

# Adlatina

Germán Yunes:

## “La publicidad fue incluida en el programa de apoyo y beneficios del gobierno argentino”

La unión a nivel regional y local es lo más importante para lograr objetivos comunes.



El Programa de Asistencia a la Producción y el Trabajo permite a las agencias acceder a beneficios como la reducción del pago de las contribuciones patronales.

La semana pasada, la Asociación Argentina de Publicidad (AAP), la Cámara Argentina de Medios (CAAM) y el SUP (Sindicato Único de la Publicidad) presentaron una carta al gobierno nacional para pedir ayuda ante la crisis que desató la Covid-19. Este pedido es similar a otros que han realizado desde distintas asociaciones de publicidad de la región.

En el caso de la Argentina, la publicidad fue incluida dentro del *Programa de apoyo y beneficios del gobierno nacional*. Germán Yunes, presidente de la AAP, declaró: “Es algo que comenzamos a impulsar, hace unos meses desde de la AAP. Empezamos a exponer estas cuestiones porque la realidad que estamos viviendo como medios es difícil”. A su vez, junto con la Cámara de Productoras de Cine Publicitario y el CIP (Centro de Información Publicitaria), también dirigieron notas a distintas autoridades.

Todas estas acciones se realizaron en el marco de la crisis económica y sanitaria generada por la pandemia del conoravirus, ya que debido a la suspensión sistemática de campañas publicitarias por parte de los anunciantes la industria se verá gravemente afectada y llevará a que muchas agencias sufran un impacto negativo en sus economías.

Yunes agregó: “Es un trabajo de todos los socios, de la junta directiva y de asociaciones. Es algo único que todos hayamos firmado para que llegue este pedido al gobierno”.

**El Programa de asistencia a la producción y el trabajo** permite a las agencias acceder a beneficios como la reducción del pago de las contribuciones patronales, la asignación compensatoria al salario abonada por el estado para empresas con hasta 100 empleados, y la asistencia por emergencia sanitaria REPRO. Además, la AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) informó que prorrogó por dos meses el pago de las contribuciones patronales que vencían en el mes de abril para las empresas incluidas en el listado de actividades alcanzadas. “Generalmente estas cuestiones de emergencia o promoción llegaban al nivel de producción audiovisual y ahora se está englobando a toda la industria publicitaria: medios, producción, etc. Estos sí es un logro de la publicidad. Siempre se entendíamos que la parte más castigada era la de producir, pero si no hay motor de medios, de producción, no hay creativos”.

Yunes también comentó que están en contacto con la presidenta de la UCEP (Unión Colombiana de Empresas de Publicidad), Ximena Tapias, ya que la industria de la región atraviesa problemas similares.