

De conformidad con las disposiciones del artículo 113 del Reglamento de la Asamblea Legislativa, el Departamento Secretaría del Directorio incorpora el presente texto al Sistema de Información Legislativa (SIL).

**ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA**

**PROYECTO DE LEY**

**DEROGATORIA DEL INCISO C DEL ARTÍCULO 19 DE LA LEY N°8346, LEY  
ÓRGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN CULTURAL  
(SINART) PARA EL CIERRE DE LA AGENCIA RTN PUBLICIDAD Y REFORMA  
A LA LEY N° 10235 PARA PREVENIR, ATENDER, SANCIONAR Y ERRADICAR  
LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA POLÍTICA**

**JOHANA OBANDO BONILLA  
DIPUTADA**

**EXPEDIENTE N.º24.010**

**DEPARTAMENTO DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS  
UNIDAD DE PROYECTOS, EXPEDIENTES Y LEYES**

## PROYECTO DE LEY

### **DEROGATORIA DEL INCISO C DEL ARTÍCULO 19 DE LA LEY N°8346, LEY ÓRGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN CULTURAL (SINART) PARA EL CIERRE DE LA AGENCIA RTN PUBLICIDAD Y REFORMA A LA LEY N° 10235 PARA PREVENIR, ATENDER, SANCIONAR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA POLÍTICA**

Expediente N°24.010

Asamblea Legislativa:

#### **1. SOBRE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y LA NECESIDAD DEL ESTADO EN DEMOCRATIZAR EL MERCADO PUBLICITARIO**

En la presente propuesta de ley se persigue la supresión de la Agencia RTN Publicidad. En tiempos recientes se ha constatado que dicha agencia ha sido causa de controversia y obstáculos en el acceso al mercado publicitario, que repercute negativamente en la viabilidad de establecer acuerdos eficaces tanto con el sector privado como con el sector público. La finalidad de esta iniciativa es atraer a agencias publicitarias con una sólida trayectoria y la capacidad necesaria para producir y ofrecer la totalidad de los servicios requeridos y ofertados, esto bajo los principios de la eficiencia estatal y de mercado. En el contexto jurídico y económico actual, la libre competencia y la neutralidad competitiva son conceptos fundamentales que influyen en la regulación de actividades comerciales.

En el ámbito económico el comportamiento competitivo en los mercados representa un factor en el desarrollo, que constituye un elemento inherente al crecimiento económico. Cuanto más competitivo sea un sector del mercado, los precios respectivos de los servicios que se ofertan se asemejan a los costos marginales de producción. La libre competencia vista como un principio central que subyace de la eficiencia del mercado dentro del marco legal implica la ausencia de prácticas anticompetitivas que restringen o distorsionan el juego limpio en el mercado. Asimismo, se busca prevenir acuerdos colusorios, abuso de posición dominante y otras conductas que puedan limitar eficiencia comercial, este principio se basa en la premisa de que la competencia promueve la productividad económica al estimular la innovación, reducir los precios y aumentar la calidad de los productos y servicios.<sup>1</sup>

En situaciones donde diversas empresas compiten al ofertar servicios de naturaleza semejante, cada una de ellas persigue atraer clientela bajo tarifas competitivas. Este proceso reditúa en un beneficio para los consumidores, en este caso, las instituciones del Estado, que les permite acceder a servicios en tarifas más

---

<sup>1</sup> Jaramillo Lotero, R. A. (2017). Una mirada a la competitividad. *Dictamen libre*, (20).

asequibles. Adicionalmente, este proceso incentiva la eficiencia en el proceso productivo, en la medida en que las empresas doblan esfuerzos por reducir sus costos a fin de mantener su rendimiento en el mercado.

En esa misma línea y desde un punto de vista propuesto por el concepto de la neutralidad competitiva, la idea es que las reglas del juego en el mercado deben ser equitativas y no deben favorecer a ningún participante en particular se vuelven aún más imperativas en la coyuntura actual. En otras palabras, todos los actores en el mercado deben competir en igualdad de condiciones, sin ventajas injustas contenidas en el marco jurídico. Esto implica que las regulaciones y políticas gubernamentales no deben distorsionar la competencia al beneficiar a ciertas empresas o sectores.<sup>2</sup>

Desde la perspectiva económica y normativa, garantizar la eficiencia de los mercados, la libre competencia y la neutralidad implica la promulgación y aplicación de leyes y regulaciones que prevengan prácticas anticompetitivas y aseguren un entorno de negocio justo y eficaz. Este equilibrio se traduce en la obtención de tarifas más ventajosas para los consumidores, a la vez que contribuye a evitar la concentración excesiva del servicio requerido, lo cual perjudica el sano desenvolvimiento en el ámbito comercial.

