

Gobierno de Puerto Rico
DEPARTAMENTO DE HACIENDA
Área de Contabilidad Central de Gobierno

Carta Circular
Núm. 1300-02-12

Año Fiscal 2011-2012
12 de agosto de 2011

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, regula los gastos para compra de tiempo y espacio en los medios de difusión pública en los que pueden incurrir la Rama Ejecutiva y sus agencias prohibiendo, salvo por algunas excepciones, que éstas incurran 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.

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

Disposiciones Específicas

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 la Ley Núm. 103 antes citada y con cualquier otra ley, reglamento o disposición administrativa que sea aplicable.
2. La Secretaría de Asuntos Públicos de la Oficina del Gobernador, formaliza anualmente acuerdos donde negocia descuentos por volumen de pautas con los principales medios de la isla y establece el descuento que los medios publicitarios le otorgarán a los organismos gubernamentales incluidos en el acuerdo. A tono con dicha negociación, las agencias del Gobierno deberán incluir en todo contrato de publicidad una cláusula en la cual la agencia de publicidad contratada acuerde honrar el descuento por volumen de pautas negociado para los organismos gubernamentales.

3. Previo a su otorgamiento, las agencias de Gobierno que interesen suscribir contratos de servicios profesionales de publicidad, comunicaciones y asuntos relacionados deberán cumplir con el procedimiento de aprobación dispuesto en la Orden Ejecutiva de 21 de septiembre de 2009, Boletín Administrativo Núm. OE-2009-034, según enmendada.

4. La comisión máxima por concepto de los servicios profesionales prestados por la agencia de publicidad contratada, relacionada con la subcontratación de servicios o con la prestación de servicios como intermediarios con los medios de comunicación, producción o cualquier otro suplidor de bienes o servicios publicitarios, será de un 15% del costo de facturación. 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. Las agencias de Gobierno incluirán en los contratos de publicidad cláusulas en las cuales las agencias de publicidad comprenden y aceptan 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 de Gobierno 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 el 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 de Gobierno se asegurarán que el importe facturado por servicios recibidos de los medios publicitarios refleje el descuento por volumen de pautas negociado para los organismos gubernamentales.

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 de publicidad.

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. 1300-21-08 del 20 de diciembre de 2007.

El texto de esta Carta Circular está disponible en nuestra página de Internet en la Dirección: www.hacienda.gobierno.pr/publicaciones/cartas_circulares_cont.html.

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,

Jesús F. Méndez Rodríguez
Secretario de Hacienda