

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 45

2 de enero de 2009

Presentado por el señor *Arango Vinent*

Referido a la Comisión de Gobierno

LEY

Para adoptar la “Ley para Autorizar la Venta de Derechos Exclusivos para Pautar Publicidad como parte del Diseño de los Marbetes de Vehículos de Motor” a los fines de ordenar al Departamento de Transportación y Obras Públicas efectuar una subasta anual de naturaleza abierta y competitiva de los derechos exclusivos a pautar anuncios publicitarios como parte del diseño de los marbetes de los vehículos de motor en Puerto Rico; establecer ciertos parámetros que deberá seguir dicho procedimiento de subasta; disponer sobre el uso de los dineros obtenidos producto de dicha contratación por de dicha subasta, y otros fines.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Durante los últimos años la publicidad, tanto en Puerto Rico como en el resto del mundo, ha ido evolucionando a la par con las necesidades del mundo de los negocios, razón por la cual la publicidad se manifiesta cada día, en maneras más innovadoras y creativas. Frecuentemente, las agencias de publicidad identifican nuevos espacios (*venues*) donde pueden colocar sus mensajes publicitarios, colocando así la atención de los consumidores en los productos y servicios que éstas promueven.

La influencia de la publicidad en los hábitos de consumo de la población es de tal envergadura que la mayoría de las personas prefieren adquirir aquellos productos o servicios respecto a los cuales han estado expuestos a algún tipo de publicidad. En un ambiente donde la competencia aumenta cada día más, son cada vez más las empresas que recurren a las agencias

de publicidad buscando mejorar su posicionamiento en sus respectivos mercados, lograr una mayor aceptación de sus productos por parte del consumidor y maximizar sus ventas.

Tradicionalmente la televisión, la radio, los periódicos y las revistas han sido los medios más utilizados por las agencias de publicidad para llevar su mensaje a los consumidores. Sin embargo, según los consumidores han ido evolucionando, así como los mercados y la competencia creciendo, las agencias de publicidad se han visto en la necesidad de tomar nuevas avenidas que les permitan capturar de manera rápida y efectiva la atención de un consumidor cada día más difícil de atraer. Por tal razón, durante los pasados 10 a 15 años, el segmento de la publicidad de exteriores y de la publicidad alternativa, ha crecido sustancialmente, tanto en los Estados Unidos como a nivel mundial.

Puerto Rico no ha sido una excepción a estas tendencias de cambio en la industria publicitaria. La lucha de las agencias de publicidad para sobreponerse a la indiferencia que durante los últimos años ha desarrollado el consumidor puertorriqueño a los medios tradicionales de publicidad, ha resultado en un estímulo para que en Puerto Rico haya emergido un mercado fértil para la publicidad de naturaleza alternativa. Este tipo de publicidad, la cual también se conoce en el idioma inglés como “*in your face publicity*”, persigue llamar la atención inmediata del consumidor potencial mediante su colocación en lugares visibles por un alto número de personas, para que se produzca el efecto de generar la venta del producto que se promueve.

Durante el año 2003 la publicidad de exteriores en Puerto Rico generó 8 millones de dólares en ingresos. Dicha cifra alcanzó los 10 millones de dólares durante el año 2004 y 17 millones de dólares durante el año 2005. Durante el 2003 y el 2004 este sector de la industria de la publicidad generó en los Estados Unidos ventas totales de aproximadamente 5.45 billones de dólares y 5.8 billones de dólares, respectivamente.

Mientras en Puerto Rico los segmentos tradicionales de la industria de la publicidad buscan seguir siendo competitivos en períodos de seria estrechez económica para la Isla, el sector de la publicidad de exteriores ha logrado conservar su relativa solvencia y ha experimentado un crecimiento continuo. Esto se debe a la capacidad constante de este sector de la publicidad a reinventarse mediante el ofrecimiento de nuevos espacios publicitarios, así como a una marcada tendencia por parte de las empresas locales de dirigir a la publicidad de exteriores una significativa porción de sus presupuestos publicitarios.

En Puerto Rico, al igual que ha ocurrido en los Estados Unidos y en el resto del mundo, las guaguas de la Autoridad Metropolitana de Autobuses, las paradas y terminales de guaguas, los taxis, las casetas telefónicas, los carritos de compra de los supermercados, las puertas e interiores de los elevadores, los exteriores de las cajas de los camiones, los pasillos del Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín y de otros aeropuertos regionales, los diversos centros comerciales, los quioscos, las bombas de las gasolineras, los accesos a los edificios de estacionamientos, los rótulos aéreos, etc., se han convertido en espacios publicitarios alternativos comúnmente utilizados por las agencias publicitarias. Los medios alternos de publicidad tienen una enorme versatilidad en cuanto a la forma y los lugares en los cuales pueden tomar forma, motivo por el cual estos tienen un potencial prácticamente ilimitado.

