

**Impacto del liderazgo y la reputación en la credibilidad de la firma de contadores
públicos Contafast S.A.S en Túquerres**

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Contables

Contaduría Pública

Lina María Bolaños Cortés

Robinson Efrén Pérez Imbacuan

Tutor: María del Socorro Rivera Cobo

Opción de trabajo de grado seminario

2024

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, a nuestros padres por el apoyo constante, por la espera, la confianza y la ayuda que siempre nos brindaron, a toda nuestra familia que ha sido el motor para seguir Formándome como profesional; amigos, profesores y quienes nos ayudaron con sus conocimientos y gran experiencia para llegar hasta este importante momento.

Agradecimientos

Agradecemos a nuestros docentes por compartir sus enseñanzas con amor y dedicación, a nuestros padres e hijos por la comprensión en cada momento que no pudimos estar con ellos mientras estábamos persiguiendo un sueño, que estamos seguros los van a hacer sentir orgullosos, a Dios por darnos claridad, salud y fuerza para sacar nuestra hermosa profesión adelante. mil y mil gracias.

Tabla de contenidos

Resumen.....	6
Palabra clave.....	7
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	8
Metodología de búsqueda de la información	10
Sustentación teórica de la pregunta.....	12
Teorías fundamentales.....	13
Teorías complementarias	14
Marco regulatorio.....	14
Resultados de informe final.....	17
Conclusiones.....	23
Referencias.....	26
Anexos	27

Tabla de ilustraciones

Figura 1 cuestionario de encuesta.....	27
Gráfica 1. Gráfica de pastel.....	28
Gráfica 2. Gráfica de pastel.....	29
Gráfica 3. Gráfica de pastel.....	30
Gráfica 4. Gráfica de pastel.....	31
Gráfica 5. Gráfica de pastel.....	32
Gráfica 6. Gráfica de pastel.....	33
Gráfica 7. Gráfica de pastel.....	34
Gráfica 8. Gráfica de pastel.....	35
Gráfica 9. Gráfica de pastel.....	36
Gráfica 10. Gráfica pastel.....	37
Gráfica 11. Gráfica de barras, resultados clave.....	38

Resumen

El liderazgo y la reputación son dos aspectos esenciales en el espacio de los negocios, la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en el municipio de Túquerres constituye un enfoque claro en pro de los objetivos de la empresa creando en cada trabajador un líder efectivo, competente al momento de tomar decisiones convenientes, comunicarse de forma clara y efectiva, y promover un ambiente de trabajo colaborativo y de confianza.

Para la firma **CONTAFAST S.A.S** son muy valiosas la eficacia del trabajo, la ética, la transparencia y el cumplimiento de los compromisos ajustándose siempre a las reglas y normas vigentes. Asimismo, procura instaurar relaciones sólidas con sus clientes, brindando un trato personalizado y una asistencia excepcional. El problema se centra en la insuficiencia para comprender como el liderazgo, la reputación y la ética empresarial, impactan en la credibilidad de la firma.

El objetivo general planteado fue:

Analizar el impacto del liderazgo y la reputación en la credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S**

Se esperan efectos que ayuden a identificar espacios de avance en el liderazgo y la reputación de la firma, así como plantear estrategias concretas para mejorar su credibilidad. El impacto de este trabajo se reflejará en una mayor seguridad por parte de los clientes, un posicionamiento en el mercado y un desarrollo sostenible de la firma.

Se enfatiza el grado de importancia de un liderazgo positivo en la toma de disposiciones estratégicas, la motivación de los empleados y una organización sólida, asegurando transparencia en las operaciones y la satisfacción de los clientes.

El impacto académico de este estudio sobre el liderazgo, la reputación y la credibilidad en públicos **CONTAFAST S.A.S**, sería la generación de conocimiento sobre el grado importancia de desempeñar bien la profesión contable, brindando nuevas perspectivas y orientaciones para la formación de expertos en el área.

Desde un punto de vista práctico, la realización de las habilidades planteadas en el proyecto podría tener un impacto indicador en el ejercicio de la profesión contable en **CONTAFAST S.A.S**, sus colaboradores podrían favorecerse de un ambiente laboral motivador y colaborativo mejorando su desempeño y satisfacción laboral.

Palabras clave

Credibilidad, liderazgo, reputación, confianza, ética profesional, transparencia.

Pregunta orientadora de la búsqueda

El informe final se centra en la necesidad de entender cómo el liderazgo y la reputación impactan en la credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en el municipio de Túquerres, con el fin de identificar áreas de avance y proponer estrategias que permitan mejorar el enfoque de la empresa en el mercado y ampliar la confianza de los clientes. Se aspira a examinar el impacto del liderazgo y la reputación en la credibilidad de la firma de contadores trazando la importancia de comprender cómo factores, como el liderazgo, la reputación, la confianza, la ética profesional y la transparencia intervienen en la percepción de credibilidad de esta firma.

La problemática nace de la posible falta de transparencia y seguridad en las firmas de contadores públicos de Túquerres, lo que podría afectar su credibilidad y reputación en el mercado local. La ética profesional se muestra como un apoyo elemental en la construcción de una reputación sólida.

La investigación se orientará en identificar los factores clave que inciden en la percepción de credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en Túquerres, indagando cómo el liderazgo, la reputación y la ética profesional pueden impactar en la confianza de los clientes y en el afianzamiento de una imagen sólida en el ámbito empresarial.

Se busca entender cómo la composición de liderazgo ético, reputación positiva y transparencia en las prácticas profesionales puede ayudar a mejorar la credibilidad de **CONTAFAST S.A.S**, posicionándola como referente confiable y ético en el mercado local.

El impacto del liderazgo, la reputación y la ética profesional en la credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en el municipio de Túquerres es un argumento de gran relevancia en el ámbito empresarial y financiero. En este orden de ideas, es importante examinar cómo estos elementos influyen en la idea que tienen los clientes y la comunidad en general sobre la calidad de los servicios prestados.

Tomando como base lo anteriormente expuesto se definió la siguiente pregunta orientadora de la búsqueda:

¿Cómo influye el liderazgo y la reputación en la imagen y credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** de Túquerres?

Y para responder la pregunta anterior se determinó el siguiente objetivo general:

Analizar el impacto del liderazgo y la reputación en la credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en el municipio de Túquerres.

