

IMPACTO DE LA LEY DE COMUNICACIÓN

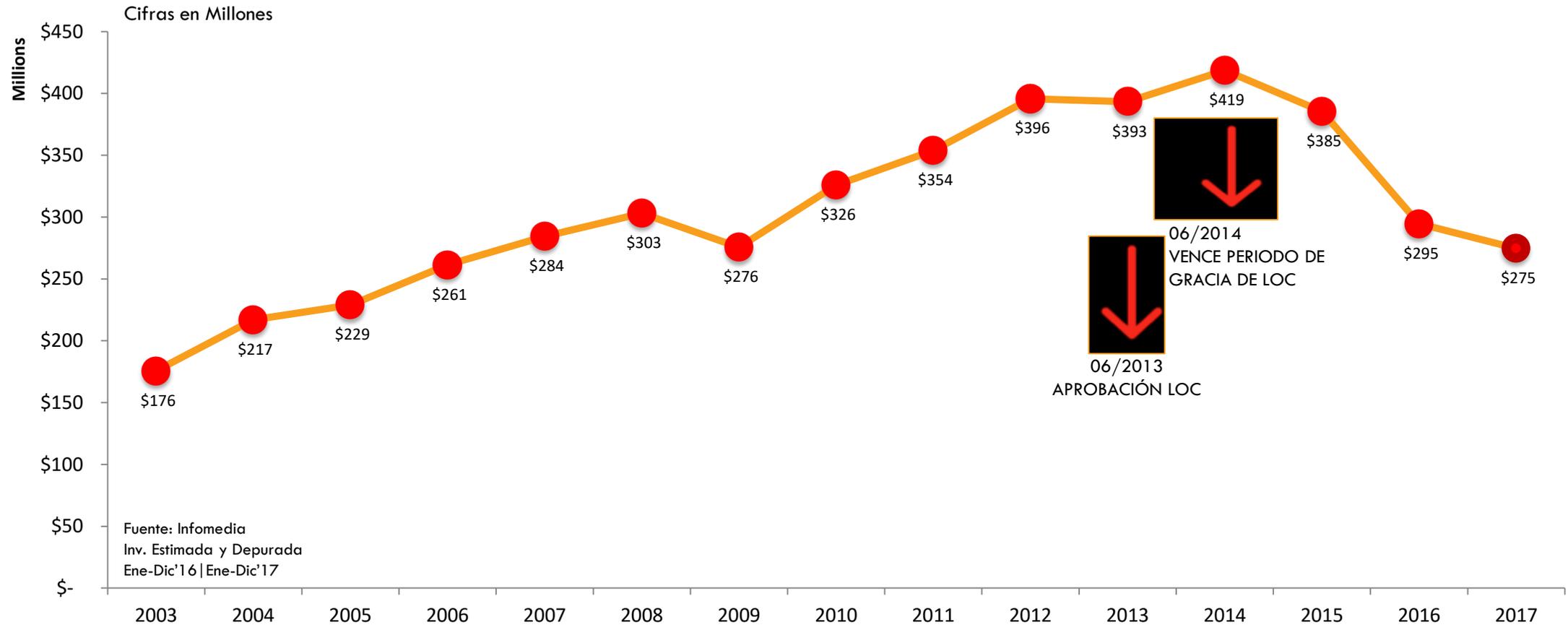


La ley de Comunicación aprobada en el 2013 establece que el **100% de las piezas publicitarias deben ser producidas en Ecuador**

Se prohíbe la importación de piezas publicitarias.

(Se entiende por producción publicitaria comerciales de televisión y cine, cuñas de radio, fotografía para publicidad estática o cualquier otra pieza utilizada para fines publicitarios)

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN ¿CUÁL HA SIDO SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA PUBLICITARIA?



