

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS CONSULTORÍAS CONTABLES EN EL DEPARTAMENTO DE CORDOBA-MONTERIA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ACCOUNTING CONSULTING IN THE DEPARTMENT OF CORDOBA-MONTERIA

Artículo de Investigación

Johana Elisa Fajardo Pereira²

Melisa Andrea Fajardo Pereira³

Deivi David Fuentes Doria ⁴

Resumen: El propósito de este artículo fue analizar la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables, se realizó una investigación cuyos fundamentos teóricos fueron los autores Fernández (2010), el Libro Verde de la unión Europea (2001), Curto (2012). El estudio fue de tipo descriptivo, de campo, con un diseño no experimental transaccional. La población estuvo constituida por diez (10) consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba. La información fue recolectada por 63 unidades informantes directa relación con los aspectos financieros, procesos internos, se utilizó un instrumento de 12 ítems. Fue validado por 5 expertos. Su confiabilidad fue de 0,95. Se concluyó que la necesidad de optimizar la variable responsabilidad social en sus actividades, igualmente no conducen los negocios, por no tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Por ende, a modo de hacer cumplir a cabalidad con este aspecto es preciso desarrollar e implementar estrategias para la optimización la responsabilidad social empresarial parte de consultorías contables.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, Aspectos financieros, acciones sociales

Abstract: The purpose of this article was to analyze the corporate social responsibility of accounting consultations, to carry out an investigation whose theoretical foundations were the authors Fernández (2010), the Green Book of the European Union (2001), Curto (2012), among others. The study was descriptive, field type, with a non-experimental transactional design. The population consisted of ten (10) accounting consultancies from the Municipality of Montería-Córdoba. The information was collected by 63 direct reporting units related to financial aspects, internal processes, and specific 12-item documents. It was validated by 5 experts. Its reliability was 0.95. It was concluded that the need to update variable social responsibility in its activities, likewise not conduct business, by not taking into account the impacts that all aspects of its mobile activities on its customers, employees, shareholders, local communities, the environment and on society in general. Therefore, one way to fully enforce this aspect is to develop and implement strategies for the optimization of corporate social responsibility based on accounting consultations.

Keywords: Corporate social responsibility, Financial aspects, Social actions

Introducción

La responsabilidad social no debe encasillarse al simple accionar de la empresa hacia la comunidad, está referido en su sentido más amplio hacia la integración de ambos sectores, empresa y comunidad, en un

² Contador Público, Magister en Gerencia Empresarial; Asesora financiera; johanafajardo@hotmail.com UCC

³ Ingeniera Agrónoma, Magister en Gestión y Auditorías Ambientales; Asistente de Investigación; mfajardo@fca.edu.co

⁴ Contador Público, Doctor en Gerencia; profesor Investigador UPB; deivi.fuentesd@upb.edu.co

binomio que ofrezca asistencia a ambos en la resolución de problemáticas de interés colectivo (Barragán, García-Guilianny, Meza-Rodríguez, 2020). Del mismo modo, es importante realizar una evaluación continua de los lineamientos estratégicos de la organización en cuanto a la planificación, evaluación y ejecución de las acciones de responsabilidad social externa e interna (Fonseca, Monterrosa and López, 2020) lo cual implica definir como alinear las políticas, reglamentos y acciones que hacen coincidir los objetivos de la empresa con los intereses de su público, haciendo de la empresa una figura sensible, solidaria además de responsable, logrando así, reflejar una imagen confiablemente sólida (Fuentes-Doria et al., 2020) .