A partir de este objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Evaluar las características del liderazgo actual en la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en Túquerres.

Analizar la reputación de la firma y su influencia en la percepción de credibilidad por parte de los clientes.

Proponer estrategias para fortalecer el liderazgo y la reputación de la firma y mejorar su credibilidad en el mercado.

Metodología de búsqueda de la información

El enfoque metodológico que se llevó a cabo fue el método cualitativo que tomó muy en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a los seis auxiliares contables de la firma, y también a veinte personas particulares con el fin de hacer un análisis sobre liderazgo y reputación en el sector de la contaduría pública, así como también mirar los elementos clave que intervienen en la percepción de la credibilidad en el momento de solicitar una asesoría contable en el municipio de Túquerres. También se hizo uso de las palabras clave como son credibilidad, liderazgo, reputación, confianza, ética profesional, y transparencia, dentro del sector contable y organizacional, en material web, encontrando varios autores y referentes que nos ayudaron a localizar bases sólidas para entender el tema, y poder desarrollarlo y aplicarlo a nuestro material de estudio.

Para lograr una buena reputación y liderazgo se deben conocer las necesidades de los clientes al momento de solicitar una asesoría contable o escoger una firma, es por esta razón que **CONTAFAST S.A.S** en su afán de conseguir un posicionamiento se preocupa por manejar los valores corporativos, junto al buen desarrollo de la práctica contable, identificando los principales desafíos que se nos presentan para llevarnos a generar un impacto dentro de la competitividad en cuanto a la credibilidad, liderazgo y reputación, tomando en cuenta que es importante:

Investigar qué ejercicio conduce a un buen liderazgo, cómo influir en las personas, formulas del trabajo exitoso, comportamientos éticos, habilidades para llegar al éxito.

Medir los resultados de la puesta en marcha de los valores empresariales dentro de la práctica contable en **CONTAFAST S.A.S** de Túquerres.

Diseñar modelos de ética profesional para la optimización de la firma de contadores públicos, armonizando el liderazgo ético, la reputación positiva y transparencia en las prácticas profesionales para ayudar a fortalecer la credibilidad de **CONTAFAST S.A.S**, posicionándola como referente confiable y ético en el mercado local.

Fuentes de información

Las fuentes primarias utilizadas para la recolección de datos son las encuestas de forma presencial, la observación y la consulta en bases de datos académicas de la red (web).

Sustentación teórica de la pregunta

En cuanto a la sustentación teórica de la pregunta, es importante subrayar que el liderazgo, la reputación y la ética profesional son elementos esenciales en la gestión de una firma de contadores públicos. Un liderazgo efectivo puede influir en la motivación y el compromiso de los empleados, lo que a su vez puede impactar en la eficacia de los servicios brindados. Por otro lado, una buena reputación y una ética profesional sólida consiguen generar confianza y credibilidad en los clientes, lo que puede traducirse en una mayor fidelización y recomendación de los servicios de la firma.

Ruiz c, joselyn k, silva v, neif g, vanga a, maria g. (2018). Scielo, revista venezolana de gerencia, vol. 13. Habla del comportamiento, la ética empresarial, y el desempeño laboral en las organizaciones, también explica de la importancia de las capacitaciones al personal para explorar sus capacidades y conocimientos, con miras al cumplimiento del objetivo empresarial. En la revista venezolana de gerencia, vol. 8 núm. 22 crespo, m, (2003). Trata de lo ético de la ética empresarial, citando a Adela cortina como la promotora y defensora más influyente, en el mundo de habla hispana, del discurso sobre la ética de los negocios, dando a conocer el impacto que ha tenido la implementación de nuevos modelos empresariales y la rentabilidad que ha generado la buena reputación que en una organización. Por otra parte, isaacson w. (1997) Steve Jobs lecciones de liderazgo, trata acerca de hacer cambios en el estilo de liderar de manera que se convierta en una habilidad para llegar al éxito por medio de la creatividad, la colaboración y la persistencia.

Guillen e. (2020), el abc de coaching de john c. Maxwel. Lo que todo líder debe saber. Habla acerca de las cualidades que debe tener un buen mentor para ayudar a los demás a volar

por sus propios medios, teniendo en cuenta la actitud positiva, la inspiración y el aprendizaje continuo, entorno al apoyo y la confianza.

Algunas de las teorías consultadas y que se considera que contribuyeron al desarrollo de este informe final son:

Teorías Fundamentales:

Teoría de la agencia: esta teoría analiza las relaciones entre los principales y los agentes (en este caso, los socios de la firma y los clientes). La reputación y el liderazgo influyen en la confianza que los clientes depositan en los auditores, mitigando los problemas de agencia.

Teoría de los stakeholders: esta perspectiva amplía la visión más allá de los accionistas, incluyendo a todos los grupos de interés de la firma (empleados, clientes, proveedores, comunidad, etc.). La reputación y el liderazgo influyen en la percepción de todos estos grupos, impactando directamente en la credibilidad de la firma.

Teoría de la identidad social: la identidad de los contadores públicos está estrechamente ligada a la reputación de la firma. El liderazgo juega un papel crucial en la construcción y el mantenimiento de esta identidad, influyendo en la percepción de los demás.

Teoría de la atribución: esta teoría explica cómo las personas atribuyen causas a los eventos. En el caso de una firma de contadores, la reputación y el liderazgo pueden influir en las atribuciones que hacen los clientes sobre los resultados de las auditorías.

Teorías Complementarias:

Teoría de la confianza: la confianza es un elemento clave en las relaciones entre los auditores y los clientes. La reputación y el liderazgo influyen directamente en la construcción y el mantenimiento de la confianza.

Teoría de la comunicación: la comunicación efectiva es fundamental para construir y mantener la reputación de una firma. El liderazgo juega un papel crucial en la comunicación interna y externa.

Teoría de la ética: a ética profesional es un pilar fundamental de la contabilidad. El liderazgo ético es esencial para construir una reputación sólida y creíble.

Marco Regulatorio:

Por otro lado, el marco regulatorio colombiano que rige la profesión contable es fundamental para entender el contexto en el que operan las firmas y cómo este influye en su liderazgo, reputación y credibilidad. Al analizar este marco, se pueden identificar los factores legales y normativos que inciden directamente en la forma en que las firmas son percibidas por el público, los clientes y las autoridades.