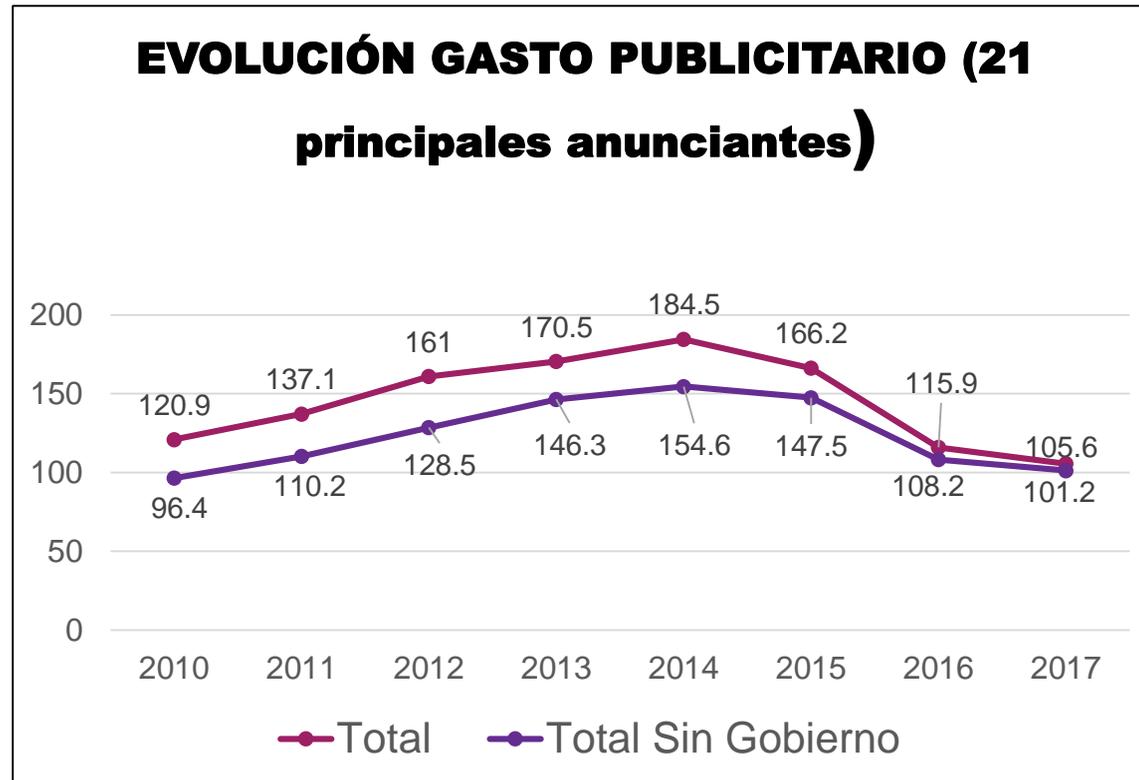
EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN HA BAJADO 144 MILLONES* DE DOLARES

2017 CAE 7% VS 2016

*Entre el 2014 y 2016 la inversión bajo de \$419 millones a \$275 millones

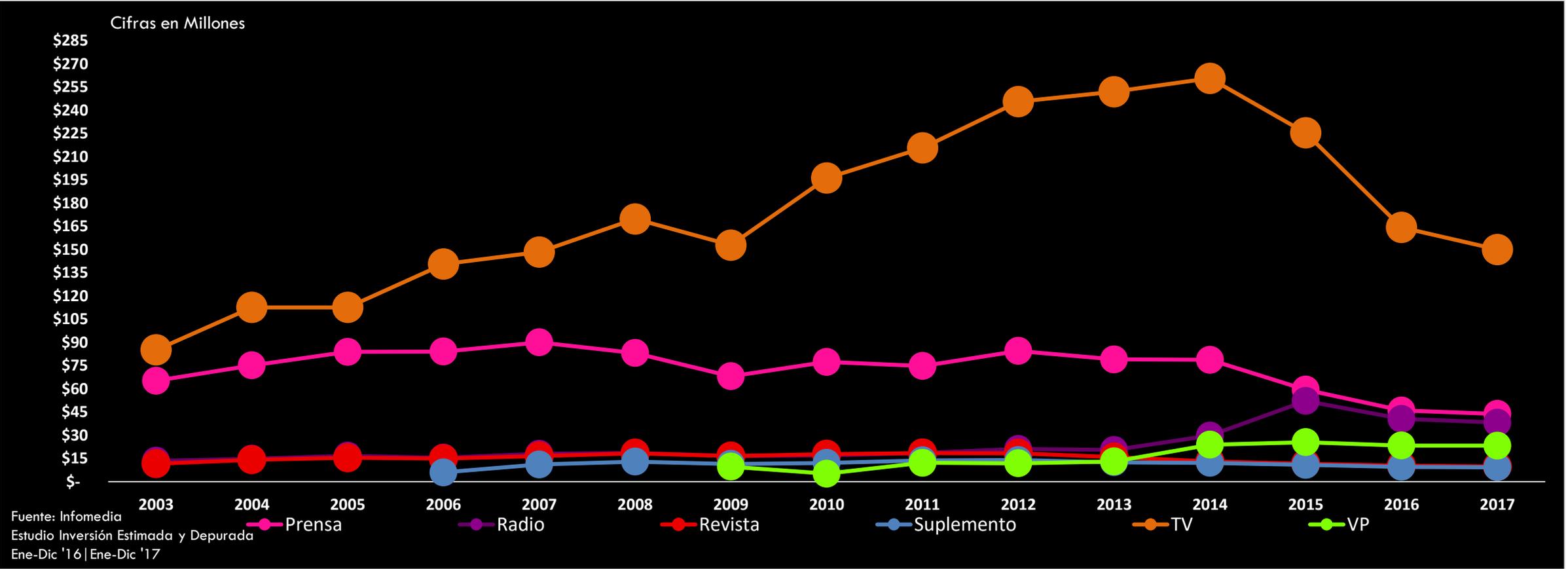
¿CÓMO FUE EL IMPACTO PARA LOS PRINCIPALES ANUNCIANTES?