Para la investigación que se desarrolla, específicamente en la municipio de Montería- Córdoba, se ha seleccionado las empresas consultorías contables, pese a su extraordinaria trayectoria, a través de entrevistas realizadas a personal de esas empresas, se ha podido evidenciar que los aspectos inherentes a la plataforma filosófica de la Responsabilidad Social Empresarial (En adelante RSE), son poco conocidos, o simplemente obviados, reduciéndose a la creación de partidas para obras de caridad y otorgamiento de uniformes a diferentes equipos que soliciten el apoyo empresarial, sin orientar esfuerzo hacia problemáticas de su contexto y con el personal que labora en las consultorías contables del municipio (Fuentes-Doria,D García-Alarcon & Toscano-Hernandez, A, 2018)

Según las fuentes, hay poca aplicación de la RSE, mostrando escasas iniciativas coherentes a los procesos en donde se involucre el contacto con sus empleados ya que se ve reducido a cumplir solo lo que establece la ley con ellos (Rodríguez-Baron and Diaz-Ballester, 2018), además de la carencia de un modelo de gestión claro que establezca los programas, proyectos o iniciativas que tienen estas consultorías con sus empleados, lo cual es notoriamente grave, por ser empresas con años de trayectoria en el mercado, sin ser reconocidas socialmente en su entorno cercano.

Asimismo, las fuentes entrevistadas revelan que, lo mismo suele suceder con el público interno de la organización, al no establecer políticas para beneficiar a los colaboradores de estas empresas en diversas dimensiones como lo son la salud, vivienda, educación, bienestar y calidad de vida, por lo cual el problema toma dimensiones aún más notorias. De persistir esta situación, es decir, al no cumplir las empresas de consultorías contables del municipio de Montería- Córdoba, con la RSE, estarían de espaldas a la sociedad al no trabajar en pro de la cercanía con los clientes que representa una premisa esencial para la sostenibilidad de la empresa a largo plazo, dejando de responder a las necesidades en cuanto a inversiones sociales, y trabajo mancomunado en la sumatoria de esfuerzos en pro de mejoras de sus trabajadores, con lo cual la empresa será afectada adicionalmente en su competitividad en el mercado, al tiempo que estaría permanentemente fuera del cumplimiento de las leyes existentes.

Es importante destacar, que existen premisas para hacer notar cuando las empresas pudieran no estar asumiendo la responsabilidad social como herramienta de gestión en beneficio de sus empleados y la empresa. Según el diagnóstico obtenido a través de las entrevistas informales realizadas a empleados de las empresas de consultorías contables objeto de estudio, al parecer éstas no cumplen con la responsabilidad social empresarial, que demanda la sociedad, por lo cual es necesario hacer un análisis de la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables del Municipio de Montería - Córdoba. Finalmente, el presente artículo presenta la siguiente estructura: Introducción, Fundamentación Teórica, Métodos, Resultados, Conclusiones y Referencias Bibliográficas.

Responsabilidad Social Empresarial

Fernández (2010) la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, por los valores éticos, por la comunidad y por el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. En tal sentido, para toda empresa u organización, la Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa desarrolla sus operaciones de forma sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental, explorando los intereses de los distintos mercados, con los que se relaciona (accionistas, empleados, comunidad, proveedores y clientes, entre otros) y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

En cambio, para Flórez, A. (2010) la responsabilidad social empresarial la definen como un “conjunto de buenas prácticas que deben estar presentes en las políticas de las empresas desde su visión y misión, hasta sus principios, pasando por lo que es propiamente el gobierno corporativo y llegando a la operación misma de la compañía” (p.54). Por su parte, la Comisión Europea, en su Libro Verde (2001), manifiesta que la Responsabilidad Social Empresarial “es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (p.6); igualmente expone que “ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”(p.8).

Para González (2015), incluye la Responsabilidad Social Empresarial como:

Un patrón de crecimiento que concilie el desarrollo económico, social y ambiental en una economía competitiva, que favorezca el empleo de calidad, la igualdad de oportunidades, la cohesión social, entre otros; garantizando el respeto ambiental y el uso racional de los recursos naturales, de forma que permita satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades (p.34).

