empresarial: Una aproximación teórica. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 93-106.

Paz, U; Paz, A; Estaba, R y Burgos, M (2022). *Reflexiones sobre el proceso de investigación científica*. Chile. Editorial Pragmatika

Paz, A; Sánchez, J y Magdaniel, Y (2015). *Responsabilidad social Un Compromiso de Todos*. Venezuela. Editorial Universidad de La Guajira. Primera Edición

Paz, Annherys; Paz, Eduardo y Paz José (2011) Responsabilidad social: un desafío u obligación ante la gestión ambiental en empresas carboníferas. *III Jornadas Científicas Internas Dr. José Gregorio Hernández*. Universidad Dr. José Gregorio Hernández. Maracaibo/Venezuela 23 y 24 de noviembre de 2011

Parra, E (2019) Las fases del proyecto de investigación. Colombia. <https://storage.ning.com/topology/rest/1.0/file/get/948103640?profile=original>

Ramos, P (2021) Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. RECAI. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, vol. 10, núm. 27, 2021. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968303001/html/>

Rivera, N., & Ruiz, C. A. (2021). *Gestión social empresarial: estrategias de articulación con actores territoriales*. Universidad Nacional de Colombia.

Ruiz, C y Valenzuela, M (2022). *Metodología de la investigación*. Perú. Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo (UNAT) - Fondo Editorial.

Ruso Armada, F; Armada Trabas, E; Verez García, M y Santos Cid, C (2024) Responsabilidad social corporativa, una alternativa de desarrollo para los pequeños negocios. Cofin Habana, 18(1). Epub 01 de enero de 2024. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612024000100001&lng=es&tlng=es

Santa Fajardo, L. M., Bom-Camargo, Y. I., Fajardo Calderón, C. L., & Macías Ramírez, V. H. (2021). Responsabilidad Social Pública para contribuir a la consolidación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. *Jurídicas CUC*, 17(1), 211–252. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.17.1.2021.08>

Tapia P., E., & Chamorro, D. (2023). Administración, teoría de la organización, estudios organizacionales como marco de la responsabilidad social empresarial. *Sapienza Organizacional*, 10(21), Julio-diciembre. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapienza/article/view/20182>

Tarrillo Saldaña, O., Mejía Huamán, J., Dávila Mego, J. S., Pintado Castillo, C. A., Tapia Idrogo, C. E., Chilón Camacho, W. M., & Vélez Escobar, S. B. (2024). *Metodología de la investigación: Una mirada global. Ejemplos prácticos*. CID - Centro de Investigación y Desarrollo.

Trillo Espinoza, Verónica Margarita, Lewis Zuñiga, Patricio Federico, Siles Nates, Fernando David, & Manrique Oroza, Pablo Ignacio. (2024). Responsabilidad social empresarial en la cultura empresarial como estrategia de sostenibilidad. *Aula Virtual*, 5(12), e327. Epub 19 de julio de 2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12535941>

Vallaey, F. (2020). La responsabilidad social universitaria: una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las instituciones educativas. Fondo Editorial PUCP.

Zacarias González, J. C, Mustieles Ocaña, A., & López Rodríguez, W. B (2024). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad y sostenibilidad. *Publicaciones e Investigación*, 18(2). <https://doi.org/10.22490/25394088.8620>

Zerpa de Hurtado, S. (2021). Ética del dinero en la organización utópica financiera internacional. *Sapienza Organizacional*, 8(17), 145.