

**SENADO DE PUERTO RICO**

9 de junio de 2008

**Informe Positivo sobre el P. del S. 2450**

**AL SENADO DE PUERTO RICO**

Vuestra Comisión de Gobierno y Asuntos Laborales, previo estudio y consideración, **recomienda** la aprobación del Proyecto del Senado Núm. 2450, con las enmiendas contenidas en el entrillado electrónico que se acompaña.

**ALCANCE DE LA MEDIDA**

El propósito de esta Medida es crear la Junta Reglamentadora de Relacionistas adscrita al Departamento de Estado; establecer los requisitos de preparación académica, ética profesional y procesos de educación continua de los miembros de esta profesión; y establecer los requisitos de certificación de la profesión del relacionista.

Las “relaciones públicas” se refieren a los esfuerzos gerenciales que realiza un individuo o una empresa para establecer y/o fortalecer el entendimiento con su público, tanto internos como externos. Dicho esfuerzo es una de las disciplinas que componen la comunicación integrada que, día a día, emplean organizaciones y empresas a favor de crear o solidificar una imagen favorable que propenda a un mejor intercambio social y comercial. El crecimiento económico y el desarrollo tecnológico experimentado por nuestra sociedad en las pasadas décadas, ha significado una transformación sin precedentes en la manera en que las empresas se comunican y llegan a sus públicos. La inmediatez y la diversidad de medios a los que nuestra gente tiene acceso a la información, ponen cada vez más al relieve la importancia de un análisis ágil y rápido, a su vez serio y profundo, de los asuntos que impactan nuestro diario vivir.

La importancia que revisten las relaciones públicas en nuestra sociedad globalizada requiere de profesionales que cumplan con altos estándares éticos y una sólida formación académica. Este profesional tiene la responsabilidad de establecer comprensión y comunicación entre diversos sectores tanto de la sociedad puertorriqueña como a nivel internacional.

Los relacionistas son esenciales para que el proceso de planificación y ejecución del plan de negocio de cada empresa se lleve a cabo efectivamente. Por tal motivo, es importante contar con profesionales capacitados y validados en sus diferentes campos de acción.

El relacionista profesional funge como asesor de la gerencia en el proceso de comunicación de una empresa. Su profesión abarca funciones tan variadas como relaciones con el gobierno, con la comunidad y con los públicos internos y externos. Entre las actividades más comunes que lleva a cabo un relacionista profesional se encuentran: desarrollo de estrategias y

programas o campañas de comunicación, manejo de comunicación en momentos de crisis, conceptualización de eventos, cabildeo y redacción de publicaciones especiales y comunicados, así como discursos y ponencias, entre otros.

Las relaciones públicas tocan muy de cerca la opinión pública y todo el quehacer de un pueblo y no debe tomarse a la ligera sus aportaciones a nuestra economía y sociedad. La idea de la regulación de las relaciones públicas es un concepto largamente aceptado por los profesionales y las asociaciones que les agrupan tanto en América Latina como en los Estados Unidos. Puerto Rico no debe desatender el reclamo de este grupo de profesionales ni dejar pasar por alto la oportunidad de unirse a los países de avanzada que han establecido mecanismos de regulación.

Para la evaluación de esta medida se analizaron los memoriales explicativos de SME, Escuela de Comunicaciones Recinto de Rio Piedras, The Einstein Group, UP Front, Serra & Serra, Drafftcb, Oficina de Servicios Legislativos, los resultados de la investigación de la R del S 2431 que incluye los memoriales explicativos de la Universidad Sagrado Corazón, Universidad de Puerto Rico, Universidad Interamericana de Puerto Rico, Sistema Universitario Ana G. Méndez, Asociación de Agencias Públicas de Puerto Rico, Asociación de Periodistas de Puerto Rico, Asociación de Efectivos de Ventas y Mercadeo de Puerto Rico y la Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico.

La **Asociación de Ejecutivos de Venta y Mercadeo de Puerto Rico (SME)**, nos indica que apoya la presente medida y que como ejecutivos de ventas y mercadeo, reconoce la importancia del apoyo y sustento que los relacionistas brindan en todos los esfuerzos de ventas y mercadeo. Como expertos de la comunicación los relacionistas convierten las estrategias en mensajes efectivos hacia los consumidores y clientes. Son, además, el enlace entre las organizaciones y sus diferentes públicos. Ellos se encargan de crear y mantener relaciones de beneficio mutuo entre todos los sectores e individuos que de alguna manera están relacionados con las organizaciones. Gracias a los relacionistas se logra establecer vínculos que redundan en beneficio para las empresas y para la economía de Puerto Rico.