Todas las definiciones anteriores describen, en esencia, lo que debe considerarse al determinar la responsabilidad social de una empresa y sus alcances. Sin embargo, la definición de Fernández (2010, se ajusta con lo que pretende la presente investigación, donde la Responsabilidad Social Empresarial debe mantener los valores expresados por la empresa y se debe plasmar un conjunto integral de políticas, proyectos y programas a lo largo de las operaciones empresariales para institucionalizarla. De lo contrario, traería como consecuencia la ejecución de prácticas irresponsables, con el peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa.

Asimismo, refiere que la sociedad exige la mejora de su calidad de vida, y por lo tanto, pide al mundo de los negocios que intervenga en la resolución de problemas que se plantean como la conservación de la energía y la contaminación, entre otros. Por lo tanto, existen variables que se destacan en dichas definiciones, como la retoman varios de los autores y las organizaciones que se exponen adelante. La idea es que las empresas evolucionen y se unan a importantes cambios sociales, económicos y demográficos, lo que ha condicionado y obligado a expandir la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social, para dar lugar a las dimensiones interna, externa y beneficios de la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba.

Dimensión interna de la RSE

En lo correspondiente a la dimensión interna, El Libro Verde de la unión Europea (2001), contempla la inversión en los recursos humanos de la organización, sus objetivos personales, familiares y profesionales, sus problemas y necesidades; la salud y seguridad y la gestión del cambio. Manifiesta que la primera responsabilidad social de la empresa es con sus trabajadores. Ninguna empresa o institución puede decir que realiza Responsabilidad Social si no respeta primero a sus trabajadores, si no les proporciona ambientes de trabajo saludables y condiciones favorables para su desarrollo personal y profesional.

Por otra parte, según Fernández (2010), la dimensión interna de la responsabilidad social o responsabilidad social interna es la que afecta a sus trabajadores, a su impacto medio ambiental, a la gestión de la materia prima, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos. De igual manera, Sierra (2012) entiende la responsabilidad social interna como la rama que va dirigida al departamento de capital humano de la organización, logrando una óptima gestión enfocada desde el punto de vista social, ético y humano para llevar a cabo una buena labor del empleado de la empresa.

Siguiendo estos lineamientos, cabe destacar lo expuesto por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), quien manifiesta que dentro de la empresa las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a disputas como la inversión de recursos humanos, la salud, seguridad, entre otros.

Ahora bien, luego de ver los precitados autores anteriormente expuestos, es justo decir que existe una notable coincidencia en cuanto a la conceptualización de la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial donde se recalcan aspectos fundamentales como son los recursos humanos, las practicas socialmente responsables, así como los planes e implementación de la misma. De igual manera el autor fija posición con Fernández (2010), ya que sintetiza de una mejor manera, todos los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Interna, cubriendo los distintos aspectos que conforman desde los trabajadores hasta las condiciones de trabajo o la peligrosidad de los productos utilizados por la compañía.

Luego de ser analizadas estas definiciones, se puede inferir que la responsabilidad social interna es aquella que afecta, en primer lugar, a los trabajadores, en cuanto a la inversión que se le da a la gestión de Recursos Humanos, a la seguridad y salud del trabajo, a la gestión de cambio y sus implicaciones en segundo lugar, afecta a las consecuencias medioambientales de los procesos productivos, en especial a aquellas que afecten a los trabajadores de las consultorías contables del Municipio de Monteria- Cordoba

Dimensión externa de la RSE

Si bien el concepto de responsabilidad social externa se ha venido desarrollando desde principios de los años setenta, no existe una definición única y comúnmente aceptada. Se trata de un concepto en desarrollo que, por su propia naturaleza, es dinámico, variable en el tiempo, en el espacio, y entre las distintas empresas, en función de las cambiantes expectativas de los actores clave.

De acuerdo al Libro Verde de la de la Comunidad Económica Europea (2001), el ámbito externo de la responsabilidad social empresarial constituye una dimensión de acción e inversión para la empresa en pro de mejorar la calidad de vida de los menos favorecidos, protección al medio ambiente, oportunidad de

empleo, programas de educación y capacitación participación en los problemas locales del entorno de la empresa, programas de viviendas, de centros de cuidado infantil, actividades recreativas, entre otras.

