

Reforço da imagem de marca dos TOC – adicionar valor à profissão

Por Paulo Duarte

A criação da imagem de marca «TOC» e a sua valorização passa pela capacidade dos profissionais demonstrarem aos vários parceiros a sua mais-valia na criação de valor na cadeia de informação. O desenvolvimento desta ideia permitirá o posicionamento da profissão, projectando uma imagem de qualidade e de valor para o mercado.



Paulo Duarte
TOC 34 418

A Contabilidade, enquanto ciência que estuda, interpreta e regista os fenómenos que afectam o património, percorreu já um longo caminho e com ela também a profissão de Técnico Oficial de Contas. Tem sido uma longa caminhada, nem sempre prazenteira. Ao sucesso desta viagem podemos associar três factores primários:

- A qualificação técnica dos TOC, quer ao nível de formação de base quer ao nível da formação contínua com vista à actualização permanente dos conhecimentos;
 - Excelência dos serviços prestados e uma atitude ética irrepreensível;
 - Desenvolver e posicionar os serviços prestados por Técnicos Oficiais de Contas, como um trabalho de elevado valor acrescentado.
- Não menosprezando qualquer dos factores apresentados, o último é particularmente importante. A percepção de valor dos serviços do TOC é particularmente importante para a classe conquistar o respeito que merece com vista à valorização da profissão. Projectar para o meio empresarial e para o público em geral a imagem adequada à valorização dos serviços dos TOC passa, indiscutivelmente, pelo desenvolvimento de uma imagem de marca consistente que potencie a criação do valor de marca «TOC».

Aqui reside, actualmente, o grande desafio que se coloca à profissão e, simultaneamente, a grande oportunidade. A generalidade dos TOC está hoje dotada de elevada qualificação técnico-científica, fruto da exigência de uma formação base de nível superior, e das

diversas iniciativas promovidas pela Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas. Em relação a este aspecto, há que realçar o esforço encetado pela Câmara no sentido de dotar todos os profissionais de uma base técnico-científica sólida, fomentando a actualização contínua dos conhecimentos através das várias acções de formação promovidas.

Com a vertente formativa assegurada pela CTOC, cabe aos técnicos individualmente pugnar pela excelência dos serviços prestados e pelo desenvolvimento do segundo e terceiro factores, ou seja, o reforço e desenvolvimento da imagem de marca dos Técnicos Oficiais de Contas, enquanto classe profissional.

A constituição da ATOC, actual CTOC, foi, sem dúvida, um passo determinante para a necessária e ambicionada mudança da imagem dos Técnicos Oficiais de Contas. Mas o desafio mantém-se para todos os TOC: distanciar o profissional qualificado e altamente especializado da actualidade, da imagem antiquada, obsoleta, completamente ultrapassada do “guarda-livros”, nome que, por si só, não é muito abonatório para a profissão, nem reflecte adequadamente as funções, responsabilidades e exigências com que estes profissionais se deparam diariamente.

Apesar da avassaladora evolução registada na profissão, para alguns agentes o TOC permanece suspenso no tempo, assombrado pela imagem do “guarda-livros” ou do “contabilista escriturário”. A criação da imagem de marca «TOC», o distanciamento de velhos mitos e imagens e a sua valorização passa, obviamente, pela capacidade dos seus membros demonstrarem aos vários parceiros a sua mais-valia na criação de valor na cadeia de informação.

Dos eventos diários da actividade empresarial são obtidas informações a partir das quais os TOC devem, munidos das ferramentas e experiência adquiridas, ser capazes de produzir conhecimento útil para apoiar e melhorar a tomada de decisões da gestão operacional e estratégica das organizações, assumindo o papel de colaboradores activos na criação de riqueza dos seus clientes. É esta capacidade de apoiar a criação de riqueza dos seus parceiros que deve ser destacada, reforçada e adequadamente comunicada junto da comunidade empresarial.

Este desafio às competências dos TOC, que ultrapassam o mero registo de dados e a produ-

O rigor a todos os níveis, quer da qualidade dos serviços prestados quer ético, de formação, atendimento e relacionamento com os vários *stakeholders* constitui um passo determinante para posicionar na mente dos vários públicos a nova identidade dos TOC.

jectando uma imagem de qualidade e valor para o mercado. Simultaneamente, ao nível



ção de informações sobre a forma de mapas e relatórios meramente descritivos, constitui um dos desafios principais da afirmação da classe junto da sociedade. Os Técnicos Oficiais de Contas devem ser valorizados pela sua capacidade de produzir conhecimento indispensável à tomada de decisões de gestão e não pelo mero registo contabilístico dos factos da vida da empresa, muitas vezes para efeitos do cumprimento de obrigações fiscais - também elas importantes.

O rigor a todos os níveis, quer ao nível da qualidade dos serviços prestados quer ao nível ético, de formação, atendimento e relacionamento com os vários *stakeholders* constitui um passo determinante para posicionar na mente dos vários públicos a nova identidade dos TOC. Apenas através do posicionamento da actividade de Técnico Oficial de Contas como uma profissão extremamente exigente, especializada e de elevada complexidade técnica, será possível conquistar o respeito a que esta tem direito.

É fundamental que os Técnicos Oficiais de Contas compreendam a importância de procederem de forma concertada e harmonizada ao desenvolvimento de uma imagem de marca coerente com as suas qualificações e responsabilidades como forma de agregarem valor aos serviços prestados.

O desenvolvimento desta imagem de marca permitirá o posicionamento da profissão, pro-

interno da própria classe, esta valorização permitirá um reforço da cultura e o desenvolvimento de *standards* de qualidade dos serviços prestados mais elevados entre os vários profissionais.

A promoção e difusão de uma imagem de marca dos Técnicos Oficiais de Contas forte e dotada de elevado capital de marca, deve ser encarada como uma tarefa contínua a desenvolver diariamente por todos e cada um dos técnicos na sua interacção com os diversos públicos.

Embora muitas pessoas não compreendam a importância e a abrangência do *marketing*, quer por desconhecimento ou incompreensão do verdadeiro significado do conceito, é indispensável que todos compreendamos os princípios e as vantagens de fazer uso das técnicas de *marketing* para a promoção e valorização da profissão.

O envolvimento nos esforços de *marketing* da profissão não deve ser encarada como um dever exclusivo da CTOC ou da sua Direcção, mas como um direito e uma obrigação de cada TOC na sua actividade diária. Só com a acção coerente, consistente e concertada de todos os Técnicos Oficiais de Contas será possível promover o crescimento do capital da marca «TOC». ■

(Texto recebido pela CTOC em Dezembro de 2008)