Ante la traumática realidad fiscal que sufre el Gobierno de Puerto Rico esta Asamblea Legislativa tiene un compromiso constante de identificar alternativas que aumenten la capacidad del gobierno de generar nuevos ingresos, sin gravar el ya sobrecargado bolsillo del consumidor puertorriqueño. Consistente con esta visión, la Asamblea Legislativa de Puerto Rico ha identificado un espacio o *venue* publicitario propiedad del Gobierno de Puerto Rico que goza de una ubicación privilegiada, cuya venta tiene el potencial de generar ingresos nuevos y recurrentes, para beneficio del Pueblo de Puerto Rico, este es, el marbete de los vehículos de motor. El marbete es aquella pegatina que se utiliza para certificar la renovación de las licencias de vehículos de motor en Puerto Rico. El mismo se rediseña todos los años por el Departamento de Transportación y Obras Públicas.

En el año 2005 el Departamento de Transportación y Obras Públicas reveló el diseño aprobado por el Gobierno para el marbete para los vehículos de motor que circularían en Puerto Rico durante ese año. Dicho marbete incluyó el rostro del fallecido comediante puertorriqueño José Miguel Agrelot, en su caracterización de Don Cholito. Dicha determinación generó un gran debate público y político. Este debate respondió a la utilización en dicho marbete del color rojo y a la selección del personaje de Don Cholito, en el cual el fenecido artista utiliza una pava, símbolo y color característicos del logo del Partido Popular Democrático. Sin embargo, independientemente del debate generado por dicha determinación, lo cierto es que para poder circular en las carreteras de la Isla todos los vehículos de motor registrados en Puerto Rico tuvieron que lucir durante todo un año, por obligación y como condición para poder renovar la licencia del vehículo de motor, el marbete que contenía la imagen del fenecido comediante.

Para el año 2004 había en Puerto Rico 2.5 millones de vehículos de motor debidamente registrados recorriendo una red de carreteras de aproximadamente 10,563 millas. Se estima que en Puerto Rico se venden anualmente un promedio de 125,000 vehículos de motor nuevos. Según las tendencias estadísticas establecidas, el número de vehículos de motor se duplica cada 20 años, por lo que para el año 2024 debe haber circulando en Puerto Rico cerca de 5 millones de vehículos de motor. Estas cifras evidencian el enorme potencial que tienen el marbete que se adhiere a los vehículos de motor como un espacio o *venue* publicitario. Dicho espacio constituye, obviamente, un activo susceptible de ser vendido por el Gobierno al sector privado.

Mediante la presente legislación se propone ordenar al Departamento de Transportación y Obras Públicas a que realice anualmente un proceso abierto y competitivo mediante el cual se subaste al mejor postor, el derecho a exclusivo a colocar una pauta publicitaria como parte del diseño del marbete que deberá ser adherido durante año siguiente en todos los vehículos de motor para poder circular en la Isla. La presente legislación establece, además, requisitos generales de dicha subasta, disposiciones estableciendo ciertas limitaciones en cuanto al contenido de la publicidad que podrá recoger dicho marbete, así como el uso que se dará a los ingresos generados por la venta de dicho derecho exclusivo.

DECRETASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Artículo 1. – Título. Esta ley se conocerá como la “Ley para Autorizar la Venta de
2 Derechos Exclusivos para Pautar Publicidad como parte del Diseño de los Marbetes de
3 Vehículos de Motor”

4 Artículo 2. - **Autorización al Secretario del Departamento de Transportación y**
5 **Obras Públicas para Realizar Subasta Anual.** Se ordena y se autoriza al Secretario del
6 Departamento de Transportación y Obras Públicas, por conducto de su Junta de Subastas, a
7 llevar a cabo anualmente un proceso formal de subasta anual, de naturaleza competitiva,
8 mediante la cual se otorgue a la persona natural o jurídica favorecida, el derecho exclusivo de
9 pautar, durante el año siguiente a la celebración y adjudicación de la referida subasta, un
10 anuncio que forme parte del diseño autorizado de los marbetes que serán adheridos en los

1 vehículos de motor que estarán autorizados a circular en las carreteras en Puerto Rico como
2 parte del proceso de renovación anual de licencias.

3 La autorización y venta por parte del Departamento de Transportación y Obras
4 Públicas de los derechos aquí dispuestos, estará sujeta a las condiciones y a los procesos
5 establecidos por esta Ley.

6 **Artículo 3. - Prohibición.** Estará prohibida la adjudicación de los derechos a los que
7 hace referencia la presente ley, así como la autorización de cualquier pauta por parte del
8 Departamento de Transportación y Obras Públicas, cuando la publicidad a pautarse esté
9 dirigida a estimular el consumo de bebidas alcohólicas, del cigarrillo, el tabaco o de drogas,
10 publicidad de naturaleza racista, sexista, engañosa, desleal, subliminal, pornográfica, sexual,
11 religiosa ni de corte político partidista.

12 **Artículo 4 – Diseño o Arte del Marbete.** Los derechos concedidos a la persona o
13 entidad favorecida por el procedimiento de subasta dispuesto en la presente ley incluirán el
14 derecho exclusivo por parte de ésta de diseñar el arte del marbete que se utilizará por los
15 vehículos de motor durante el año siguiente a la correspondiente adjudicación. Dicho diseño
16 podrá ser de contenido publicitario o promocional.