A continuación, se presentan aquellos aspectos claves del marco regulatorio que los autores del informe final consideran de gran importancia para el desarrollo de su trabajo:

Ley 43 de 1990: esta ley establece los requisitos para ejercer la profesión contable en Colombia, define los deberes y responsabilidades de los contadores públicos, y crea el Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP).

Decretos reglamentarios: estos decretos complementan la ley y establecen normas más detalladas sobre temas como la ética profesional, la auditoría, los servicios y la disciplina contable.

Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) y Normas Internacionales de Auditoría (NIA): aunque no son leyes colombianas, estas normas tienen un gran impacto en la práctica contable y son adoptadas por el CTCP, de hecho las Normas Internacionales de Contabilidad constituyen el marco técnico contable vigente en Colombia y de la misma forma las Normas Internacionales de Auditoría establecen una guía para la realización de auditorías y de revisorías fiscales en Colombia dependiendo del marco normativo adoptado (NIIF plena o pymes).

Normas de Información Financiera (NIF): desarrolladas por el CTCP, estas normas establecen los criterios para la preparación y presentación de los estados financieros.

Código Disciplinario: este código establece las sanciones para los contadores públicos que incumplan las normas profesionales.

Con base en todo lo anteriormente mencionado los autores identificaron los siguientes aspectos relacionados con el contexto de su trabajo:

Ética profesional: la ley 43 de 1990 establece los principios éticos fundamentales que deben guiar la conducta de los contadores públicos. Estos principios son la base para construir una reputación sólida y confiable.

Responsabilidad profesional: esta misma ley define las responsabilidades de los contadores públicos, incluyendo su deber de actuar con integridad y objetividad.

Sanciones disciplinarias: además establece las sanciones para los contadores que infrinjan las normas profesionales. El riesgo de sanciones puede incentivar a los líderes de las firmas a fomentar una cultura de cumplimiento y ética.

Supervisión del CTCP: La ley 43 de 1990 crea el Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP), encargado de supervisar el ejercicio de la profesión. La efectividad de esta supervisión puede influir en la percepción que tienen los usuarios de los estados financieros sobre la credibilidad de las firmas.

También es importante tomar en cuenta cómo influyen las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en el liderazgo y credibilidad de una firma de contadores públicos en Colombia:

Las NIIF son un conjunto de normas contables que establecen los principios y procedimientos para la preparación y presentación de los estados financieros y su influencia en la problemática analizada tiene relación con:

Calidad de la información financiera: las NIIF buscan garantizar que la información financiera sea relevante, confiable, comparable y comprensible. La calidad de la información financiera producida por una firma está directamente relacionada con su reputación.

Complejidad y juicio profesional: la aplicación de las NIIF requiere un alto nivel de juicio profesional. El liderazgo de una firma juega un papel crucial en la capacitación de su personal y en la promoción de una cultura de calidad.

Convergencia con las NIIF: el proceso de convergencia a las NIIF en Colombia ha generado desafíos y oportunidades para las firmas de contadores públicos. La forma en que las firmas han abordado este proceso puede haber influido en su reputación.

Es por ello que los líderes de las firmas deben garantizar el cumplimiento de las normas legales y profesionales, fomentar una cultura de ética y calidad, y comunicar de manera efectiva los valores de la firma a sus empleados y clientes. Además, la forma en que las firmas aplican las NIIF y cumplen con las normas éticas tiene un impacto directo en su reputación. Una reputación sólida se basa en la confianza que depositan los usuarios de los estados financieros en la calidad y fiabilidad de la información que se presenta y finalmente la credibilidad de una firma se ve reforzada cuando demuestra un compromiso con la calidad, la ética y el cumplimiento de las normas.

Resultados del informe final:

A continuación, se presentan los resultados obtenidos durante la realización de este informe final:

1. ¿Consideras que el liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** es efectivo para guiar al equipo hacia el logro de los objetivos de la firma?

Si no

24 2

2. ¿Crees que la reputación de **CONTAFAST S.A.S** influye en la percepción de confiabilidad de sus servicios contables?

Si no

13 13

3. ¿El liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** fomenta un ambiente de trabajo colaborativo y motivador?

Si no

24 2

4. ¿La reputación de **CONTAFAST S.A.S** ha sido un factor determinante en tu decisión de contratar sus servicios contables?

Si no

19 7

5. ¿El liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** demuestra valores éticos y transparencia en sus acciones?

Si no

20 6

6. ¿La reputación de **CONTAFAST S.A.S** se ha mantenido consistente a lo largo del tiempo?

Si no

22 4

7. ¿El liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** promueve la innovación y la mejora continua en los servicios contables ofrecidos?

Si no

19 7

8. ¿La reputación de **CONTAFAST S.A.S** ha sido respaldada por testimonios positivos de clientes satisfechos?

Si no

16 10

9. ¿El liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** ha demostrado habilidades para resolver conflictos y tomar decisiones efectivas?

Si no

23 3

10. ¿Consideras que la reputación de **CONTAFAST S.A.S** es un factor clave en la credibilidad de la firma en el mercado de servicios contables?

Si no

25 1

Conclusión de la Encuesta sobre Liderazgo y Reputación en CONTAFAST S.A.S

La presente encuesta realizada a los colaboradores y clientes de CONTAFAST S.A.S ha permitido obtener conclusiones valiosas en relación con el liderazgo, la reputación y su impacto

en la credibilidad de la firma de contadores públicos. A través del análisis de los resultados, se puede afirmar que existe una percepción generalizada de efectividad en el liderazgo y la reputación de la firma, lo que se traduce en una sólida credibilidad en el mercado.

Resultados Clave

1. Efectividad del Liderazgo: Con un 92% de los encuestados indicando que el liderazgo en CONTAFAST S.A.S es efectivo, se evidencia una capacidad de la firma para guiar a su equipo hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Este alto porcentaje también refleja el compromiso y la motivación del personal.

2. Percepción de la Reputación: Aunque el 50% de los encuestados reconoce la buena reputación de la firma, un número igual no tiene conocimiento suficiente sobre ella. Esto sugiere que hay un espacio importante para fortalecer la visibilidad de CONTAFAST S.A.S en el mercado.

3. Ambiente de Trabajo: Un 92% de los encuestados afirma que el liderazgo fomenta un ambiente de trabajo colaborativo y motivador, indicando la efectividad de la firma en crear un entorno propicio para la innovación y el trabajo en equipo.