En el mismo orden de ideas, la interpretación que se haga de la responsabilidad social externa, tal como señala Guédez (2010), influye en el diálogo entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Por tanto, propicia como resultado diferentes implicaciones, según la visión de las distintas partes, en cuanto a la legitimidad, las obligaciones y el impacto de los estándares de responsabilidad social externa. Por ejemplo, hay que tener cuidado a la hora de entender y definir el término. Como señala el autor Henao (2013), las organizaciones están en poder de profesionales que desempeñan diferentes roles, y en la mayoría de los casos son empleados responsables con grandes capacidades para cumplir con las tareas y actividades encomendadas. Por lo cual, efectúan en la mayoría con los niveles de responsabilidad social que le competen.

Por otro lado, Fernández (2010) manifiesta que son aquellas acciones para beneficio de la sociedad en su conjunto proveedores, consumidores, clientes, contratistas; en otras palabras, las denominadas stakeholders o partes interesadas, que no son otro que los colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si se auto define como socialmente responsable. En tal sentido, la investigadora fija posición con Fernández (2010), puesto que su criterio sobre la responsabilidad social externa, establece un vínculo entre las empresas y el entorno que la rodea, definiendo a estas que interactúan con su entorno de forma positiva como socialmente responsables aportando un criterio más enriquecedor a la investigación.

Otros Beneficios de las RSE

La responsabilidad social en las empresas ofrece los siguientes beneficios: estimula la productividad de los trabajadores en cuanto a rentabilidad; mejora la reputación corporativa, imagen corporativa, lo cual es un reconocimiento ante el público externo y es muy valorado en las compañías modernas, busca relaciones de “ganar-ganar” en lo que se refiere a competitividad así lo define (Matos 2012). De igual manera, los beneficios de la responsabilidad social empresarial estimulan la productividad de los trabajadores ya que les brinda beneficios de rentabilidad imagen corporativa, cambia la reputación de la empresa, desde un punto de vista externo mejora la lealtad del consumidor, valoración de imagen y marca, es un elemento útil y eficaz para el modelo productivo de la empresa.

En tal sentido Pelekais y Col (2015), la responsabilidad social empresarial establece ampliar las estrategias que tengan en cuenta los intereses de los grupos, someterá la amenaza de que la orientación de la empresa entre en conflicto con ellos. Igualmente, la responsabilidad social empresarial mejora la popularidad de la marca y produce incentivos fiscales.

Cabe destacar, para los autores antes mencionados los beneficios de la responsabilidad social empresarial existen tres patrociniados como lo son: la competitividad, la imagen corporativa y la rentabilidad que establecen ampliar las estrategias que tenga en cuenta intereses grupales los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus empleados, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente.

En este orden de ideas, Villareal (2015), menciona que es el nivel y el carácter de los beneficios que pueden condescender la aplicación de la responsabilidad social en una empresa son referente a la naturaleza de la misma y es difícil de considerar. Para el autor, a menudo los beneficios de la responsabilidad social empresarial se utilizan para optimizar la competitividad de la empresa, la imagen corporativa y la rentabilidad en un corto plazo, las prácticas de responsabilidad social adicionan valor a los negocios de la compañía, la cual puede importar de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios.

Al analizar dichas posturas, se constató que después de lo planteado por tres autores con visiones similares sobre los beneficios de la responsabilidad social empresarial, que la competitividad, la imagen corporativa y la rentabilidad es el fuerte para las organizaciones. Por naturaleza, son altamente perceptibles para los consumidores y tienen el potencial de fortalecer o fragilizar su opinión en cuanto a lo que personifica la organización.

