



Certificación contra las patito

Por Viridiana Hernández

Con el fin de lograr una mayor profesionalización en la industria de las promociones, la ANTAD, crea un programa de certificación de calidad.

“Buscamos que todas las personas que acceden a las empresas asociadas a la ANTAD sean contratadas por firmas que pagan impuestos puntualmente y así nuestros asociados adquieran esta seguridad jurídica.”

Ignacio Tatto/ ANTAD

Eas bastante común escuchar el surgimiento de las llamadas empresas “patito” o improvisadas. Éstas, al ofrecer sus servicios sin una solidez real y una experiencia que los respalde transgreden, ciertas normas para reducir sus costos y así ganar clientes al competir con precios más bajos que afectan a la sana competencia.

El gremio de las promociones no es la excepción en situaciones como estas. Alfredo Hernández, presidente de Grupo Prom nos habla al respecto: “Existe en México una cantidad innumerable de agencias de promociones que tienen prácticas evasivas tanto de impuestos como de previsión social, y con ello aparentan

ante nuestros clientes ser una buena opción por los precios bajos que ofrecen. En realidad, esto es un problema en el largo plazo, porque tanto las marcas como los *retailers* tienen cierta responsabilidad patronal ante la ley, y son ellos los que incluso podrían llegar a pagar por todas estas omisiones e incumplimientos de las que se valen dichas agencias.”

Francisco Carreón, director general de BTL en Grupo Prom, comenta que desde hace algunos años se comenzó a buscar un remedio para tal situación, y de esta manera surge una propuesta enfocada a elevar la calidad de los servicios y profesionalizar el funcionamiento de la industria de promociones.

■ **Ignacio Tatto, director general de operaciones de la ANTAD.**

“La ANTAD propondrá a sus socios que busquen agencias con esta certificación.”

Se trata de una certificación impulsada por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) y profesionales del gremio. El director general de operaciones de la asociación, Ignacio Tatto, comenta: “Tratamos de proteger y dar seguridad jurídica a todos los patrones reales que existen en el negocio de la promotoría, pues a pesar de que el personal que ingresa a las tiendas con dicho propósito no son contratados por las cadenas asociadas a la ANTAD, en ocasiones también son implicadas en las demandas laborales cuando surge un problema.”

Dicha certificación busca no sólo asegurarse de que las agencias cumplan con sus obligaciones en materia fiscal y laboral, sino profesionalizarlas en todos sus procesos, específicamente en lo que se refiere a la contratación. Esto impactaría positivamente en otra de las problemáticas de las tiendas de autoservicio: el robo hormiga.

“Los *retailers* reportan porcentajes muy altos de mermas atribuidas a los pequeños robos y esto se da porque aproximadamente un 70 por ciento de las personas que laboran en estos

lugares son contratadas por los proveedores. Una parte de la responsabilidad que debemos tener como agencias es responder por la gente que colocamos en el punto de venta y tanto en relación con el trabajo que realizan para nuestros clientes, como en términos de honestidad, pulcritud, limpieza y calidad”, comenta Alejandro Villalobos, director general de Punch México.

Tatto apunta que la labor se inició con Price Waterhouse & Coopers, empresa especializada en auditorías, pero después se incluyó a dos despachos más: KPGM y Deloitte para ser más incluyentes. Así, el directivo de la ANTAD comenta que dicha certificación se entrega una vez que las empresas son evaluadas en siete puntos principales:

1. Constitución de la agencia.
2. Estructura organizacional.
3. Nóminas.
4. Impuestos y contribuciones.
5. Ciclo de ingresos (pre-supuesto, facturación y finiquito).
6. Relaciones laborales.
7. Otros aspectos.

Según comenta Carreón, el proyecto original también contemplaba otras dos etapas: Mejorar el perfil de los promotores y controlar su actividad laboral dentro del *retail* por medio de un sistema de registro. “Los promotores generalmente pertenecen a un nivel socioeconómico bajo que busca este tipo de empleos por contar con estudios mínimos o trunco y ante esto la idea fue impulsarlos un poco con una capacitación especial para certificar también al personal.”



■ **Francisco Carreón, director de BTL en Grupo Prom.**

“Se trata de un proyecto muy ambicioso y de largo plazo que se había detenido pero que ahora tiene gran importancia.”

En esta misma línea, el representante de Punch México asegura que esta iniciativa les da oportunidad a las empresas profesionales de que se genere un filtro natural, “quienes no hagan correctamente las cosas no podrán certificarse ante estas instancias y esto va a separar muy bien el mercado, a ser un punto de comparación para nuestros clientes y también para las tiendas que son parte de la ANTAD.”

Al hablar acerca de los beneficios puntuales para los contratantes de las agencias de promotoría, Hernández apunta que esto será en términos de la calidad operativa dentro del punto de venta pues se reflejará no sólo en seguridad sino también en mayores ventas. “Llegarán tener una mejor ejecución, exhibiciones y cobertura, sencillamente porque tendrán el servicio de agencias serias, mejor estructuradas, con experiencia y calidad.”

Sin embargo, el directivo también considera que esto va a implicar un proceso de concientización hacia los clientes que resalten todas estas ventajas con la finalidad de que se tomen en cuenta en los concursos o licitaciones. “Probablemente tendremos que esperar un par de años para ver esta respuesta por parte de los contratantes.”

En general, todos los entrevistados están de acuerdo con que el mayor beneficiado de la certificación será el punto de venta en dos principales vertientes: que a la larga se eliminará el gasto que les genera todo lo que tiene que ver con conflictos laborales y problemas por incumplimientos con el IMSS pues son errores de no calidad. Y

■ **Alejandro Villalobos/ Punch México**

“Esta certificación no sólo está en términos de las obligaciones fiscales sino también de la estructura que debemos tener como agencia para dar un servicio de calidad a los clientes.”



por otro lado, un aspecto tan importante como el robo hormiga se minimizará porque dicha certificación garantiza que el personal haya pasado por un proceso serio de contratación.

“De momento la ANTAD aún no ha puesto candados para que los clientes contraten a cierto tipo de agencias pero en un mediano plazo la idea es que no se deje entrar a sus tiendas ninguna persona que no provenga de una agencia certificada”, asegura Hernández.

Villalobos, por su parte, opina que el costo es representativo, y que las agencias profesionales están acostumbradas a este tipo de egresos sobre todo porque, “si hiciéramos un análisis el beneficio resultaría enorme, no sólo para nosotros sino para todos aquéllos que participan en la cadena de nuestro negocio.” ■

“La profesionalización de la industria es una inquietud que compartimos varias empresas serias en el mercado de las promociones y al impulsar esta certificación hacemos se tome en cuenta a quienes somos confiables.”

Alfredo Hernández/ Grupo Prom