Ranking de los 21 mayores anunciantes del mercado

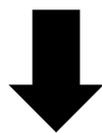


LOS TOP 21 LLEGARON A INVERTIR \$185M ANTES DE APLICARSE LA LOC. POSTERIOR A ESTA, SUS INVERSIONES CAYERON: 43%

INCREMENTO EN COSTOS DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA LLEVA A ANUNCIANTES A REDUCIR SU INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

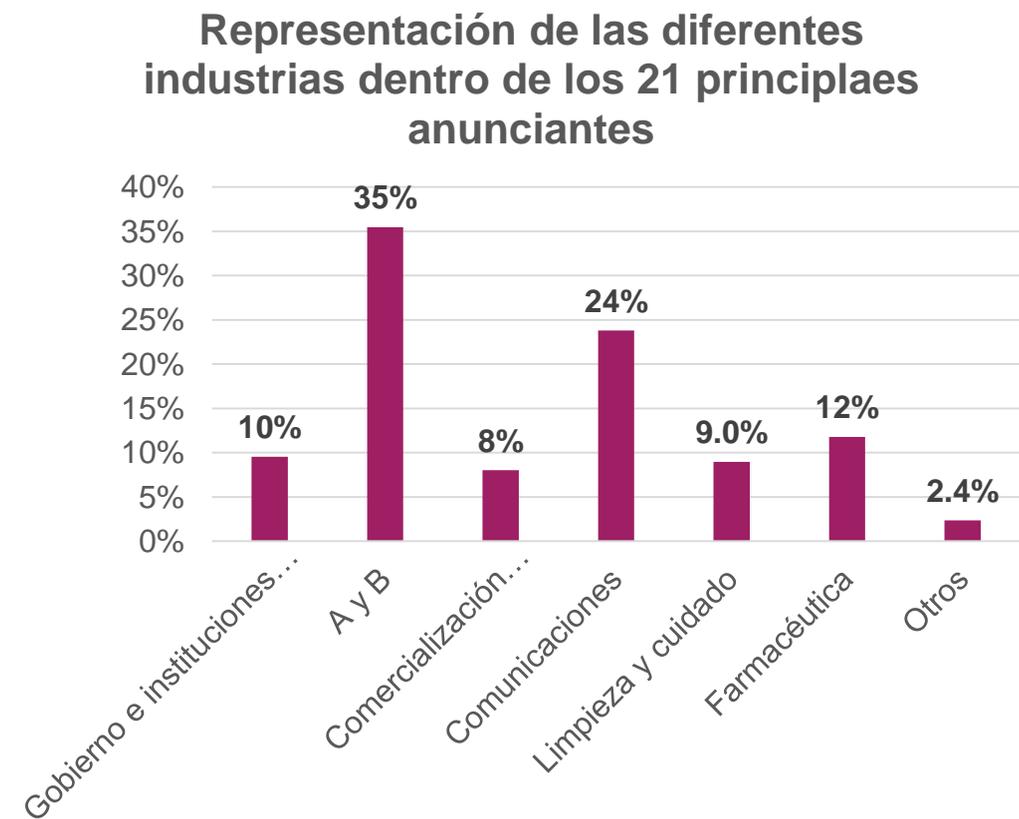
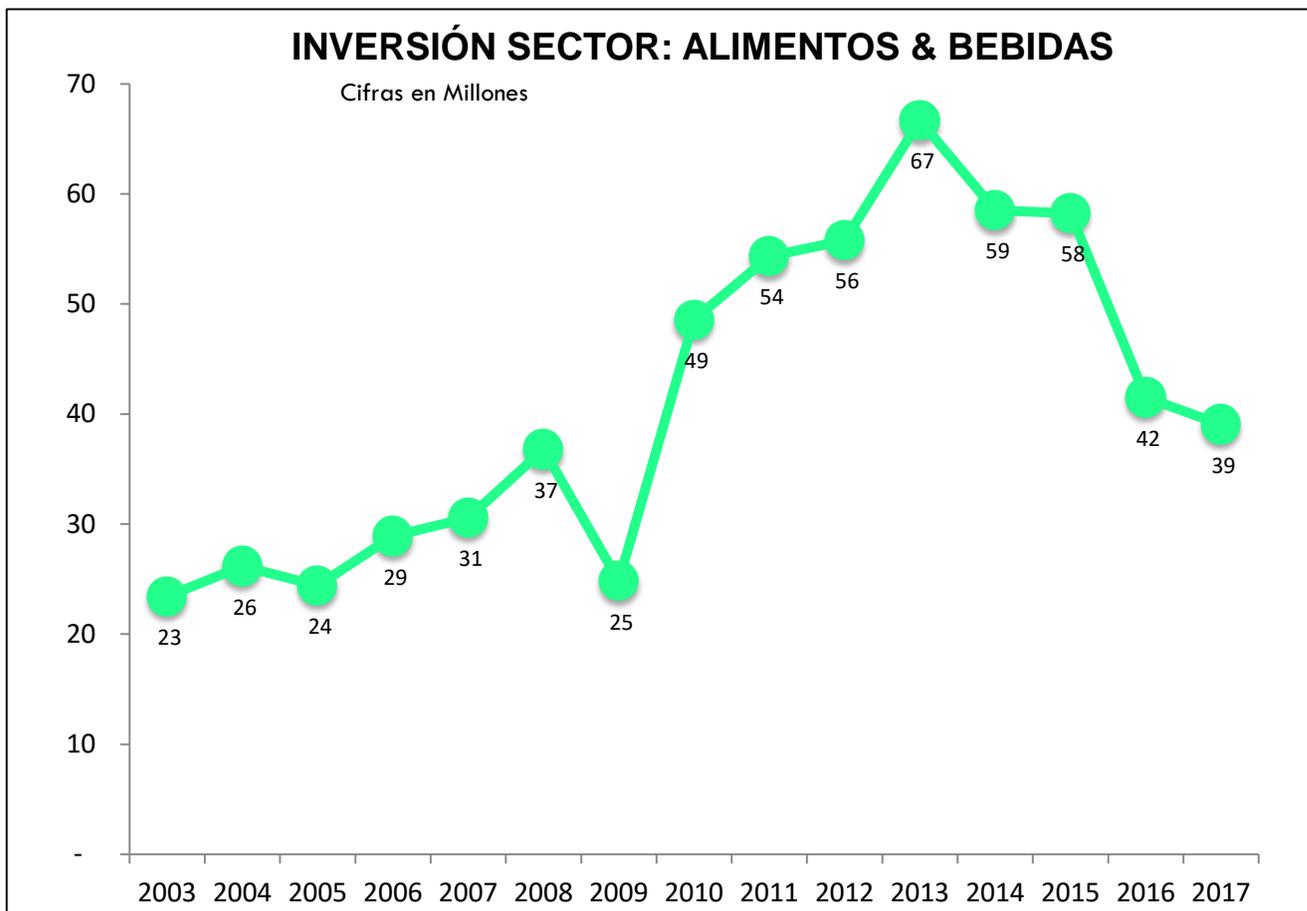


