

## Mercadeo contable

Hernando Bermúdez Gómez

Según el resumen de la investigación realizada por la Association for Accounting Marketing, titulada [AAM 2025 -2026 Marketing Budget Benchmark Study with a special section on high growth firms](#), *“The study reveals a structural difference between High Growth and Low Growth firms. High Growth firms are much more likely to maintain separate marketing and business development teams that work collaboratively. In contrast, firms in other growth categories are more likely to combine these functions, with both reporting to a single individual. This finding suggests that separating the marketing and business development functions contributes to higher growth.”* En Colombia el mercadeo contable no es notorio. Todo el mundo busca nuevos clientes, pero lo hace mediante contactos directos y en lo posible confidenciales. Algunas firmas pagan comisiones a los que les consiguen clientes. Hay comisionistas o corredores muy rectos y los hay que van prometiendo servicios baratos o gratuitos a la propia empresa o las empresas de los ejecutivos que podrían influir en la respectiva elección. Hasta presiones de tipo partidista se registran en nuestro mercado. Todo ocurre en el secreto. Hay contratos que desde antes de la apertura de las tratativas ya se conoce el beneficiario. Hay excesivos estudios de mercado con los que se van escribiendo pliegos que solo uno puede cumplir. En muchos casos no se evitan malos conceptos sobre la competencia. Obviamente varios compiten con muy bajos honorarios. Luego dejan de realizar trabajos y cuadran la caja. Por esto hay muchos revisores fiscales que lo son solo de nombre. Se llegó a sostener que los contables no podían hacer publicidad, pero no porque ello fuera inconveniente sino para evitar acciones de quienes tienen recursos para realizar amplias actividades de mercadeo. Aunque algunos han dejado esa práctica otros siguen utilizando un lenguaje grandilocuente que es pura retórica. Eso de que somos los mejores es algo muy difícil de comprobar. Es innegable que las firmas colombianas que pertenecen a redes o a asociaciones son más prestigiosas y obtienen mejores honorarios. Prácticamente todas las miembros del Foro de Firmas mundial tiene un miembro en Colombia. Una de las peores prácticas es la de afirmar que se cuenta con personal de altas competencias, lo cual no es cierto. En los términos de referencia o pliegos de condiciones de varias entidades del Estado se encuentran exigencias absurdas como si lo que se fuera a contratar no fuesen servicios de aseguramiento. Tristemente la vigilancia de las leyes de competencia y consumo solo atraen la atención por razones de política o de altas cifras de la Superintendencia de Industria y Comercio. Los miles de casos pequeños no tienen solución ni administrativa ni judicial.

Bogotá, agosto 6 de 2025.