La **Escuela de Comunicaciones, Recinto de Rio Piedras**, nos expresa que apoya la presente medida y que entiende que toda persona que se desempeñe como relacionista profesional debe estar sujeto a una reglamentación profesional que solo se pueda obtener si se aprueba el PS 2450. Nos solicita que aprobemos la medida ya que brinda un beneficio a los relacionista profesionales al igual que a Puerto Rico.

**The Einstein Group**, apoya la presente medida y entienden que al tener la profesión un impacto directo sobre la opinión pública, se debe de ejercer con prudencia y responsabilidad. Se debe salvaguardar a toda costa que el ejercicio de crear y fortalecer relaciones de entendimiento mutuo entre las organizaciones que se representa y sus público continúe respondiendo al interés público y no se convierta en un intento inescrupuloso y antitético de manipular la opinión pública.

Nos continua diciendo que la presente medida crea un mecanismo que garantiza, fiscaliza y verifica la debida preparación académica y el desempeño de toda persona que ejerza las labores propias de esta profesión en Puerto Rico. Creen que con la aprobación de P del S 2450 ayudará a evitar que personas se autodenominen como relacionistas sin tener la debida preparación académica ni los conocimientos necesarios para desempeñar las labores propias de la profesión.

**UP Front**, explica que apoya la presente medida y que como firma especializada en servicios de relaciones públicas entiende que una Junta que reglamente la profesión es necesaria. El relacionista juega un rol trascendental para que las organizaciones públicas, privadas y de base comunitaria puedan desarrollar y fortalecer sus relaciones con constituyentes, clientes, consumidores, medios informativos o la comunidad. Es importante que más allá de velar por el beneficio de nuestros clientes, se debe procurar que se logre sin afectar el interés público y se logra creando un organismo que vele por el comportamiento ético de la profesión. UP Front, entiende que el ejercicio de las relaciones públicas no debe estar en manos de personas sin el conocimiento y la experiencia, que seguramente desconocen las conductas antitéticas que son señaladas por las principales organizaciones que agrupan a los relacionistas alrededor del mundo como la GLOBAL ALLIANCE OF PUBLIC RELATION S y la PUBLIC RELATION SOCIETY OF AMERICA.

**Serra & Serra**, nos informa que apoya la presente medida y que creen fielmente en la regulación para la profesión como proceso para validar las credenciales y valores éticos. Que durante años han confrontado confusión por parte de diferentes sectores de nuestra sociedad sobre los criterios y definiciones de la profesión. Con la presente medida se ayuda a fortalecer la credibilidad de las relaciones públicas y permitiría que se entienda mejor el valor y el alcance de la contribución que realizan los relacionistas.

**DRAFTFCB**, nos expresa que su agencia lleva operando más de 30 años y que reconoce que la presente medida llenaría una gran necesidad de identificar a aquellas personas que realmente están preparadas para ejercer esta importante disciplina.

Entiende que tanto en el manejo de los clientes como en la búsqueda de nuevos negocios se encuentran con personal que ejercen como relacionistas porque simplemente desearon incursionar en el campo y no tuvieron dificultad alguna en hacerlo. Sin embargo, no cuentan con la educación ni la experiencia necesaria para planificar y ejercer programas o estrategias de relaciones públicas y su mediocre desempeño afecta la reputación de todos los que ejercen con las herramientas adecuadas, la ética y el compromiso ideal.

Confían que esta medida redunde en beneficio no solo para la profesión sino para todas aquellas organizaciones a las que impactan y los públicos que reciben los mensajes que a través de ellas diseminan.

La **Oficina de Servicios Legislativos**, apoya la medida y nos recomienda varias enmiendas, las cuales fueron acogidas por esta Comisión.

A través de la investigación realizada en la R. del S. 2431, que ordenó a la Comisión de Gobierno y Asuntos Laborales del Senado de Puerto Rico, a realizar una investigación, estudio y evaluación de la práctica del oficio de Relacionistas Profesionales o Relacionistas Públicos en nuestra Isla, a fin de auscultar la posibilidad que se establezca una Junta Examinadora y un Colegio para dicho sector de modo que se pueda garantizar un servicio profesional y de excelencia para beneficio de nuestro pueblo que al fin y al cabo es quien recibe los efectos de los esfuerzos y gestiones de este grupo, la **Universidad Sagrado Corazón**, nos indica que siendo esta Universidad una institución de educación superior de raíces más antiguas del País, y primera y única institución universitaria en Puerto Rico que ofrece un programa graduado en Relaciones Públicas, se une con inmenso orgullo a los esfuerzos para regular la profesión de las relaciones públicas en el País.