DEMANDA POR ESPACIOS PUBLICITARIOS EN TV CAE



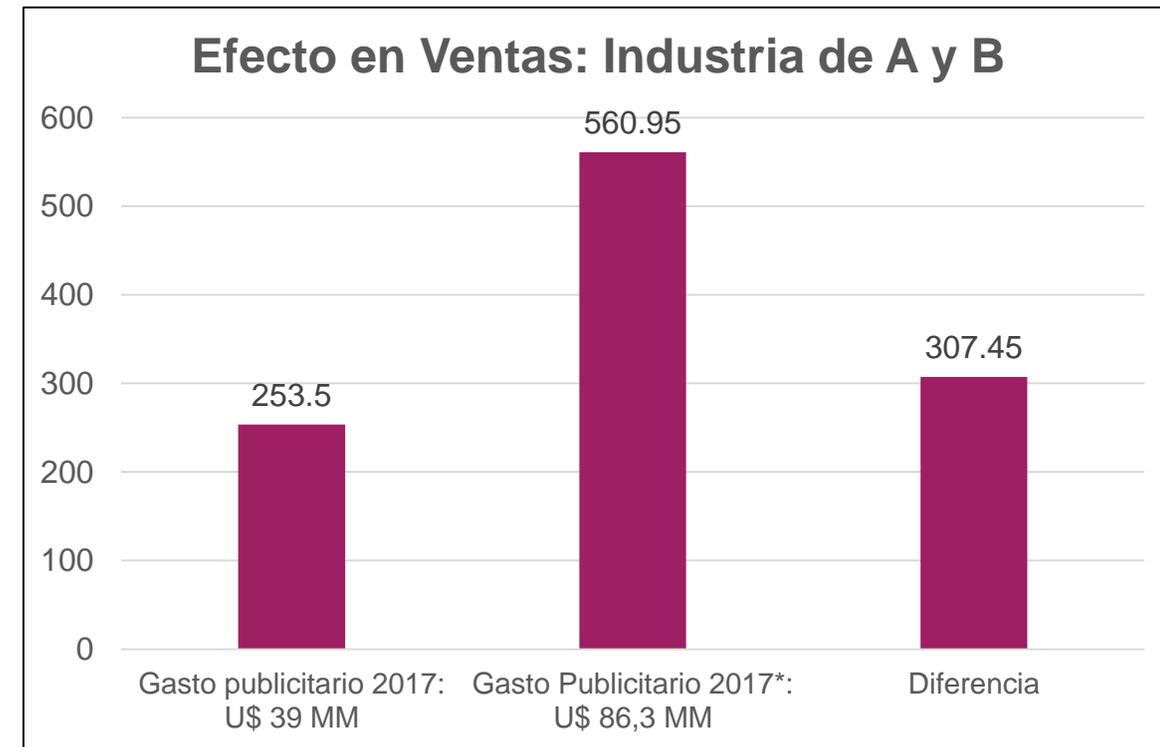
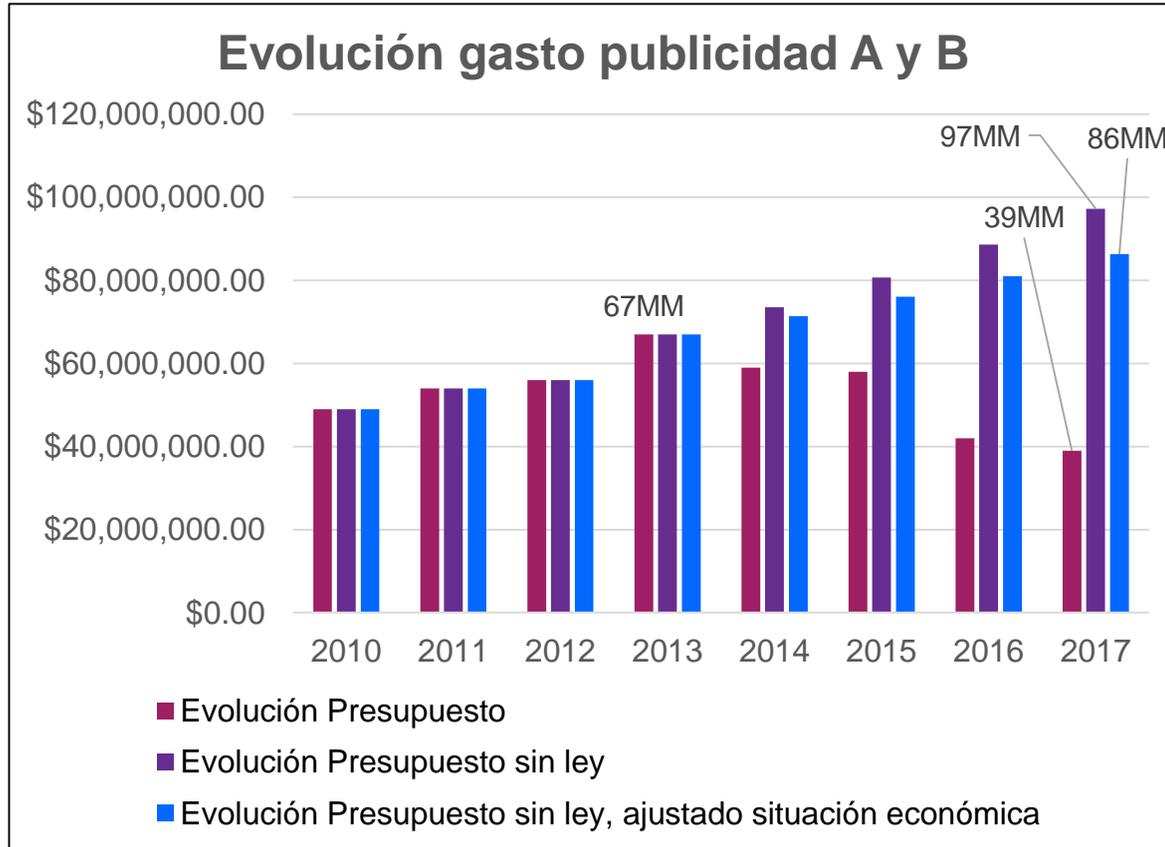
40%