4. Influencia de la Reputación en la Decisión de Contratar: El 69% de los encuestados confirma que la reputación ha sido un factor determinante al elegir los servicios de la firma. Este aspecto resalta la importancia de una reputación sólida en la decisión de los clientes.

5. Valores Éticos y Transparencia: Un 77% de los participantes reconoce que el liderazgo demuestra valores éticos, y un 85% afirma que la reputación de la firma se ha mantenido

consistente. Estas cifras son indicativas de la confianza que genera CONTAFAST S.A.S en su clientela y la comunidad en general.

6. Capacidad de Resolución de Conflictos: El 88% de los encuestados está satisfecho con la capacidad de liderazgo para resolver conflictos y tomar decisiones efectivas, lo que evidencia una gestión proactiva y competente en la atención de situaciones desafiantes.

7. Percepción de la Credibilidad: Un 96% de los participantes considera que la reputación es un factor clave en la credibilidad de la firma, lo que reafirma la relevancia de siempre mantener altos estándares éticos y de servicio.

Recomendaciones:

A partir de los resultados obtenidos, se recomiendan las siguientes acciones estratégicas para mejorar la credibilidad de CONTAFAST S.A.S:

- Mejorar la Visibilidad de la Marca: Implementar estrategias de marketing y comunicación más agresivas que aumenten el conocimiento sobre la firma y su reputación en el mercado.

- Capacitación Continua: Invertir en la formación y capacitación de los empleados para maximizar el potencial del liderazgo, impulsando un ambiente de motivación y compromiso.

- Fortalecer Testimonios Positivos: Establecer un sistema de recolección de testimonios de clientes satisfechos, que respalden la reputación positiva de la firma.

- Evaluación Constante de la Reputación: Realizar evaluaciones periódicas del estado de la reputación y el liderazgo dentro de la organización, para identificar áreas de mejora y actuar proactivamente.

En conclusión, el liderazgo efectivo y una buena reputación han mostrado ser pilares fundamentales en la credibilidad de CONTAFAST S.A.S, lo que resalta la importancia de mantener y fortalecer estas áreas para asegurar un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción de los clientes.

Conclusiones

Como conclusiones generales sobre la importancia del liderazgo, la credibilidad y la reputación de una firma de contadores públicos en Colombia se pueden mencionar las siguientes:

El liderazgo fuerte y ético es fundamental para construir una cultura de calidad y cumplimiento dentro de la firma. Un liderazgo que dé prioridad a la ética y la calidad fomentará un entorno en el que los contadores se sientan empoderados para actuar con integridad y cumplir con las normas más estrictas.

Una reputación sólida basada en la confianza y la integridad atrae y retiene a los mejores clientes y talentos. Las firmas con una buena reputación son más atractivas para los clientes potenciales que buscan contadores públicos de confianza para manejar sus asuntos financieros. Una reputación sólida también ayuda a las empresas a atraer y retener a los mejores talentos contables, lo que a su vez contribuye a la calidad general de los servicios que prestan.

El cumplimiento de las normas legales y profesionales, incluyendo la Ley 43 de 1990 y las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), es esencial para garantizar la credibilidad de los estados financieros auditados por la firma. El cumplimiento de las normas legales y profesionales demuestra el compromiso de la firma con la calidad y la transparencia. Las NIIF, en particular, son un conjunto de normas internacionalmente reconocidas que ayudan a garantizar que los estados financieros sean comparables y fiables.

Una firma con una buena reputación es percibida como más confiable y competente, lo que le permite ganar ventaja competitiva en el mercado. En un mercado competitivo, la reputación lo es todo. Una firma con una buena reputación es vista como más confiable y

competente, lo que le da una ventaja sobre sus competidores. Esto puede conducir a más clientes y mayores ingresos.

En el contexto colombiano, donde la confianza en las instituciones ha sido un desafío histórico, una reputación sólida es aún más importante para las firmas de contadores públicos. La confianza es un bien escaso en Colombia, y las firmas de contadores públicos no son inmunes a este escepticismo. Una reputación sólida puede ayudar a las empresas a superar este desafío y ganarse la confianza de los clientes potenciales.

En resumen, el liderazgo y la reputación son fundamentales para la credibilidad de una firma de contadores públicos en Colombia. Las firmas que se centran en el liderazgo ético, el cumplimiento normativo y la prestación de servicios de alta calidad pueden construir una sólida reputación que les permita atraer y retener a los mejores clientes y talentos, y obtener una ventaja competitiva en el mercado.

Como conclusiones específicas para la firma de contadores CONTAFAST S.A.S se pueden destacar cinco puntos clave:

1. El liderazgo juega un papel esencial en la gestión de una firma de contadores públicos, ya que puede intervenir en la motivación y el compromiso de los empleados.
2. La reputación de la firma CONTAFAST S.A.S es un factor determinante en la percepción de los clientes, por lo que es importante mantener una imagen positiva y transparente.
3. La ética profesional es un pilar fundamental en la prestación de servicios contables, ya que puede generar confianza y credibilidad en los clientes.

4. La combinación de un liderazgo efectivo, una buena reputación y una ética profesional sólida puede contribuir a mejorar la credibilidad de una firma de contadores públicos.
5. Es importante realizar un seguimiento constante de estos aspectos para garantizar la calidad y la confianza en los servicios ofrecidos por la firma.

En resumen, el impacto del liderazgo, la reputación y la ética profesional en la credibilidad de la firma de contadores públicos **CONTAFAST S.A.S** en el municipio de Túquerres es un tema de gran relevancia que requiere de un análisis detallado y profundo para comprender cómo estos elementos pueden influir en la percepción de los clientes y la comunidad en general.