17 El diseño del marbete deberá cumplir con ciertos requisitos mínimos establecidos por
18 el Departamento de Transportación y Obras Públicas mediante el Reglamento que adopte
19 para tales fines. El mismo deberá incluir toda aquella información que le requiera el
20 Departamento de Transportación y Obras Públicas, entre los cuales se incluyen el
21 correspondiente año de vigencia, el mes de expiración y el número de marbete. De igual
22 manera, el marbete deberá cumplir con todos los requisitos de seguridad establecidos por el

1 Departamento de Transportación y Obras Públicas necesarios para impedir la falsificación
2 de los mismos.

3 El Departamento de Transportación y Obras Públicas deberá impartir su aprobación
4 final al diseño del marbete propuesto por la persona natural o jurídica favorecida el proceso.
5 El Departamento de Transportación y Obras Públicas será responsable de gestionar la
6 impresión y reproducción del marbete, cuyos costos deberán ser reembolsados por la
7 persona natural o jurídica favorecida en el proceso de subasta.

8 La venta y distribución de los marbetes se realizará por el Gobierno de Puerto Rico,
9 conforme a los procedimientos vigentes en el Departamento de Transportación y Obras
10 Públicas.

11 **Artículo 5. - Adopción de Reglamentación.** El Departamento de Transportación y
12 Obras Públicas será responsable de establecer, mediante reglamentación a ser aprobada
13 dentro de los noventa (90) días siguientes a la fecha de vigencia de la presente ley, los
14 detalles necesarios para poder implementar el proceso de subasta anual, así como los demás
15 requisitos establecidos en la presente legislación.

16 Disponiéndose que los procedimientos que establezca el Departamento de
17 Transportación y Obras Públicas en la reglamentación que adopte, deberán garantizar que se
18 cuente con un proceso ágil de adjudicación, que maximice los beneficios económicos que
19 recibirá el Pueblo de Puerto Rico. Los mismos deberán disponer para una rápida y sencilla
20 ejecución del correspondiente contrato.

21 **Artículo 6. - Anuncio de Subasta.** El Departamento de Transportación y Obras
22 Públicas publicará anualmente un Anuncio de Subasta en un periódico de circulación
23 general diaria de Puerto Rico, mediante el cual convocará a todos los interesados a participar

1 de la subasta dispuesta por esta ley. Dicho anuncio deberá contener toda aquella información
2 dispuesta por reglamento adoptado por el Departamento, así como instrucciones específicas
3 y necesarias que permitan a los posibles oferentes adquirir los pliegos de la subasta y
4 presentar su oferta.

5 Artículo 7. – **Personas naturales o jurídicas autorizadas a participar en la**
6 **Subasta.** Cualquier persona natural o jurídica que esté inscrita en el Registro Único de
7 Licitadores de la Administración de Servicios Generales creado en virtud de la Ley Núm. 85
8 de 18 de junio de 2002, según enmendada, podrá participar de la subasta autorizada por la
9 presente ley.

10 Artículo 8. – **Adjudicación de Subasta.** La Junta de Subastas del Departamento de
11 Transportación y Obras Públicas deberá adjudicar la buena pro de la subasta a aquella
12 persona natural o jurídica que ofrezca el más alto precio al Gobierno de Puerto Rico.

13 Artículo 9. - **Uso del producto de la venta.** El producto de la venta de los derechos
14 que por la presente se autoriza vender se utilizará para costear el establecimiento del
15 currículo de las escuelas superiores públicas de un curso compulsorio de Seguridad en el
16 Tránsito de un semestre como requisito de graduación de nivel superior, según ordenado al
17 Secretario del Departamento de Educación por la Ley Núm. 209 de 25 de agosto de 2000,
18 según enmendada.

19 Artículo 10. - **Inaplicabilidad de la Ley de Procedimiento Administrativo**
20 **Uniforme.** La Ley Núm. 170 de 12 de agosto de 1988, según enmendada, conocida como la
21 Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme, no aplicará a los procedimientos de subasta
22 o a las actuaciones autorizadas por esta Ley o a cualquier otro procedimiento o actuación
23 conducido o requerido para cumplir con el propósito de esta Ley.

1 Artículo 11. - **Responsabilidades Fiscales y Contributivas de la Persona Natural o**
2 **Jurídica Seleccionada.** La Persona Natural o Jurídica a la cual se adjudique la buena pro de
3 la subasta será responsable de pagar las contribuciones por concepto de ingresos, los
4 arbitrios, las patentes municipales, las contribuciones sobre los bienes muebles e inmuebles
5 y cualquier otro derecho y arancel aplicables conforme a lo dispuesto por el ordenamiento
6 jurídico de Puerto Rico.

7 Artículo 12. Cláusula de Separabilidad.- Si cualquier disposición de esta Ley o la
8 aplicación de dicha disposición a cualquier persona o circunstancia fuere declarada
9 inconstitucional, el resto de esta Ley y su aplicación no quedará afectada por dicha
10 declaración de inconstitucionalidad.

11 Artículo 13.-Vigencia. Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su
12 aprobación.