FUERTE DECRECIMIENTO EN CATEGORIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEBIDO A IMPACTO DE LA LEY DE COMUNICACIÓN



- **El gasto publicitario cae , de U\$67 MM, en 2013 a U\$39 MM en 2017. Es decir, una caída de U\$38 MM, equivalente a un decrecimiento del 42%.**

IMPACTO EN VENTAS PARA LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEBIDO A LA LEY DE COMUNICACIÓN



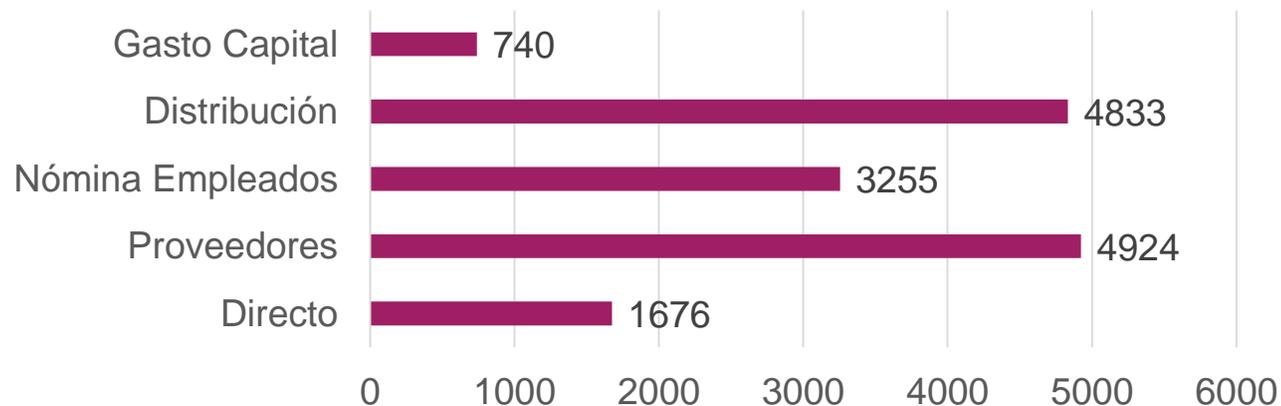
Fuente: Presupuesto publicitario Industrias de A y B Estimación y elaboración propia en base a la tendencia de crecimiento del presupuesto del sector.

- Cada U\$ 1 MM invertido en publicidad se traduce en U\$ 6,5 MM en ventas en el sector.
- Esto generó que se deje de vender cerca de U\$ 307 MM USD en 2017.

EFECTO EN EL EMPLEO: INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: -15.435

