E

ncontramos esta [noticia](https://accountingmarketing.org/aam-announces-the-category-winners-of-the-2023-marketing-achievement-awards/): “*Twenty-three awards for marketing achievement were presented to accounting marketers on May 8 at the Association for Accounting Marketing’s (AAM) annual Summit. AAM’s Marketing Achievement Awards feature awards in multiple categories, including advertising, branding, business development initiative, collateral and content marketing, events, marketing and PR campaigns, video and multimedia, website, corporate social responsibility and diversity, equity and inclusion*.” Al revisar los premiados encontramos este: “*Collateral and Content Marketing -Brochures, Mazars*”. Las acciones de mercadeo y concretamente la publicidad son necesarias para que las firmas de contadores se hagan conocer y atraigan nuevos clientes. En nuestros medios de comunicación masivos son infrecuentes y extraños los esfuerzos publicitarios de nuestras firmas de contadores. A 14 de agosto de 2023 [estaban activas 4191](https://www.jcc.gov.co/sites/default/files/2023-09/ACTA%20No.%20432%20DEL%2014%20DE%20AGOSTO%20DE%202023.pdf). Bajo la vigencia del código de ética aprobado con fundamento en la Ley 145 de 1960 la publicidad estuvo muy restringida. Luego de la sentencia C-530-00 se esperaba una mayor actividad en esta materia, pero lo sucedido no es significativo. Ahora bien: siempre que pensamos en publicidad debemos tener en cuenta la [ley del consumidor](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1681955). La publicidad educa. Muchas veces la comunidad no tiene ideas claras sobre ciertos servicios profesionales. Esta deficiencia puede contrarrestarse a través de la publicidad. Con dicha finalidad también pueden usarse los llamados *brochure*, que para el Diccionario de la Lengua Española [significa](https://dle.rae.es/brochure): *Folleto impreso de carácter informativo o propagandístico sobre un determinado tema o producto*. La imagen y el contenido se mezclan para lograr mensajes con penetración y recordación. El contenido debe ceñirse a la verdad y ser muy comprensible. La imagen debe tener relación con el contenido y hacer gala de gran estética. Pequeñas piezas publicitarias pueden circular muy fácilmente y llevar el mensaje a muchos. Es buena idea utilizarlos como insertos, aunque a veces se cobra mucho por esta modalidad. La comunidad no tiene claridad sobre los servicios usuales, como la tercerización o la revisoría fiscal. Mucho menor tiene sobre otros. Esta difusión podría realizarse a través de los gremios de la profesión, reuniendo los pequeños recursos de muchos. Ojalá se trataran de posicionar servicios de corte empresarial no relacionados con el cumplimiento de exigencias legales. La publicación periódica de artículos de orientación para la comunidad puede ayudar a la formación de una cultura contable y como medio propagandístico sobre el portafolio de la profesión. En algunos programas de pregrado se incluía la materia de mercadeo, que ayudaba a los estudiantes a prepararse para apoyar a futuros clientes, a la vez que les servía para manejar su propia organización. Hoy los contadores ya no tienen tanta preparación en esta materia como antes. No podemos ignorar que estamos em una sociedad de información que utiliza intensivamente las imágenes. Las infografías han cobrado mucha importancia. Las imágenes cuentan procesos, haciendo alarde de conceptualizaciones maduras.

*Hernando Bermúdez Gómez*