

GOBIERNO DE PUERTO RICO

18^{va.} Asamblea
Legislativa

2^{da.} Sesión
Ordinaria

SENADO DE PUERTO RICO

R. del S. 495

6 de noviembre de 2017

Presentada por la señora *Laboy Alvarado*

Referida a la Comisión de Asuntos Internos

RESOLUCIÓN

Para ordenar a la Comisión de Revitalización Social y Económica del Senado de Puerto Rico realizar una investigación exhaustiva en torno a la industria publicitaria en Puerto Rico, particularmente el efecto que ha tenido la creciente tendencia de importación de campañas publicitarias y cómo dicha práctica afecta la industria con énfasis en cuánto afecta su capacidad de producir o retener empleos, su capacidad para aportar al capital local y el mercadeo y venta de productos locales; así como las alternativas que tienen para enfrentarse a dichos retos.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La publicidad juega un rol importante en la economía de un país. Un estudio realizado por *IHS Global Insight Inc.*, reveló que la publicidad contribuyó 3.4 billones de dólares al Producto Interno Bruto (PIB) de la economía estadounidense en el año 2014, es decir, un diecinueve por ciento (19%) de éste. De hecho, surge del mismo estudio que cada dólar gastado en publicidad genera casi \$19 de la producción económica que de otra manera no se podría conseguir. Además, para ese mismo año (2014) la publicidad representó 5.8 billones de dólares en ventas al consumidor en general, representando un apoyo de un dieciséis por ciento (16%) a la actividad de ventas en los Estados Unidos. En términos de generación de empleo, la industria publicitaria contribuyó unos 20 millones a los 142 millones de puestos de trabajo existentes en Estados Unidos, es decir un catorce por ciento (14%). De hecho, se estima que cada trabajo generado en esta industria apoya directamente a otros sectores, impactando aproximadamente 34 puestos de trabajo por sector.

A pesar de lo anterior, es necesario reconocer que la industria publicitaria se caracteriza por ser uno de los sectores de más inestabilidad. Los cambios en dicha industria ocurren a ritmos vertiginosos y teniéndose que adaptar a los desafíos que se imponen en un mundo en el cual los canales de comunicación están en constante evolución. Lo anterior, mientras les responden a las empresas que constantemente tienen que reinventar sus campañas publicitarias para mantener el atractivo de sus productos y sus expectativas de ventas, con las limitaciones presupuestarias que ello pudiese conllevar. A ello se le añade, además, que el ritmo al cual van los cambios no van a la par con los cambios en los sistemas de tributación o de incentivos concedidos a la industria publicitaria.

La realidad de la industria publicitaria en Puerto Rico es aún más complicada ante el hecho de que cada vez son más las empresas que prefieren importar sus campañas publicitarias. Se estima que el 90% de las campañas publicitarias que vemos en Puerto Rico son importadas.

Por todo lo anterior, esta Asamblea Legislativa entiende necesario realizar una investigación exhaustiva en cuanto al efecto que tiene en la industria publicitaria la práctica de importar campañas publicitarias y cómo ello afecta su capacidad de producir o retener empleos, su capacidad de aportar al capital local, el mercadeo y venta de productos locales; y cuáles son las protecciones (salvaguardas, defensas,) que pudiesen tener para enfrentarse ante estos retos.

RESUÉLVASE POR EL SENADO DE PUERTO RICO:

1 Sección 1. - Se ordena a la Comisión de Revitalización Social y Económica del Senado de
2 Puerto Rico realizar una investigación exhaustiva en torno a la industria publicitaria en Puerto
3 Rico, particularmente el efecto que ha tenido la creciente tendencia de importación de
4 campañas publicitarias y cómo dicha práctica afecta la industria, con énfasis en cuánto afecta
5 su capacidad de producir o retener empleos, su capacidad para aportar al capital local y el
6 mercadeo y venta de productos locales; así como las alternativas que tienen para enfrentarse a
7 dichos retos.

8 Sección 2. - La Comisión rendirá un informe con los hallazgos, conclusiones y
9 recomendaciones que estime pertinentes, incluyendo las acciones legislativas o

- 1 administrativas que deban adoptarse con relación al asunto objeto de esta investigación,
- 2 dentro de noventa (90) días después de la aprobación de esta Resolución.
- 3 Sección 3.- Esta Resolución entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.