

Estado Libre Asociado de Puerto Rico
DEPARTAMENTO DE HACIENDA
Área de Contabilidad Central de Gobierno

Carta Circular
Núm. 1300-21-08

Año Fiscal 2007-2008
20 de diciembre de 2007

A los Secretarios de Gobierno
y Directores de Dependencias
del Estado Libre Asociado de
Puerto Rico

Asunto: Contratación de Servicios de
Publicidad

Estimados señores:

La Ley Núm. 103 de 25 de mayo de 2006, Ley para la Reforma Fiscal de 2006, en su Artículo 19, Gastos de Difusión Pública del Gobierno, prohíbe a la Rama Ejecutiva y a sus agencias, incurrir en gastos para compra de tiempo y espacio en los medios de difusión pública con el propósito de exponer sus programas, proyectos, logros, realizaciones, proyecciones o planes. Se exceptúan de lo anterior, aquellos avisos y anuncios expresamente requeridos y/o autorizados por ley.

Dicha Ley, además, prohíbe a la Rama Legislativa y a la Rama Judicial incurrir en gastos para la compra de tiempo y espacio en los medios de difusión pública con el propósito de exponer sus programas, proyectos, logros, realizaciones, proyecciones o planes. Se exceptúan de lo anterior los costos relacionados con el establecimiento y mantenimiento de las páginas de Internet usualmente establecidas por agencias, tribunales y legislaturas con información sobre la composición y el funcionamiento de sus estructuras y la información sobre servicios, casos o legislación, según aplique.

Se exceptúa además, la compra de tiempo y espacio para la divulgación de calendarios legislativos que no identifique el nombre de ningún funcionario electivo en particular, al igual que la publicación por vía de esquelas o el pago de segmentos adicionales durante la comparecencia del Gobernador ante las Cámaras Legislativas. Asimismo, se exceptúan aquellos anuncios que sean utilizados para difundir información de urgencia, emergencia, salud o de interés público.

Esta Carta Circular se emite con el propósito de establecer las normas a seguir al formalizar y procesar los pagos relacionados a un contrato de publicidad.

1. Las agencias de gobierno, al otorgar contratos de servicios de publicidad, comunicaciones y otros relacionados se asegurarán que los mismos cumplan con las disposiciones de Ley antes citadas.
2. La Oficina Central de Comunicaciones formaliza anualmente un contrato donde negocia descuento por volumen de pautas con los principales medios de la isla. En el contrato se establece el descuento fijo que el medio publicitario le otorgará a todo organismo gubernamental incluido en el contrato. Los organismos, como parte del contrato, deberán incluir una cláusula en la cual la agencia de publicidad acuerde honrar el descuento establecido con la Oficina Central de Comunicaciones.
3. Las agencias deberán enviar para la consideración de la Oficina Central de Comunicaciones, los contratos de servicios profesionales de publicidad, comunicaciones y asuntos relacionados a ser formalizados. Luego de esta aprobación, debe someterse a la Oficina Central de Comunicaciones todo el material creativo y los planes de medios para su revisión y aprobación antes de la producción y pauta final.
4. La comisión máxima por concepto de los servicios profesionales prestados por la Agencia de Publicidad, relacionados con la subcontratación, o servicios como intermediarios con los medios de comunicación, producción o cualquier otro suplidor de bienes o servicios publicitarios, será de un 15% del costo neto de facturación, según establecido mediante memorando del Secretario de la Gobernación de 18 de enero de 2007. En ningún caso se realizarán pagos en exceso del 15%. Será responsabilidad del personal de la Agencia revisar y ajustar cualquier factura que incluya una comisión en exceso del 15%.
5. Mediante el memorando antes indicado se estableció que las agencias de publicidad comprende y acepta el establecimiento de un sistema de pronto pago, mediante el cual se hará un descuento de un 2% del costo neto facturado a la agencia de gobierno, siempre que ésta realice el pago total de la cantidad facturada dentro de un término de 30 días calendario contados a partir de la fecha en que haya recibido la factura. Será responsabilidad de las agencias procesar las facturas de las agencias de publicidad con la premura necesaria para asegurar que se obtengan los descuentos por pronto pago.
6. Cualesquiera otros gastos administrativos u operacionales en que incurra la Agencia de Publicidad mientras realiza gestiones relacionadas con este contrato de servicios publicitarios, podrán ser facturados a la agencia de gobierno únicamente por el costo neto de los mismos, siempre que haya autorización previa de la agencia de gobierno para haber incurrido en tales gastos.

7. Las agencias se asegurarán que el importe facturado por servicios recibidos de los medios publicitarios refleje el descuento fijo otorgado.

8. En los casos de servicios recibidos por la agencia de publicidad de una casa productora, el importe facturado será la suma del importe facturado por la casa productora más el producto que se obtenga al multiplicar el importe facturado, al cual se le debe haber restado el descuento fijo, por el por ciento correspondiente a la comisión de la agencia.

Las disposiciones de esta Carta Circular aplican a los organismos cuyos fondos están bajo la custodia del Secretario de Hacienda. La Rama Legislativa y la Rama Judicial, así como las corporaciones públicas y los municipios, deberán establecer las disposiciones por las cuales reglamentarán los contratos de publicidad.

Esta Carta Circular deroga la Carta Circular Núm. 1300-36-00 del 23 de mayo de 2000.

Será responsabilidad de las agencias hacer llegar esta Carta Circular al personal relacionado con la preparación de los contratos de publicidad y los de las Oficinas de Finanzas responsables de la preintervención y pago de los mismos.

Cordialmente,

Juan Carlos Méndez Torres