

**SENADO DE PUERTO RICO**

**R. del S. 312**

11 de mayo de 2017

Presentada por el señor *Nadal Power*

*Referida a la Comisión de Asuntos Internos*

**RESOLUCIÓN**

Para ordenar a la Comisión de Hacienda del Senado de Puerto Rico a realizar una investigación sobre los costos, necesidad y efectividad de la campaña publicitaria llevada a cabo por la Autoridad de Asesoría Financiera y Agencia Fiscal (AAFAF) en torno a la decisión que tomó el Gobierno de Puerto Rico de acogerse al Título III de la Ley Federal 114-187, Ley para la Supervisión, Administración y Estabilidad Económica de Puerto Rico, (PROMESA, por sus siglas en inglés).

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

Ante la alarmante crisis económica que enfrentamos y las decisiones históricas que se han tomado en los pasados días, es imprescindible mantener al pueblo de Puerto Rico informado de dichos sucesos. No obstante, ante nuestra realidad fiscal es necesario llevar a cabo esto de la manera más costo efectivo posible. La tecnológica y los medios noticiosos permiten comunicar a grandes masas de manera efectiva y a bajo o ningún costo.

Con esto en mente, el Gobierno debería usar todo mecanismo disponible para lograr mayor transparencia, comunicándole al pueblo las acciones y decisiones tomadas, las realidades de la situación fiscal que enfrentamos y las proyecciones y planes establecido. Pero esto, buscando toda alternativa viable para hacerlo de manera que no represente un alto impacto para el fisco.

Así las cosas, la decisión tomada por el Gobierno el pasado 3 de mayo de 2017 de acogerse a la protección que brinda el Título III de la ley federal PROMESA, el cual establece un proceso de reestructuración supervisado por un tribunal, fue el paso correcto luego de la expiración de la suspensión contra los litigios que protegía a Puerto Rico contra las demandas radicadas por los

acreedores exigiendo el pago de la deuda existente. Luego de esto, se han visto en varios medios de la Isla, una campaña publicitaria por parte de la Autoridad para la Asesoría Financiera y Asesoría Fiscal (AAFAF) justificando la decisión del Gobierno de Acogerse al referido Título III.

El gasto en campañas publicitarias, además de contradecir la decisión de acogerse al Título III por parte del Gobierno, contradice las expresiones del actual Gobernador el pasado 18 de diciembre de 2016, cuando anunció que el Gobierno no tendría recursos económicos para pagar la nómina gubernamental del febrero de 2017. Luego de esto, no solo ha surgido una campaña publicitaria, sino que se ha convocado un plebiscito cuyo costo será de aproximadamente \$10 millones, tras la decisión del Gobierno de Ricardo Rosselló de no intentar usar los fondos federales que hubiesen estado disponibles para un proceso de votación que fuese justo y democrático.

La crisis económica que enfrenta Puerto Rico requiere del compromiso del Gobierno a adoptar medidas de austeridad y hacer uso eficiente de los fondos públicos. Por ello, es imprescindible llevar a cabo una investigación sobre la viabilidad, efectividad y costos relacionados a la campaña publicitaria llevada a cabo por AAFAF para justificar la decisión antes mencionada.

#### **RESUÉLVASE POR EL SENADO DE PUERTO RICO:**

1           Sección 1.- Se ordena a la Comisión de Hacienda del Senado de Puerto Rico a realizar  
2 una investigación sobre los costos, necesidad y efectividad de la campaña publicitaria llevada  
3 a cabo por la Autoridad de Asesoría Financiera y Agencia Fiscal (AAFAF) en torno a la  
4 decisión que tomó el Gobierno de Puerto Rico de acogerse al Título III de la Ley Federal  
5 114-187, Leu para la Supervisión, Administración y Estabilidad Económica de Puerto Rico,  
6 (PROMESA, por sus siglas en inglés).

7           Sección 2.- La Comisión de Hacienda deberá rendir un informe con sus hallazgos,  
8 recomendaciones y conclusiones dentro de noventa (90) días siguientes a la aprobación de  
9 esta Resolución.

1 Sección 3.- Esta Resolución entrará en vigor inmediatamente después de su  
2 aprobación.