En ese sentido los mercados, en términos generales, deben gozar de la libertad necesaria sin la imposición de obstáculos onerosos, trámites engorrosos y gravámenes excesivos que dificulten su establecimiento o continuidad operativa. La exploración de oportunidades derivadas de un ambiente competitivo, la reducción de distorsiones que puedan afectar el funcionamiento natural de los mercados, así como la creación de condiciones que permitan nivelar el terreno de juego y disminuir la injerencia del Estado en la dinámica económica publicitaria, es un objetivo que aspira la presente iniciativa.

## **2. FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA RTN PUBLICIDAD Y SUS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS**

La agencia RTN Publicidad representa la entidad de comunicación vinculada al Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART), establecida a través de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión. Esta agencia se enfoca principalmente en la ejecución de proyectos de comunicación integral destinados a las entidades del sector público costarricense, y también tiene autorización para proporcionar sus servicios a organizaciones del sector privado que lo requieran.

Los servicios ofrecidos a estas instituciones incluyen la concepción y realización de campañas de comunicación, la organización de eventos, servicios de rotulación, desarrollo de identidad visual, estudios de mercado y otras iniciativas relacionadas con la promoción de imagen y comunicación. Lo que distingue a la agencia RTN

---

<sup>2</sup> OCDE. (2012). *Competitive Neutrality A COMPENDIUM OF OECD RECOMMENDATIONS, GUIDELINES AND BEST PRACTICES*. <https://www.oecd.org/daf/ca/50250955.pdf>

Publicidad de otras agencias similares, es su estructura organizativa única, ya que se divide en tres áreas fundamentales: Producción, Comercial y Planificación de Medios.

Los servicios brindados por la agencia del SINART S.A. funcionan bajo dos modalidades diferentes de contratación, tanto para entes públicos como privados. En el caso de las entidades públicas, el SINART S.A. tiene la facultad de prestar sus servicios independientemente de si la adquisición se lleva a cabo mediante una contratación directa o a través de un proceso de licitación. Cabe destacar que toda contratación formalizada por parte de los clientes públicos del SINART S.A. debe someterse a la gestión mediante un contrato electrónico en el marco del Sistema de Compras Públicas (SICOP). En calidad de proveedor de servicios, el SINART S.A. está sujeto a la obligación de ajustarse a las normativas, procedimientos y plazos estipulados en el ámbito de las adquisiciones públicas.<sup>3</sup>

En este sentido, la agencia RTN Publicidad se basa en prácticas monopólicas debido a la pauta que recibe de las instituciones públicas establecidas por ley. En un marco institucional, estas prácticas se refieren a situaciones en las que un ordenamiento otorga un monopolio o ventajas significativas a una agencia estatal, de manera que se restringe la competencia en el mercado publicitario.

Es por esto que, se tiene un marco de legalidad que obliga a las instituciones del Estado a pautar en la agencia del SINART cuando no necesariamente es ese medio el que ofrece verdaderas oportunidades de publicidad como sí lo podrían hacer otros oferentes privados. Lo anterior raya en todo aspecto la eficiencia en el uso de los recursos públicos, pues se está destinando publicidad a un medio que podría no tener los mejores resultados de competitividad, siendo entonces el uso de fondos públicos no correspondientes a una satisfacción completa del interés estatal.

En relación con lo anterior la Constitución Política en su artículo 46 dispone lo siguiente:

#### *ARTÍCULO 46.-*

*“Son prohibidos los monopolios de carácter particular, y cualquier acto, aunque fuere originado en una ley, que amenace o restrinja la libertad de comercio, agricultura e industria.*

*Es de interés público la acción del Estado encaminada a impedir toda práctica o tendencia monopolizadora. Las empresas constituidas en monopolios de hecho deben ser sometidas a una legislación especial. Para establecer nuevos monopolios*

---

<sup>3</sup> SINART DIGITAL. (2023). *ABC DEL SINART*. SINART S.A. <https://elmundo.cr/wp-content/uploads/2023/06/ABC-Sinart-V.F.pdf>

*en favor del Estado o de las Municipalidades se requerirá la aprobación de dos tercios de la totalidad de los miembros de la Asamblea Legislativa.*

*Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias.”<sup>4</sup>*

Por ende, que las instituciones públicas destinen parte de sus ingresos a la pauta publicitaria para el SINART, provoca en la práctica, una agencia monopolizadora en cuanto a la contratación y prestación de servicios requeridos en este ámbito.