Un alto porcentaje de empresarios, líderes de sectores públicos y privados y miembros de los medios impresos y electrónicos se ha concienciado sobre la importancia de contratar y establecer relaciones con profesionales que posean las credenciales académicas, la ética, la credibilidad y las destrezas necesarias para manejar la imagen, la proyección y los esfuerzos estratégicos de comunicación de su organización. En estas dos décadas, los programas académicos en relaciones públicas han contribuido a desarrollar y ubicar esta profesión en un lugar prominente, de respeto y prestigio en el mundo contemporáneo.

Indica que la confianza y la credibilidad son dos de los principales activos que posee una entidad, por lo que esta función debe estar bajo las directrices de un profesional preparado académicamente, ético, responsable y consciente de la importancia de mantenerse en constante desarrollo profesional. El rol de asesorar a la gerencia, y la transparencia en la información que se presente a los medios y a la opinión pública, debe ser veraz y reflejar la misión y los valores de la compañía o el cliente que represente.

Los relacionistas profesionales requieren de un peritaje, un conjunto de valores profesionales, un compromiso con la excelencia, unos principios éticos, un mejoramiento profesional continuo y el desarrollo de un cúmulo de conocimientos a través de la investigación y la educación. Por tal razón, considera que la reglamentación será de gran beneficio para la profesión de las relaciones públicas en Puerto Rico.

La **Universidad de Puerto Rico (U.P.R.)**, nos comenta que endosa la realización de un proceso de evaluación sobre la deseabilidad de crear una Junta Examinadora de Relacionistas Profesionales y un Colegio de Relacionistas Profesionales en Puerto Rico.

La **Universidad Interamericana de Puerto Rico**, nos informan que tienen un bachillerato en Relaciones Públicas que se ofrece en el Recinto de Ponce y el programa de Comunicaciones en el Recinto de Bayamón. Respalda el que se evalúe la práctica del profesional de las Relaciones Públicas o Relacionistas Profesionales para establecer una Junta Examinadora. Entiende que los estudiantes, que luego se convierten en profesionales, deben de gozar de un organismo que los regule y que evite que otras personas puedan ejercer esta profesión sin la debida preparación académica.

El **Sistema Universitario Ana G. Méndez**, nos expresa en su ponencia que dada su experiencia y conscientes de su rol, entienden necesarias que se pueda definir con claridad la función y las responsabilidades que la sociedad asignará y reconocerá en los profesionales de relaciones públicas.

La **Asociación de Agencias Públicas de Puerto Rico**, indica que la regulación de la profesión de relacionistas, según propone la medida, será un paso importante para profesionalizar la rama ya que proveerá profesionales más capacitados y preparados en el campo. La industria publicitaria trabaja, día a día, en conjunto con relacionistas profesionales, ya sean asalariados o por contrato, para convertir las estrategias de comunicación de sus clientes en mensajes efectivos para cada público objetivo y son parte del proceso de planificación y ejecución de la campaña publicitaria por lo que se convierten en parte integral de las disciplinas de una agencia de publicidad de servicios completos. Es una gran ventaja para los que trabajan en la industria publicitaria proveer a sus clientes profesionales regulados y validados de manera que estos servicios se brinden con excelencia y ética.

La **Asociación de Periodistas de Puerto Rico**, comenta que su asociación respalda el deseo de regular la práctica de esa profesión que incluya parámetros como la educación continuada y la implantación de un Código de Ética. Ese es el rumbo que favorece la mayoría de los miembros de la ARPPR, así como la ASPPRO. Su apoyo responde también a su preocupación de que ese campo profesional se convierta en refugio para que personas sin la preparación profesional y la responsabilidad ética necesaria desarrollen prácticas lucrativas que distorsionan y abusan de los propósitos de las relaciones públicas.