Referencias

- Crespo m. (2003). Revista venezolana de gerencia. Lo ético de la ética empresarial. Vol. 8. Num. 22.
<https://www.redalyc.org/pdf/290/29002207.pdf>
- Guillen e. (2020), el abc de coaching de john c. Maxwel. Lo que todo líder debe saber.
<https://es.slideshare.net/slideshow/el-abc-del-coaching-final/236623457>
- Isaacson w. (1997). Steve jobs, lecciones de liderazgo.
<https://www.consultoriaempresarialmexico.com.mx/data/biblioteca-empresarial/lecciones%20de%20liderazgo%20-%20steve%20jobs.pdf>
- Diseños Canva. Modelo de encuesta. figura 1
https://www.canva.com/design/DAGKmR-ct0I/Oq7n-1fL4Y8HN5GLBVr_zg/edit?utm_content=DAGKmRct0I&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Ruiz c, joselyn k, silva v, neif g, vanga a, maria g. (2018). Scielo, revista venezolana de gerencia, vol. 13.
https://ve.scielo.org/scielo.php?Script=sci_arttext&pid=s1315-99842008000300006

Anexos

CONTAFAST S.A.S

INFORMACIÓN PERSONAL

NOMBRE: _____

DIA / MES / AÑO

FECHA: _____

GENERO Masc Fem _____ Núm. lista _____

Country _____

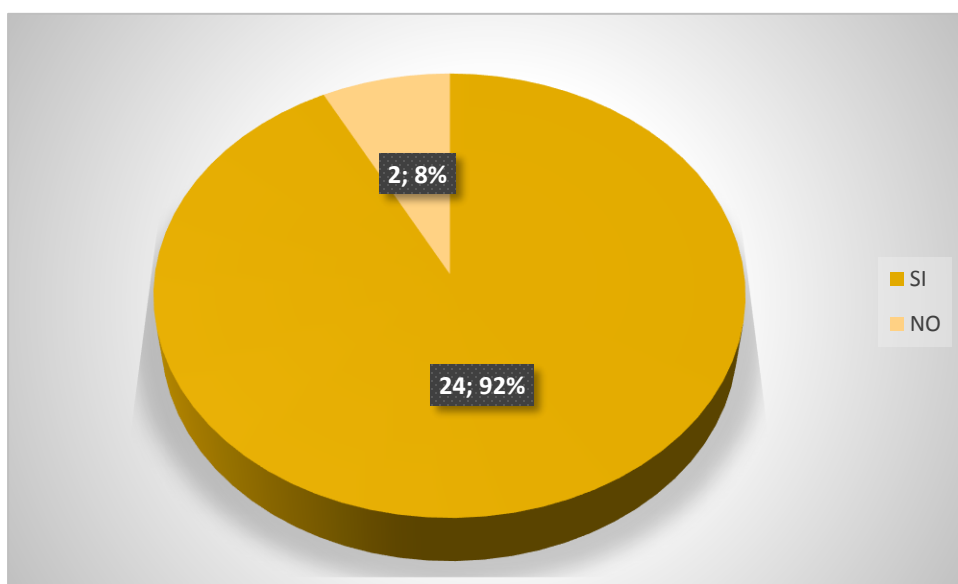
INSTRUCCIONES

La siguiente encuesta contiene 10 preguntas de respuesta si o no. Agradezco tu colaboración

CUESTIONARIO	RESPUESTAS				
	No	Si			
1. Consideras que el liderazgo en CONTAFAST S.A.S es efectivo para guiar al equipo hacia el logro de los objetivos de la firma?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Crees que la reputación de CONTAFAST S.A.S influyen en la percepción de la confiabilidad de sus servicios contables?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. El liderazgo de CONTAFAST S.A.S fomenta un ambiente de trabajo colaborativo y motivador?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. La reputación de CONTAFAST S.A.S ha sido un factor determinante en tu decisión de contratar sus servicios contables?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. El liderazgo en CONTAFAST S.A.S Demuestra valores éticos y transparencia en sus acciones?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. La reputación de CONTAFAST S.A.S se ha mantenido consciente a lo largo del tiempo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. El liderazgo en CONTAFAST S.A.S Promueve la innovación y la mejora continua en los servicios contables ofrecidos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. La reputación de CONTAFAST S.A.S ha sido respaldada por testimonios positivos de clientes satisfechos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. El liderazgo en CONTAFAST S.A.S Ha demostrado habilidades para resolver conflictos y toma de decisiones efectivas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Consideras que la reputación de CONTAFAST S.A.S es un factor clave en la credibilidad de la firma en el mercado de servicios contables?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

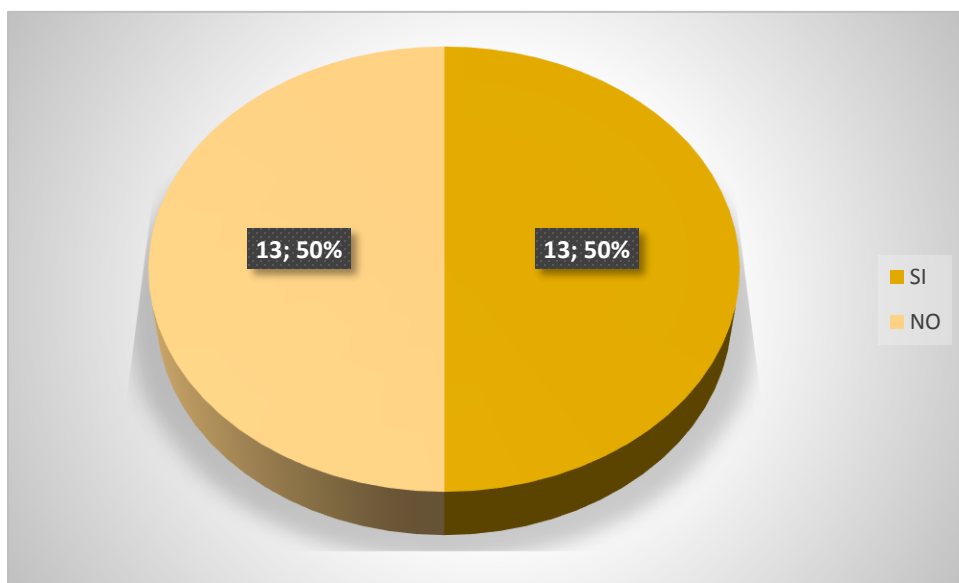
Figura 1. Formato de encuesta, a continuación, se presenta el cuestionario para colaboradores de la firma y clientes. (El formato es tomado de canva y el cuestionario es creado por el equipo de trabajo)

gráfica 1. Gráfica de pastel, aquí se aprecia que el 92% de encuestados consideran que el liderazgo en **CONTAFAST S.A.S** es efectivo para que esta organización cumpla con los objetivos propuestos, mientras que un 8% aún está inconforme. (*realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel*)