En atención a las razones esbozadas es que se recomienda cerrar la agencia RTN Publicidad para democratizar la competencia justa y equitativa en el mercado publicitario. De manera que, las instituciones públicas puedan estar sujetas a precios diversos y justos por parte de los oferentes, maximizando el uso de fondos públicos destinados para esta función.

### **3. SOBRE LOS ESCANDALOS DE CORRUPCIÓN Y LA NECESIDAD DE CERRAR LA AGENCIA RTN PUBLICIDAD**

En el año 2022, la administración Chaves Robles, a través del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), tomó la decisión de llevar a cabo una licitación pública internacional con el propósito de contratar servicios en comunicación. Esta licitación se adjudicó a una empresa cuyo accionista principal es un asesor vinculado a Casa Presidencial. Según los registros del BCIE, se asignaron fondos por un total de \$299,570 el 7 de noviembre de 2022 para este propósito. Sin embargo, no se dispone de información relacionada con este concurso en la sección de procesos de adquisición. No obstante, en documentos oficiales se menciona al accionista como un "asesor" presidencial, y es relevante notar que realizó un considerable número de visitas, en concreto, 59 visitas, a las instalaciones de Casa Presidencial.

Es relevante señalar que esta misma empresa ha celebrado contratos con instituciones públicas adicionales, incluyendo la Refinadora Costarricense de Petróleo (Recope), el Banco de Costa Rica (BCR) y el Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART).

En lo que respecta al SINART, se procedió a realizar una contratación directa con esta empresa con el fin de proporcionar servicios audiovisuales a solicitud. Es esencial mencionar que este contrato se llevó a cabo durante un período en el cual

---

<sup>4</sup> Constitución Política (1949)

[https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=871](https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=871)

estaba en vigor la Ley de Contratación Administrativa, la cual establecía restricciones con respecto a la participación de asesores, tanto internos como externos del presidente de la República, en los procesos de contratación.

De acuerdo con la asesoría jurídica del SINART, estos contratos se rigen bajo la modalidad de "contratos según demanda". En este enfoque, el SINART establece acuerdos con el proveedor para ejecutar trabajos en función de las necesidades que se presenten. Bajo esta modalidad, el SINART tiene la capacidad de adjudicar contratos a empresas proveedoras por la prestación de sus servicios, y el monto se establece según las necesidades que surgen y que la proveedora pueda satisfacer.

Para ilustrar este punto, la Refinadora Costarricense de Petróleo (Recope) otorgó un contrato a esta empresa por un monto de ₡67.5 millones, justificado por la necesidad de "servicios especializados de producción audiovisual". Asimismo, en marzo de 2023, el Banco de Costa Rica (BCR) adjudicó un contrato por ₡23 millones a esta empresa, con el fin de gestionar un patrocinio.

Asimismo, para los dos últimos años respectivamente, dos empresas subcontratadas por la agencia mediante contratos sumaron unos 616 millones de colones. Este monto equivale a aproximadamente un 62% de los fondos destinados para pagar a proveedores de servicios. El 38% restante de los fondos para este fin, se destinó a pagar a otros proveedores de servicios con los cuales RTN Publicidad tiene contratos. Dichas declaraciones fueron hechas por el director general del SINART, Federico Amador, ante la comisión investigadora del SINART.<sup>5</sup>

En la misma línea, el director general del SINART admitió que para el presente año 2023, RTN Publicidad tiene órdenes de compra por un valor de hasta 383 millones de colones. Además, la mayoría de las adjudicaciones de subcontratación son para eventos requeridos por el Instituto Nacional de Seguros, en donde solo una empresa fue elegida para realizar dichos servicios.