Luego de todo lo expuesto por los autores antes señalados, se fija posición con Matos (2012), ya que el mismo se expresa sobre los beneficios de una forma directa sin rodeo alguno, y toca puntos vitales como son mejorar imagen de la compañía o la productividad de los trabajadores, logrando así un aporte mucho más valioso para la investigación. Ahora bien, luego de lo inferido por los autores es justo decir que son sustanciosos los beneficios que otorga la responsabilidad social empresarial, puesto que no solo mejora la productividad de los trabajadores, la competitividad, o la imagen de las consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba , este aporte social brinda la oportunidad de llevar una relación más estrecha con la sociedad, al punto de satisfacer a la colectividad, el cliente, el trabajador y la empresa, todos actores involucrados salen beneficiados con la aplicación de la responsabilidad social empresarial.

Métodos

El tipo de investigación fue descriptiva, no experimental, transaccional, con un diseño de campo. La población se conformó por diez (10) consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba. La información fue recolectada por 63 unidades informantes directa relación con los aspectos financieros, procesos internos, Para obtener los datos correspondientes a los objetivos planteados, se elaboró un cuestionario constituido por 12 ítems con 5 alternativas de respuesta y los cuales fueron validados por 5 expertos, determinándose la confiabilidad por el método Alpha de Crobach arrojando un valor de 0,95. Para analizar los datos se utilizó el programa SPSS versión 17.0, se describió la variable utilizando distribuciones de frecuencias.

Resultados y discusión

A continuación se dará inicio al análisis de los resultados obtenidos en el presente estudio, mediante la recolección de los datos pertenecientes a la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba; por consiguiente a través de la presentación de tablas sinópticas que engloban los datos concernientes a los indicadores, dimensiones, y la variable; se realizará una descripción e interpretación detallada de los valores numéricos obtenidos, que expresan fehacientemente la realidad obtenida.

Tabla 1
Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión	Alternativas de Respuestas												Promedio
	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca		Total		
	5		4		3		2		1				
	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)	FA	FR (%)	
Dimensión interna	4	6,6	12	19,7	25	39,2	13	20,4	9	14,2	63	100,0	2,51
Dimensión externa	1	1,1	7	11,3	18	29,1	22	34,6	15	24,0	63	100,0	2,26
Beneficios	5	8,1	12	19,8	21	33,2	17	26,3	8	12,7	63	100,0	2,44
Total Variable	3	5,3	11	16,9	21	33,8	17	27,1	11	16,9	63	100,0	2,40
Media	2,40												
Baremo	baja presencia												

Fuente: Autor

La dimensión interna (tabla 1), se obtuvieron los siguientes resultados: el 39,2% del total de la población encuestada indicó que algunas veces esta dimensión es un principio presente dentro de las consultorías contables; mientras el 20,4 % señaló que casi nunca, está presente la dimensión interna de estos recintos; así mismo el 19,7% de los sujetos refirió que casi siempre es puesta en práctica por parte de las por el personal de gerentes y contadores. Por su parte, el otro 14,2% de la población respondió que nunca las consultorías actúan acorde a la dimensión interna, mientras que el 6,6% restante de los sujetos encuestados expresaron que estos principios siempre están presentes.

Así pues, luego del cálculo estadístico entre los valores porcentuales pertenecientes a esta dimensión, se obtuvo un promedio aritmético de 2,51 el cual al ser comparado con el baremo de medición para la interpretación de la media se ubicó en la categoría de moderadamente bajo en relación a la explicación establecida para los indicadores de esta dimensión.

En consecuencia, Fernández (2010), refiere que esta dimensión interna de la responsabilidad social o responsabilidad social interna es la que afecta a sus trabajadores, a su impacto medio ambiental, a la gestión de la materia prima, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos. De acuerdo con la definición establecida por el autor para esta dimensión, se tiene que la misma coincide y cumple con la forma mediante la cual están siendo aplicadas las nociones de dimensión interna.