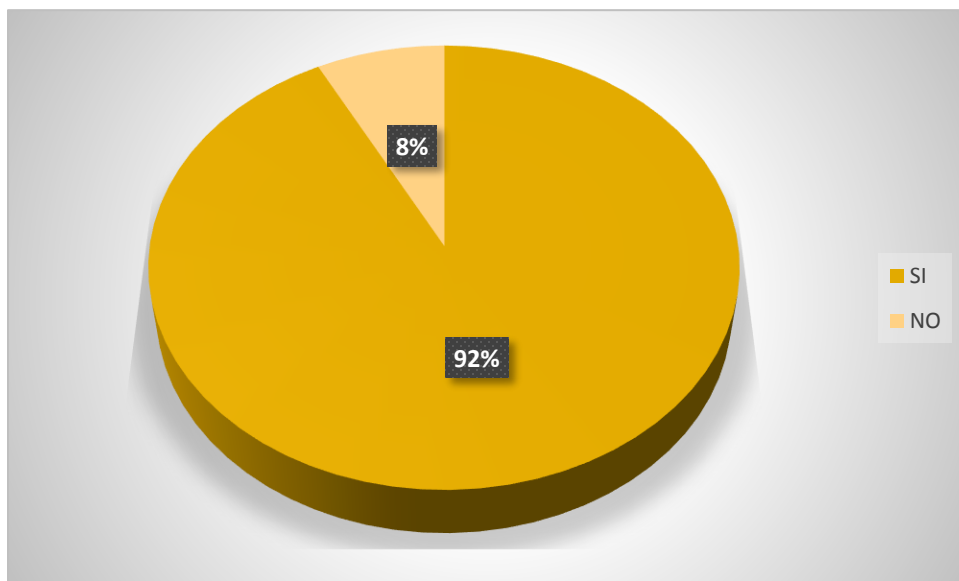
Gráfica 1. pregunta 1 de la encuesta

gráfica 2. Gráfica de pastel, aquí se demuestra que un 50% considera que **CONTAFAST S.A.S** tiene buena reputación mientras que un 50% no conoce la firma. (*realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel*)



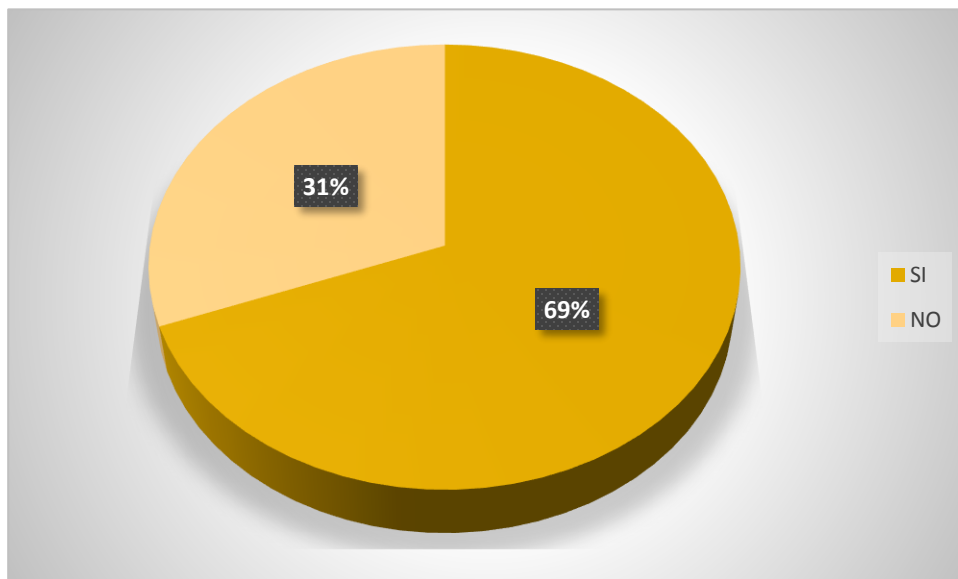
Gráfica 2 pregunta 2 de la encuesta

gráfica 3. Gráfica de pastel, se aprecia que un 92% está trabajando en pro de la firma y un 8% aún no tiene el compromiso ni la suficiente capacitación. (*realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel*)



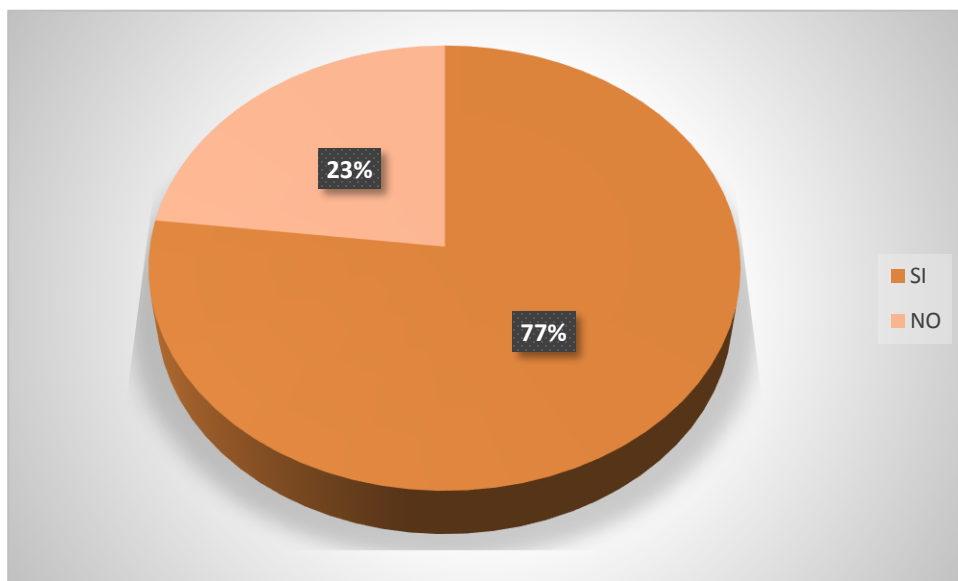
Gráfica 3 pregunta 3 de la encuesta

gráfica 4. Gráfica de pastel, se mira que un 69% ha tomado los servicios de la firma por su buena reputación, mientras que un 31% ha tomado los servicios por descarte, por lo tanto, no tiene una referencia de respaldo. *(realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)*



