

**GOBIERNO DE PUERTO RICO
LA FORTALEZA
SAN JUAN, PUERTO RICO**

Boletín Administrativo Núm. OE-1999-20

ORDEN EJECUTIVA DEL GOBERNADOR DE PUERTO RICO

PARA ENMENDAR LA ORDEN EJECUTIVA DE 19 DE ENERO DE 1994, BOLETIN ADMINISTRATIVO NUM. OE-1994-03, SEGÚN ENMENDADA.

- POR CUANTO:** La Orden Ejecutiva de 19 de enero de 1994, Boletín Administrativo Núm. OE-1994-03, según enmendada, creó la Oficina Central de Comunicaciones, adscrita a la Oficina Propia del Gobernador, a fin de mantener a la ciudadanía informada de las acciones y política de su gobierno, a través de una comunicación efectiva.
- POR CUANTO:** Al presente, el alcance de los servicios de la Oficina Central de Comunicaciones se extiende a muchas dependencias gubernamentales, ya que debe supervisar y asegurarse que los mensajes y la política pública sean uniformes y acordes con los objetivos establecidos por el Gobierno.
- POR CUANTO:** Entre las funciones de la Oficina Central de Comunicaciones se encuentra la supervisión de las acciones, los acuerdos y el otorgamiento de contratos con los medios de comunicación, para asegurar que se logre una mejor difusión, utilizando las más modernas técnicas disponibles al menor costo posible.
- POR CUANTO:** Asimismo, la Oficina Central de Comunicaciones presta servicios de asesoría, consultoría y supervisión de los planes de comunicación pública de todas las agencias e instrumentalidades gubernamentales que sean vitales para la divulgación integral de la obra, política y filosofía del Gobierno y negociar descuentos ofrecidos por los medios de comunicación y someter recomendaciones para utilizar al máximo los fondos y las inversiones del Gobierno en el área de comunicación pública.
- POR CUANTO:** A fin de maximizar los fondos y las inversiones del Gobierno de Puerto Rico en el área de comunicación pública se necesita que todas las negociaciones se desarrollen a nivel central.
- POR CUANTO:** Desde 1997 la estrategia que se establece en esta Orden Ejecutiva ha sido ejecutada en el medio de la televisión.

POR CUANTO: A fin de maximizar las inversiones en los medios y obtener el mayor alcance o participación (“reach”) al menor costo posible, es indispensable considerar a todas las agencias y dependencias del Gobierno de Puerto Rico como una sola entidad para fines de negociación con los medios para la colocación (“placement”) de la publicidad del Gobierno (discrecional como aquella requerida por ley).

POR CUANTO: Resulta necesario en estos momentos enmendar la Orden Ejecutiva de 19 de enero de 1994, Boletín Administrativo Núm. OE-1994-03, según enmendada, para reflejar la aplicabilidad de dicha estrategia a todos los medios.

POR TANTO: YO, PEDRO ROSSELLO, Gobernador de Puerto Rico, en virtud de los poderes inherentes a mi cargo y de la autoridad que me ha sido conferida por la Constitución y las leyes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, por la presente dispongo lo siguiente:

PRIMERO: Se enmienda el POR TANTO PRIMERO de la Orden Ejecutiva de 19 de enero de 1994, Boletín Administrativa Núm. OE-1994-03, según enmendada, para que se lea como sigue:

“**PRIMERO:** Se crea la Oficina Central de Comunicaciones, adscrita a la Oficina Propia del Gobernador, la cual será el organismo a cargo de negociar con los principales medios de comunicación a fin de maximizar la inversión en los medios y obtener el mayor alcance o participación (“reach”) al menor costo.”

SEGUNDO: Se enmienda el apartado (5) del POR TANTO TERCERO de la Orden Ejecutiva de 19 de enero de 1994, Boletín Administrativa Núm. OE-1994-03, según enmendada, para que se lea como sigue:

“**TERCERO:** El Director será nombrado por el Gobernador y tendrá las siguientes funciones, deberes y facultades:

1. ...
5. Negociar, a nombre de todas las agencias y dependencias del Gobierno de Puerto Rico, tarifas y descuentos ofrecidos por los medios de comunicación y someter recomendaciones para utilizar al máximo los fondos y las inversiones del Gobierno

en el área de comunicación pública. En el proceso de negociación, la Oficina Central de Comunicaciones consolidará para análisis la información necesaria, y realizará inversiones de publicidad conforme los siguientes parámetros:

- a) Presupuesto disponible destinado a medios.
- b) Penetración del mercado por medio.
- c) Patrones de inversión basados en facturación.
- d) Estrategia publicitaria y de medios.
- e) Análisis del mercado de medios y eficiencias.

En el caso de los medios de televisión y radio, la Oficina Central de Comunicaciones también considerará los siguientes parámetros:

- (1) participación de la audiencia y “rating” (actual y por lo menos de los últimos dos (2) años)
- (2) penetración del mercado
- (3) participación del mercado (“shares”)
- (4) costos (costo por millar (CPM), costo por punto (CPP), descuentos promedios en el mercado, tarifas)

En el caso de medios impresos, la Oficina Central de Comunicaciones hará sus determinaciones conforme lo siguiente:

- (i) Costo por millar más eficiente (derivado del costo por pulgada de columna y circulación en Puerto Rico según auditoría independiente para los periódicos de circulación general o con las tiradas “press runs” certificadas para otros medios impresos).
- (ii) Descuentos prevalecientes en el momento en los medios impresos así como los descuentos por volumen ofrecidos al Gobierno.
- (iii) Grupo Objetivo (“target audience”).
- (iv) Composición demográfica de la publicación basada en

estudios de lectoría disponibles.

(v) Circulación en Puerto Rico según auditoría independiente para los periódicos de circulación general o con las tiradas "press runs" certificadas para otros medios impresos.

(vi) Audiencia, penetración y segmentación.

La Oficina Central de Comunicaciones negociará con los medios de comunicación, dentro de los que se incluyen las principales cadenas de televisión y radio, periódicos de circulación general, regionales y revistas. Una vez se concluya lo antes descrito, la Oficina Central de Comunicaciones llegará a unos acuerdos finales con los medios para este compromiso de negociación de las tarifas más eficientes. La implementación y ejecución de esta política de estrategia publicitaria y de medios deberá ser supervisada por la Oficina Central de Comunicaciones para el beneficio del Pueblo de Puerto Rico asegurando la comunicación más amplia y costo efectiva de la publicidad y verificando que la concesión de la publicidad del Gobierno esté fundamentada en razones legítimas y no de represalias relacionadas a la cobertura de noticias. ”

TERCERO: Esta Orden Ejecutiva tendrá vigencia inmediata.

EN TESTIMONIO DE LO CUAL, expido la presente bajo mi firma y hago estampar en ella el Gran Sello del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, en la Ciudad de San Juan, hoy día 10 de mayo de 1999.



Pedro Rosello

**PEDRO ROSSELLO
GOBERNADOR**

Promulgada de acuerdo con la ley, hoy 10 de mayo de 1999.

[Signature]
Secretaria de Estado