Seguidamente, para la dimensión externa, se obtuvieron los siguientes resultados: el 34,6% del total de la población encuestada indicó que esta dimensión casi nunca está presente dentro de las consultorías contables; mientras el 29,1% señaló que algunas veces, está presente en estos recintos; así mismo el 24,0% de los sujetos refirió que nunca es puesta en práctica por parte de las por el personal de gerentes y contadores. Por su parte, el otro 11,3% de la población respondió que casi siempre las consultorías actúan acorde a la dimensión, mientras que el 1,1% restante de los sujetos encuestados expresaron que estos elementos siempre están presentes.

Así pues, luego del cálculo estadístico entre los valores porcentuales pertenecientes a esta dimensión, se obtuvo un promedio aritmético de 2,26 el cual al ser comparado con el baremo de medición para la interpretación de la media se ubicó en la categoría de baja presencia en relación a la explicación establecida para los indicadores de esta dimensión.

En consecuencia, Fernández (2010), refiere que la dimensión externa son aquellas acciones para beneficio de la sociedad en su conjunto proveedores, consumidores, clientes, contratistas; en otras palabras, las denominadas stakeholders o partes interesadas, que no son otro que los colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si se auto define como socialmente responsable. De acuerdo con la definición establecida por el autor para esta dimensión, se tiene que la misma no cumple con la forma mediante la cual están siendo aplicadas las nociones de dimensión externa.

La dimensión beneficios, se obtuvieron los siguientes resultados: el 33,2% del total de la población encuestada indicó que algunas veces están presente dentro de la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables; mientras que el 26,3% señaló que casi nunca esta dimensión es considerada; así mismo el 19,8% de los sujetos expresó que casi siempre la alta dirección de la empresa realiza la dimensión beneficios. Por su parte, el 12,7% de la población respondió que nunca la empresa implementa estos beneficios; mientras que el 8,1% restante de los sujetos encuestados expresaron que siempre esta dimensión es considerada.

Así pues, luego del cálculo estadístico entre los valores porcentuales pertenecientes a esta dimensión, se obtuvo un promedio aritmético de 2,44 el cual al ser comparado con el baremo de medición para la interpretación de la media se ubicó en la categoría de baja presencia en relación a la explicación establecida para los indicadores de esta dimensión.

Al tomar en consideración los resultados de la tabla 1, relacionados con la variable Responsabilidad Social Empresarial, se expresan los siguientes resultados: el 33,8%, de la población encuestada expresó que algunas veces las consultorías estos compromisos en sus operaciones; de igual forma el 27,1% de la población indicó que casi nunca estos instrumentos de Responsabilidad están presentes en sus operaciones; por su parte el 16,9% de la población manifestó que casi siempre los principios de esta variable se encuentran contemplados en las políticas de la empresa.

Ahora bien, el 16,9% estableció que nunca las empresas contemplan los principios, instrumentos y requisitos de la responsabilidad social Empresarial en las actividades que desempeñan, por su parte 5,3%, de los sujetos informantes indicó que siempre es óptima en las empresas de consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba.

Seguidamente, puede evidenciarse que el promedio de la variable mediante el cálculo de la media aritmética es de 2,40 por lo cual, al evaluarlo con el baremo de interpretación, obtuvo la categoría de baja presencia; puesto que estas empresas no cumplen en su gestión la aplicación de los principios, instrumentos y requisitos para llevar a cabo una óptima Responsabilidad Social Empresarial.

Realizando el contraste entre el resultado categórico obtenido para la variable de la presente investigación, con el antecedente enmarcado en la misma variable realizado por González (2017) en su trabajo titulado “Responsabilidad social interna en los medios impresos del Municipio Maracaibo”, se evidencia que la misma obtuvo un promedio aritmético de 2,31 catalogado por la categoría de baja presencia, según el baremo de dicho antecedente. Por lo tanto, al compararse con el promedio de 2,40 obtenido por la variable del presente estudio, el cual se ubica en la categoría de baja presencia, entonces puede determinarse una amplia similitud entre la deficiente Responsabilidad social llevada a cabo por las consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba.