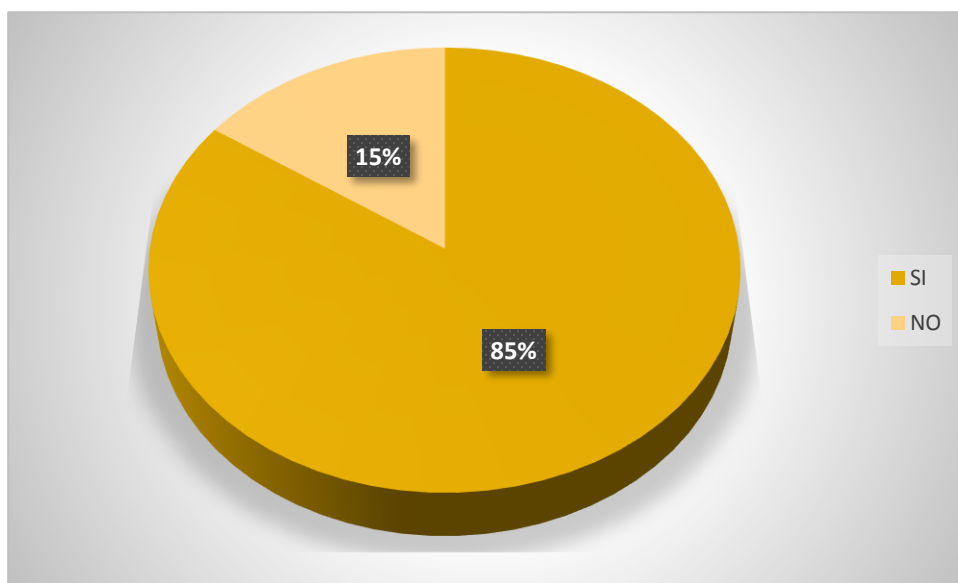
Gráfica 4 pregunta 4 de la encuesta

gráfica 5. Gráfica de pastel, En la figura nos muestra que los valores y la transparencia están claros en un 77% mientras que un 33% necesita conocer más. (realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)



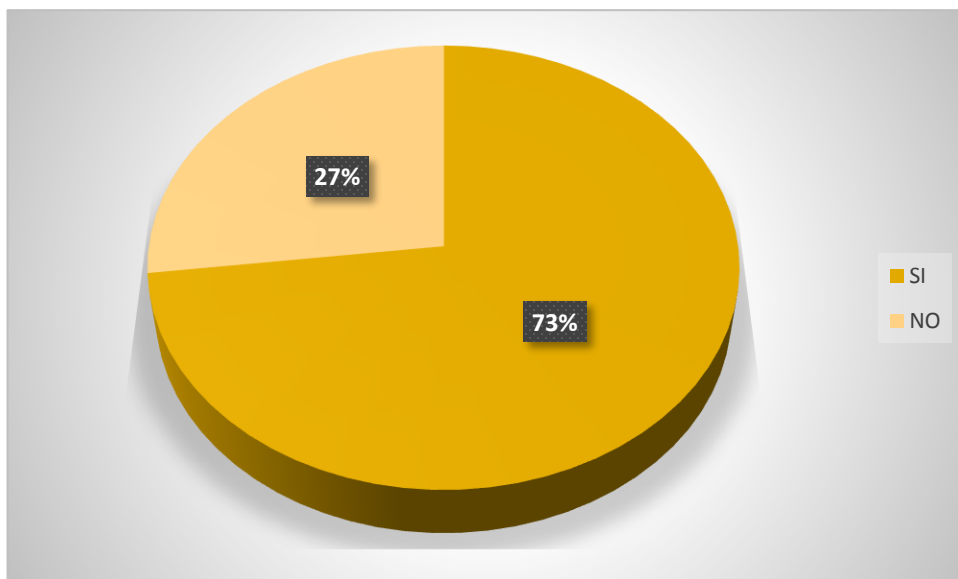
Gráfica 5 pregunta 5 de la encuesta

gráfica 6. Gráfica de pastel, En esta figura nos da a entender que un 85% de los encuestados mantienen la imagen de la firma y un 15% aún le falta conocer de ella (*realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel*)



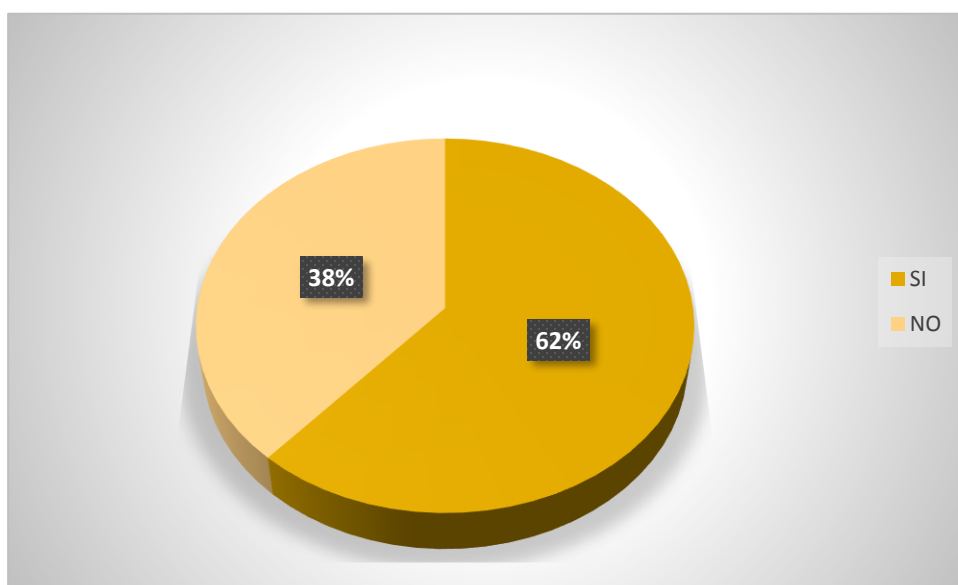
Gráfica 6 pregunta 6 de la encuesta

gráfica 7. Gráfica de pastel, En la figura nos muestra que un 73% de los encuestados les impacta de manera favorable, lo que quiere decir que hay que llegar a ese 27% que aún no se motiva por saber de la firma (*realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel*)