La **Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico**, expresa que desde 1970, cuando se organizaron, han trabajado incansablemente por la educación y el desarrollo profesional de sus miembros y de la clase profesional en general. A través de los programas educativos locales, así como de la relación con organizaciones internacionales, han generado foros para la discusión de retos y oportunidades que enfrenta la práctica de las relaciones públicas. En Puerto Rico, el interés de la ARPPR es promover un esfuerzo que contribuya a: Elevar al nivel de profesionalización de esta carrera, Obtener alguna herramienta que contribuya a reforzar el cumplimiento a cabalidad de su código de ética, protegiendo así a la comunidad de negocio y al público en general. En estos momentos, su reglamento como asociación solo puede tomar como decisión final la expulsión del socio que no cumpla con el código, pero no le limita ni afecta su práctica; Cuidar por el interés público que constantemente se ve afectado por su quehacer diario con clientes, la comunidad, organizaciones sin fines de lucro, gobierno y las empresas para las cuales trabajan, entre otras; Colaborar con el patrono a identificar candidatos preparados que cumplirán a cabalidad su trabajo con un alto sentido de ética y responsabilidad; Fortalecer los conocimientos de aquéllos que aún tienen áreas de oportunidad y que quieren desarrollar sus capacidades.

Continúa indicando que este esfuerzo no es el primero de la ARPPR dirigido a la regulación. Sin embargo, ahora existe una mejor recepción y aceptación de parte de variedad de sectores de la comunidad empresarial y la academia para la discusión del asunto y ver las oportunidades que éste presenta. Por otro lado, han dedicado gran parte de sus planes anuales de trabajo a profundizar sobre el tema, educar a su población, así como a buscar maneras para ser inclusivos en el esfuerzo y no excluir a aquéllos que interesan desarrollarse en el campo. Asimismo, crearon un Comité de Ex Presidentes con el objetivo de desarrollar un plan estratégico a largo plazo, que contribuyera a la dirección y fortalecimiento de la organización. En este Comité se esbozaron las fases de Educación, Código de Ética e Investigación.

Debido a la variedad de funciones que ejercen los relacionistas, por años los criterios para definir su profesión han sido objeto de confusión por parte de muchos sectores de nuestra sociedad. Entendemos que la regulación de la profesión, ayudara grandemente a profesionalizar la rama, garantizando que las personas que ejerzan sean debidamente preparadas y capacitadas en ese campo, además entendemos que fortalecerá la credibilidad de las relaciones públicas.

Las relaciones públicas se definen hoy día como la función gerencial cuyo objetivo es el asesoramiento estratégico, para la creación y sostenimiento de un proceso de comunicación efectiva entre una organización o individuo y sus diversos públicos. La disciplina del área de la comunicación ha evolucionado a través del tiempo hasta convertirse en un campo profesional, como son el derecho, la contabilidad, la arquitectura, la medicina, entre otros. Las mismas están basadas en la preparación académica adecuada y el seguimiento de un estricto código de ética existente.

Entre los deberes del profesional de las relaciones públicas, figura el desarrollo de mensajes impactan directamente sobre la opinión pública, así como la responsabilidad de asesorar a la organización o individuo para quien ofrece servicios sobre la importancia de que sus acciones no sólo respondan a intereses particulares, sino al interés público. De lo anterior, parte la necesidad de que los profesionales de este campo, no sólo cuenten con formación académica, sino que cuenten además con normas que promuevan una conducta ética.

Nuestra sociedad demanda el que se les garantice que los profesionales de las comunicaciones cumplan con los estándares éticos y de capacitación garantizando así unos relacionistas públicos o relacionistas profesionales con una visión clara de la ética de su profesión. Es responsabilidad del Estado el viabilizar que el relacionista profesional cuente con los mecanismos que garanticen una sólida preparación en esa disciplina y faciliten su fiscalización y certificación de servicios. Sólo a través de estos mecanismos se podrá garantizar un servicio de excelencia, ético, profesional y de calidad a nuestros ciudadanos. Éstos son responsables de informar bien o mal al pueblo.

### **IMPACTO FISCAL**

Cumpliendo con la disposición del Reglamento del Senado, se determina que esta medida **no impacta** significativamente las finanzas de los municipios.

Cumpliendo con el Artículo 8 de la Ley Núm. 103 del 25 de mayo de 2006, “Ley para la Reforma Fiscal del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico”, se determina que la aprobación de esta medida **no tendrá** impacto fiscal sobre los presupuestos de las agencias, departamentos, organismos, instrumentalidades o corporaciones públicas que amerite certificación de la Oficina de Gerencia y Presupuesto.

Por todo lo antes expuesto, la Comisión de Gobierno y Asuntos Laborales, previo estudio y consideración, recomienda la aprobación del Proyecto del Senado Núm. 2450 con enmiendas.

Respetuosamente sometido,

Luz Z. (Lucy) Arce Ferrer  
Presidenta  
Comisión de Gobierno y Asuntos Laborales