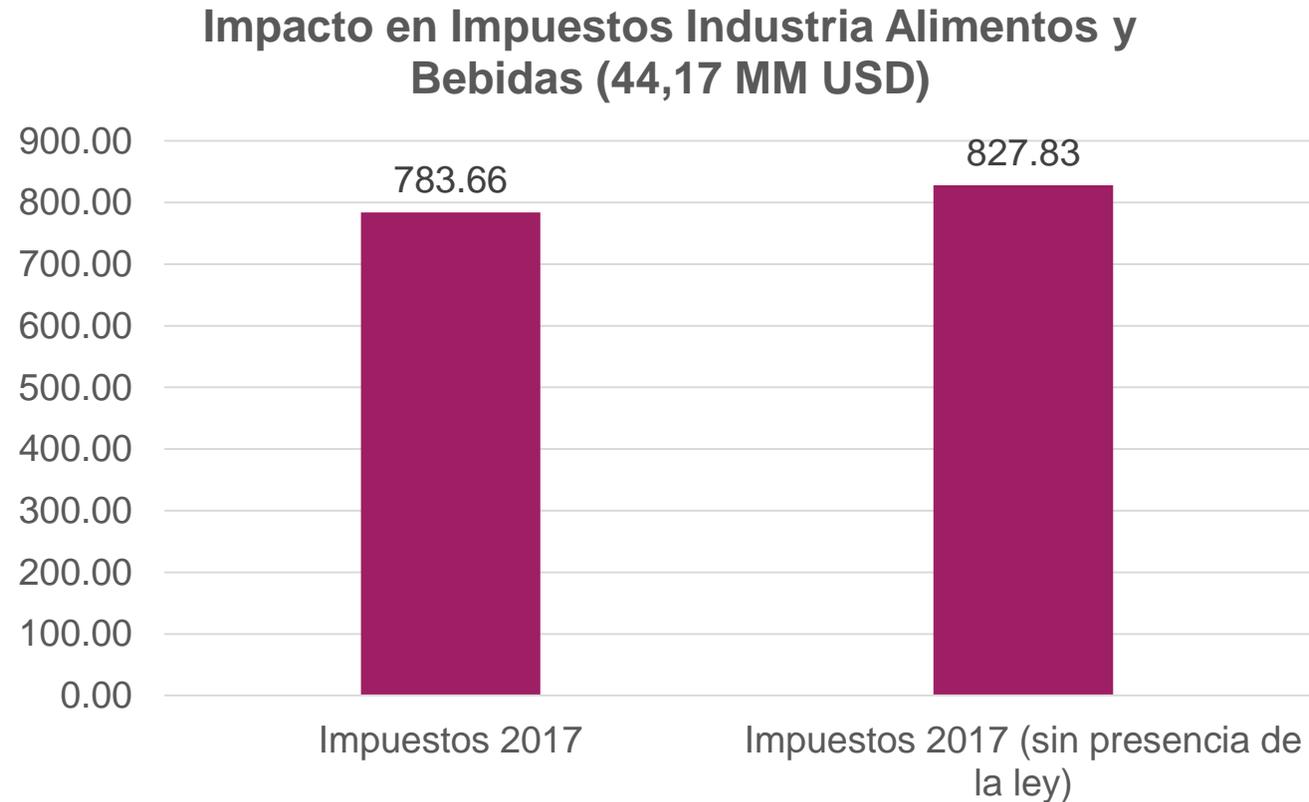
Empleo: Industria A y B			
	2017	2017 (Escenario sin efectos de la Ley)	Efecto de la Ley
Directo	33057	34733	-1676
Proveedores	97337	102262	-4925
Nómina Empleados	64280	67535	-3255
Distribución	95497	100330	-4833
Gasto Capital	14695	15434	-739
Total	304861	320295	-15435

Efecto en el empleo en la industria de Alimentos y Bebidas



- En el sector, **el empleo venía creciendo a razón de 4,5% anual**. De haberse mantenido la tendencia (sin presencia de la Ley) creciendo a ese ritmo el empleo estuviese por encima de los valores estimados a partir del efecto de la ley en las ventas.

EFECTO EN IMPUESTOS: Industria de Alimentos y Bebidas: (44.17MM USD)

