C

ada contador espera que sus clientes hablen bien de ellos ante otros empresarios, en forma tal que éstos lo llamen para iniciar contactos. Sabido es que cliente satisfecho trae más clientes. En algunos países, como Estados Unidos de América, es ilegal que el profesional tome la iniciativa. Debe esperar ser contactado.

Otra forma de obtener más clientes es a través de la publicidad. La [Corte Constitucional](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=20030637#ver_20030643), en la sentencia C-530 de 2000, se pronunció sobre los artículos 52y 53 de la [Ley 43 de 1990](http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1598256) en los siguientes términos: “*17.2.3. Bajo los parámetros señalados la Corte estima lo siguiente: ―En cuanto al art. 52 observa la Corte que el aparte normativo "la publicidad debe hacerse en forma mesurada", señala restricciones a la forma como debe hacerse la publicidad del contador, que limitan ilegítimamente la libertad de expresión, porque deja al arbitrio de quien debe juzgar disciplinariamente la conducta interpretar, cuando una publicidad es mesurada o no. Con respecto al resto de la disposición que regula el contenido mismo que deben incorporar los respectivos anuncios profesionales, la Corte considera que no se atenta contra los derechos a la autonomía y a la libertad que tiene toda persona de expresar y difundir sus pensamientos y opiniones, siempre que no se entienda que los anuncios profesionales deben fatalmente contener la información allí precisada, sino que se trata apenas de datos mínimos. Es decir, que además del nombre o razón social, domicilio, teléfono, especialidad, títulos o licencias respectivas los anuncios pueden incorporar otro tipo de información. ―Por el contrario, la norma del art. 53 se ajusta a la Constitución, porque precisamente su finalidad está dirigida a preservar el derecho que tiene la comunidad a recibir información exacta y veraz sobre las calidades del profesional de la contaduría que publica el anunció profesional, sin que ello implique demeritar a los demás profesionales de la contaduría o atentar contra su honra y buen nombre. ―En las condiciones anotadas se declarará exequible el art. 52, salvo la expresión "la publicidad deberá hacerse en forma mesurada y" que se declara inexequible. Igualmente se declarará exequible el art. 53*.” En todo caso, la ley mencionada precisa: “*Artículo 60. Ningún Contador Público podrá sustraer la clientela de sus colegas por medios desleales*.”

Muchos contadores no hacen publicidad. En cambio, exfuncionarios visitan a las empresas en las que trabajaron por cuenta de otro profesional o firma para ofrecer mejores o los mismos servicios a precios inferiores. Además, conocemos muchos casos en los cuales contadores han ofrecido dinero para que se les adjudique un contrato o han recurrido a influencias políticas con el mismo fin. Allí donde creen que no serán oídos o al menos no habrá lugar a probar lo que digan, suelen desprestigiar a sus colegas resaltando las cosas que dicen no hacen o que hacen mal. Hasta el momento no tenemos registro de acciones fuertes de la Superintendencia de Industria y Comercio o la Junta Central de Contadores para combatir la competencia desleal. Hay muchos que cobran “miserias” y nadie les reprocha nada. ¡Qué horror!

*Hernando Bermúdez Gómez*