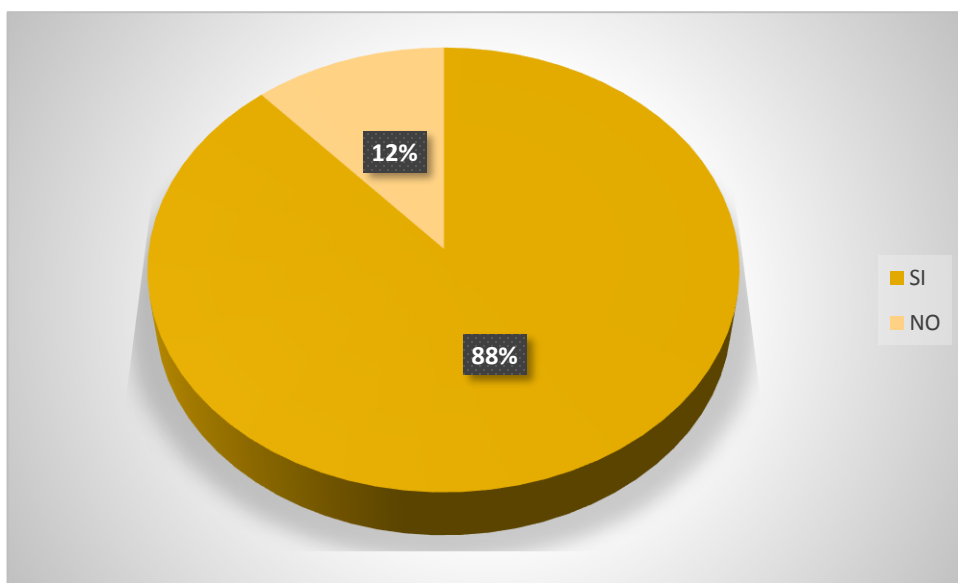
Gráfica 7 pregunta 7 de la encuesta

gráfica 8. Gráfica de pastel, En esta figura nos muestra que el 62% de clientes respalda la firma. (realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)



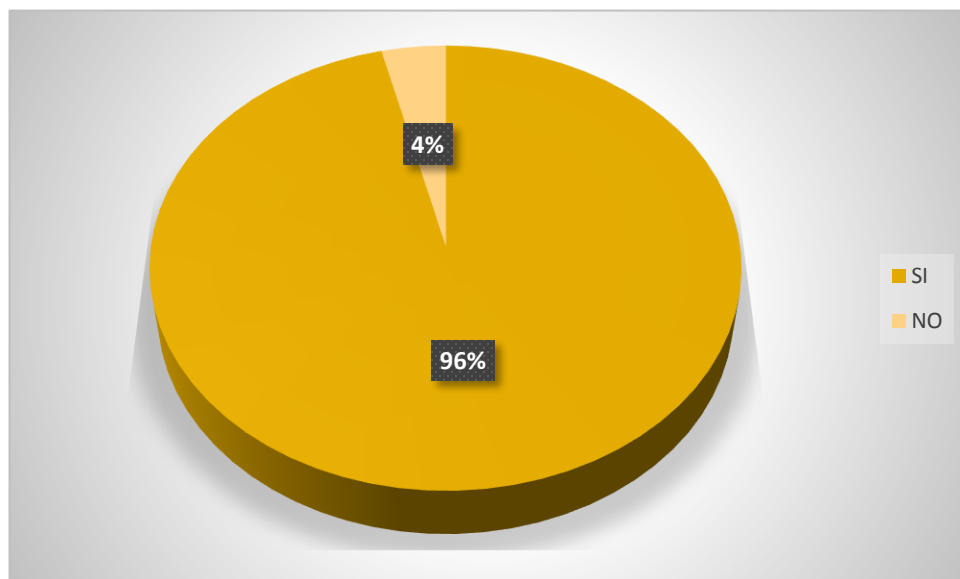
Gráfica 8 pregunta 8 de la encuesta

gráfica 9. Gráfica de pastel, se mira que el 88% ha quedado muy satisfecho al momento de resolver sus conflictos y toma de decisiones. (realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)



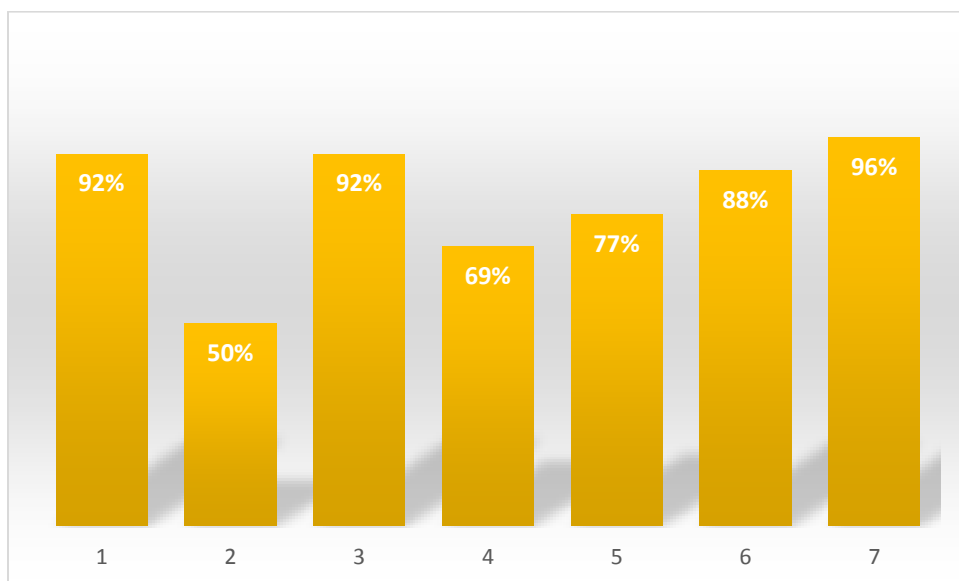
Gráfica 9 pregunta 9 de la encuesta

gráfica 10. Gráfica de pastel, se muestra que un 96% considera que la reputación es un factor clave en la credibilidad de la organización. (realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)



Gráfica 10 pregunta 10 de la encuesta

gráfica 11. Gráfica de barras, resultados clave. *(realizado por el equipo de trabajo en la herramienta de Excel)*



Gráfica 11 Resultados clave.