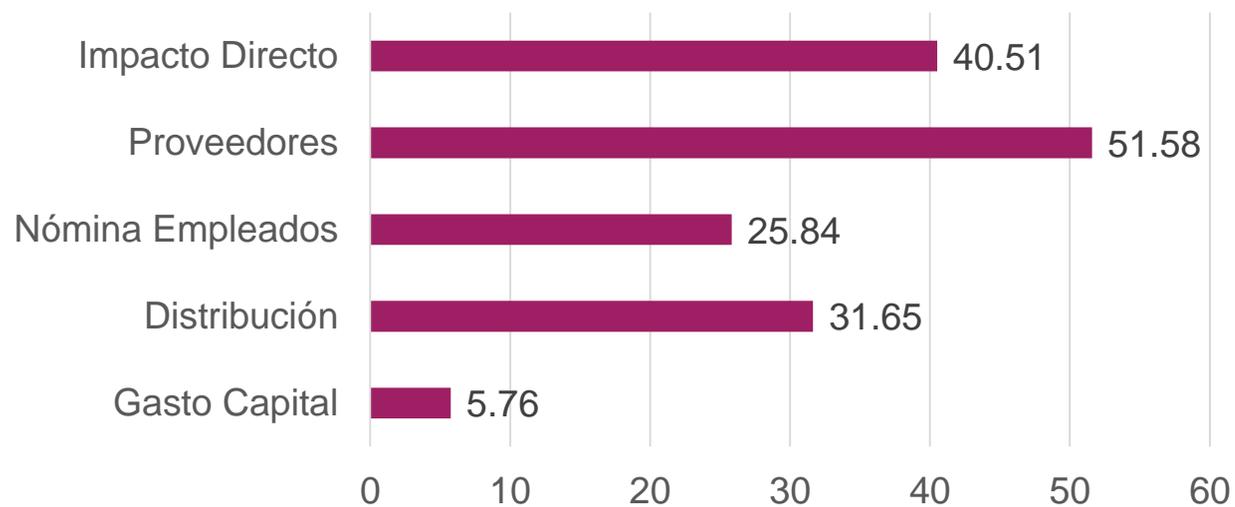


Fuente: SRI, impuestos pagados por las compañías del sector. Estimación en base a efecto en ventas antes descrito. Incluye todos los impuestos.

EFEECTO EN EL PIB: INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: (155,34 MM USD)

Impacto en el PIB			
	2017	2017 (Escenario sin efectos de la Ley)	Efecto de la Ley
Directo	\$722,81	\$763,32	-\$40,51
Proveedores	\$919,76	\$971,34	-\$51,58
Nómina Empleados	\$460,16	\$486,00	-\$25,84
Distribución	\$564,07	\$595,72	-\$31,65
Gasto Capital	\$103,36	\$109,12	-\$5,76
Total	\$2.770,16	\$2.925,50	-\$155,34

Efecto de la Ley en el PIB en MM USD (155,34 MM USD)



Impacto de la Ley de Comunicación en la Industria de Alimentos y Bebidas

1

DECREMIENTO DE LA INVERSION PUBLICITARIA*

-42% en inversión publicitaria de la industria de alimentos y bebidas (2017 vs 2013)

-US\$ 38MM en inversión publicitaria (2017 vs 2013)

Fuente: Infomedia

2

EFFECTO EN VENTAS

Por cada US\$ 1MM invertido en publicidad se genera **US\$ 6.5 MM** en ventas en el sector

Reducción en las ventas de sector de alimentos y bebidas en

-US\$ 307MM como efecto de la reducción de la inversión (2017)

Fuente: Estimación base a generación de Empresas de Alimentos y bebidas: Códigos CIIU C10 y C11 que pautan en medios.

3

IMPACTO ECONOMICO

-US\$ 155.34 MM que se dejaron de aportar al PIB (2017)

-15.436 empleos que se dejaron de generar ((2017)

-US\$ 44MM en impuesto que se dejaron de generar y recaudar (2017)

IMPACTO DE LA LOC EN EL SECTOR DE PRODUCCION PUBLICITARIO



INDUSTRIA PUBLICITARIA

12.5% de crecimiento en el sector de producción publicitario al PIB (2013- 2017)

Fuente: Estimación de crecimiento del sector en base a pago de IR (datos SRI) de las empresas de producción publicitaria Código CIIU J5911.



Generación de US\$ 34.35 MM en la economía (2017)

Ponderando el efecto en el PIB (**US\$34.3MM**) en el sector de producción publicitaria, y el impacto negativo en el PIB en Alimentos y Bebidas (**US\$155.3MM**), se evidencia un **efecto neto negativo de US\$120,99MM** a causa de la LOC.

Reforma a la Ley de Comunicación

Propuesta

1. Se permitirá la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras en hasta un 50%, incluyendo los comerciales de televisión y cine, cuñas para radio, fotografías para publicidad estática, o cualquier otra pieza audiovisual utilizada para fines publicitarios.

A fin de controlar la debida aplicación de este artículo, quien contratare los servicios de publicidad del exterior, o importe dichos materiales y contenidos, deberá evidenciar a través de los contratos respectivos, el origen de la producción, así como, presentar anualmente una declaración juramentada.

2. En el marco de los Acuerdos Internacionales y el Compromiso a permitir el acceso a sus mercados para productos y servicios de los países miembros:

..... Se autorice la importación de campañas, piezas o material publicitario, incluyendo fotografías de cualquier tipo, producidas por personas naturales o jurídicas, domiciliadas en países con los cuales el Estado ecuatoriano haya suscrito y ratificado tratados, acuerdos, convenios o instrumentos internacionales de comercio



⁴El Título VII del Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea incorpora los derechos y obligaciones sobre propiedad intelectual con base al