AAP
ASOCIACIÓN ARGENTINA DE PUBLICIDAD

CAAM
CAMARA ARGENTINA DE AGENCIAS DE MEDIOS

sindicato único de la publicidad
PERSONERIA GREMIAL 347 – ADHERIDO A LA C.G.T.

Marzo 2020

Señores
MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL
PRESENTE.

De nuestra consideración,

Nos cumple dirigirnos a Ustedes, con el mayor de los respetos, para solicitar su ayuda urgente para el sector publicitario que representamos.

Representamos a más de doscientas agencias publicitarias y de medios de todo el país que son en su mayoría Pymes y dan trabajo en forma directa a miles de personas, son la principal fuente de financiación de los medios de comunicación y generan trabajo indirecto a muchas empresas con la que la publicidad se vincula para funcionar; tales como actores, modelos, personal de producción, autores, directores, fotógrafos, productoras audiovisuales, digitales y sonoras, medios de difusión, etc.

Nuestro sector se encuentra en serios problemas. Era complicada la realidad de nuestra industria antes de esta crisis generada por el Coronavirus y ahora estamos en una situación crítica que -todo indica - lamentablemente, empeorará por el freno casi total de la actividad del sector como consecuencia de la situación de público conocimiento que atravesamos. Es decir que la realidad económica es extremadamente compleja hoy y será peor en los próximos meses.

Sabemos que el Gobierno, desde sus distintas áreas de trabajo está evaluando fuertemente la implementación de medidas que sirvan para amortiguar el impacto que esta situación produce, en especial en sectores más frágiles y en estructuras menos resistentes como las Pymes.

Solo a modo de ejemplo y sin pretender agobiar con una descripción detallada, comentamos que la inmensa mayoría de los anunciantes (que son el sostén inicial del sector) por motivos obvios han cancelado todos sus proyectos y campañas publicitarias y reducido al mínimo el pautado de avisos en medios de difusión. Solo algunos anunciantes vinculados con la industria alimentaria de primera necesidad o productos similares pautan algo y cuando lo hacen se trata de avisos/campañas realizadas en el pasado ya que la producción de avisos/rodajes (que genera empleo para muchos sectores y cientos de personas) está absolutamente frenada. Respecto a las acciones puntuales (que llamamos en la industria como BTL), por los mismos motivos están absolutamente canceladas y les llevará mucho tiempo recuperarse (nos referimos a acciones de marcas en recitales, ferias, eventos masivos, locales, etc).

Nos duele pensar que muchas agencias no podrán resistir este proceso. Cerrarán o quebrarán y el impacto será fuerte. Se necesitará, si o sí, ayuda y apoyo para poder resistir estos meses y por eso el pedido que formulamos es que consideren especialmente a la industria publicitaria y, en particular, a las agencias de

publicidad de todo el país y sus empleados para ser incluidas y alcanzadas por las medidas de emergencia que estudia el Gobierno para ayudar en esta crisis.

Las medidas que pueden ayudar son múltiples y seguramente dinámicas como es la crisis que atravesamos, pero solicitamos que las agencias de publicidad y sus trabajadores sean incluidas en el Programa de Recuperación Productiva (REPRO) para cubrir parte de los salarios que se deben abonar en estos meses, que se las exima de la obligación de pagar aportes patronales (excepto las del sistema de salud) que, por el quiebre en la cadena de pagos que sufre el sector y el parate casi total de actividades e ingresos nos resultara imposible cumplir.

Un párrafo especial para las Pymes del sector que actualmente son beneficiadas con planes de diferimiento que no solo les costará cumplir, sino que además les impide -por su condición de beneficiarias de estos planes- acceder a otros planes o beneficios/diferimientos de pago. Por favor, solicitamos se revise especialmente esta situación también.

Son estas algunas de las solicitudes que pensamos fundamentales para el sector, pero confiamos plenamente en ustedes y el modo en que están administrando este momento especial y les pedimos muy especialmente, como se dijo más arriba, que consideren a las empresas y trabajadores del sector publicitario en cualquier medida que pueda servir de ayuda para sobrevivir económicamente a esta durísima situación.

Agradecemos anticipadamente vuestra comprensión y ayuda.

Atentamente

Germán Yunes
Presidente
Asociación Argentina de Publicidad

Sebastián Civit
Presidente
Cámara Argentina de Agencias de Medios

Mario Berrutti
Secretario Tesorero
Sindicato Único de la Publicidad