Conclusiones y recomendaciones

En la investigación se concluyó que la responsabilidad social empresarial de las consultorías contables es moderadamente bajo, considerando que se realizan parcialmente actividades que integra la visión estratégica de esta, junto a los objetivos comerciales o competitivos, los aspectos sociales en la que cobran relevancia la gestión de los activos intangibles como el capital intelectual, la reputación, la transparencia, entre otros, para dicha dimensión.

Asimismo, se evidencia la necesidad de optimizar la variable responsabilidad social en sus actividades, igualmente no conducen los negocios, por no tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Por ende, a modo de hacer cumplir a cabalidad con este aspecto es preciso desarrollar e implementar estrategias para la optimización la responsabilidad social empresarial parte de consultorías contables del Municipio de Montería- Córdoba.

Referencias Bibliográficas

- Arias (2016). El proyecto de investigación. Séptima edición venezolana. Venezuela: Ediciones el pasillo 2011, C.A.
- Banea (2017). Metodología de la investigación. Tercera edición digital mexicana. México: Grupo editorial patria.
- Barragán, García-Guilianny, Meza-Rodríguez, M. y O. (2020) ‘Responsabilidad social empresarial en medios impresos en los Departamentos del Atlántico y Magdalena (Colombia) Corporate’, 41(1).
- Europea, C. d. (2001). Libro Verde. Bruselas: COM.
- Fernández, R. (2010). Administración de la responsabilidad social corporativa. Madrid, ED. Thomson.
- Florez, A. (2010). La Responsabilidad social empresarial en las PYME de Colombia. Bogotá: EAN.
- Fonseca, A., Monterrosa, N. and López, D. (2020) ‘ECONÓMICAS’, 41(1).
- Fuentes-Doria, D., Toscano-Hernández, A., Murillo, V., Pérez, M. & Jiménez, A. (2019). Sostenibilidad y contabilidad ambiental: Análisis bibliométrico y revisión documental de la investigación científica en el periodo 2013-2017. *Económicas CUC*, 41(1). DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.2>
- Fuentes-Doria D., García, H. A. and Toscano-Hernandez, A. (2018) ‘Estado actual de la implementación de las Normas Internacionales de Información Financieras (NIIF) en PyMEs de la ciudad de Montería , Colombia’, *Faces*, 24(51), pp. 1–16.
- González, E. (2015). Responsabilidad Social Empresarial Interna como Ventaja Competitiva en las Pymes del Sector Comercial destinadas a la Carpintería del Municipio Maracaibo Estado Zulia”. . Maracaibo: s/e.

González, J. (2015). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas constructoras del municipio Maracaibo. Maracaibo: s/e.

Guédez, V. (2010). Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial. Caracas: Planeta.

Guerere, J. (2008). Empresa Responsable- Empresa Sustentable. Ediciones Graffor C.A.

Henao, J. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Gestión en la Organización Pranha S.A. Manizales: UNC.

Matos, D. (2012). La responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), Constructora del municipio Lagunillas. Maracaibo: LUZ.

Pelekais y Col (2015). El ABC de la investigación. Pauta pedagógica. Séptima edición venezolana. Venezuela: Ediciones Astro Data S.A.

Sierra, V. (2012). Estudio del grado de desarrollo de la responsabilidad social corporativa a través de las memorias de sostenibilidad y de las audiencias en televisión. Logroño: Universidad de la Rioja.

Rodriguez-Baron, R. and Diaz-Ballester, J. (2018) 'GESTIÓN HUMANA Y SU ESTADO ACTUAL EN LAS PYMES DE MONTERIA', Ediciones Corporación Universitaria latinoamericana, 1(1), pp. 39–63.

Villareal, F. (2015). Diversidad, Talento y Responsabilidad Social de las Empresas. Madrid: SDC.