De estas preocupaciones, se destaca las recientes revelaciones del Diario La Nación. Dichas declaraciones arrojaron a luz la presunta injerencia de la administración Chaves Robles mediante en un mensaje enviado a la exministra de comunicación Patricia Navarro a finales de junio de 2022. Cuatro meses después de este mensaje, la Junta de Protección Social (JPS) tomó la decisión de otorgar el manejo de su publicidad a la agencia RTN y en contra de criterios técnicos internos, esta decisión se tomó en una reunión en la que se mencionó la supuesta presión ejercida desde presidencia. Estas aseveraciones generan inquietudes significativas sobre la imparcialidad y transparencia en la toma de decisiones institucional. El

---

<sup>5</sup> Ver acta del 09 de octubre, comisión investigadora del SINART

escrutinio y la rendición de cuentas son fundamentales para mantener la integridad en la administración pública.<sup>6</sup>

Es a partir de las consideraciones previas, se plantea la necesidad imperante de poner fin a las operaciones de la Agencia RNT Publicidad, la cual forma parte del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART). En los últimos años, el SINART ha sido objeto de diversas controversias y señalamientos que involucran la malversación de fondos y actos de corrupción en los servicios que brinda la Agencia RNT Publicidad. Estas preocupaciones han minado la confianza en su funcionamiento y ha generado una serie inquietudes en cuanto a su integridad y transparencia en la gestión de recursos públicos.

En este contexto, cerrar las operaciones de la agencia RNT Publicidad se presenta como una medida necesaria para restaurar la confianza en la administración de los recursos y garantizar la responsabilidad administrativa en institucionalidad pública.

Por ende, se pone a consideración de la Asamblea Legislativa el siguiente proyecto de ley para su eventual tramitación y aprobación.

## **LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA**

### **DECRETA:**

#### **DEROGATORIA DEL INCISO C DEL ARTÍCULO 19 DE LA LEY N°8346, LEY ÓRGANICA DEL SISTEMA NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN CULTURAL (SINART) PARA EL CIERRE DE LA AGENCIA RTN PUBLICIDAD Y REFORMA A LA LEY N° 10235 PARA PREVENIR, ATENDER, SANCIONAR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA POLÍTICA**

**ARTÍCULO 1.** – Refórmese el artículo 3 de la Ley N°8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART), para que se lea de la siguiente manera:

Artículo 3-**Medios de comunicación.** En concordancia con lo dispuesto en el artículo 17 de esta Ley, el SINART, S. A., será un sistema de comunicación compuesto por los siguientes medios: la Red Nacional de Televisión, Radio Nacional y la revista Contrapunto.

---

<sup>6</sup> Bolaños. R y Cambroner. N, (26 de octubre 2023), Un WhatsApp revela injerencia de Rodrigo Chaves en gasto publicitario de JPS, Diario La Nacion

**ARTÍCULO 2.-** Deróguese el inciso c) del artículo 19 de la Ley N°8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART)

**ARTÍCULO 3.-** Deróguese la reforma al artículo 19 de la ley N°8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART) establecida en el artículo 36 de la Ley para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Política, N° 10235 del 3 de mayo de 2022

**ARTÍCULO 4.-** Para que se agregue un nuevo artículo 12 bis la a la Ley para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en la Política, N° 10235 del 3 de mayo de 2022, para que se lea de la siguiente manera:

Artículo 12 bis.- La Asamblea Legislativa, la Defensoría de los Habitantes de la República, la Contraloría General de la República, las instituciones autónomas y semiautónomas, las empresas públicas y demás entes menores, así como todas las instituciones y dependencias del Poder Ejecutivo, dedicarán por lo menos el tres por ciento (3%) de los dineros que destinen a publicidad e información en radio, televisión u otros medios de comunicación a la difusión de materiales y contenidos escritos, audiovisuales y digitales que contribuyan al cumplimiento de los fines y las obligaciones establecidos a las instituciones públicas en la presente ley.

**TRANSITORIO ÚNICO.** – El SINART S.A deberá asegurar la efectiva ejecución y finalización de todos los servicios y obligaciones para los cuales fue creada la agencia RTN Publicidad antes de la entrada en vigencia de la presente ley. Dicha finalización debe contemplarse en el presupuesto institucional más próximo a ejecutar y hasta que se finalicen todos los contratos de publicidad adquiridos por la agencia.

Rige a partir de su publicación.

---

Johana Obando Bonilla

Diputada

El expediente legislativo aún no tiene comisión.