



EL LOBBY EN LA PREVENCIÓN DE CRISIS

Jordi Pascual y Clara de Uribe-Salazar

Resumen

La acción legislativa de los gobiernos puede influir decisivamente sobre la actividad empresarial, hasta el punto de provocar situaciones de crisis. Para prevenirlas, o paliarlas, el lobby se presenta como una herramienta legítima a la par que necesaria.

Palabras clave: Crisis; lobby; regulación.

Abstract

The legislative action by governments can have a decisive influence on business activity, to the point of provoking crises. To prevent or correct this weakness, the lobby is presented as a legitimate tool at the same time necessary.

Keywords: Crises; lobby; regulation.

Entre las atribuciones que los sistemas democráticos otorgan a las diferentes instituciones de gobierno está la capacidad legislativa, es decir, la facultad de promulgar nuevas leyes, refundir, modificar o derogar otras ya existentes. Frecuentemente, esta capacidad legislativa incide sobre las actividades que desarrollan las empresas y asociaciones, hasta el punto que puede provocar situaciones de crisis. Esta circunstancia puede deberse, por una parte, a que los órganos legislativos no disponen de suficiente información sobre el alcance de sus resoluciones o, por otra, a que las empresas en su momento no pudieron o no supieron elevar su voz en defensa de sus legítimos intereses. Ante estos escenarios, el *lobby* se nos presenta como una herramienta que las empresas y asociaciones tienen a su alcance para prevenir posibles situaciones de crisis derivadas de la acción legislativa de los gobiernos.

Una estrategia de "*lobby reactivo*", o **defensivo**, sería aquella que se lleva a cabo cuando ya se ha promulgado una ley y la empresa que ve afectados sus intereses, por las causas que sean, no informó oportuna y eficazmente al legislador en su debido momento. En este caso, por lo general, el objetivo que persigue puede ir desde intentar aplazar la entrega en vigor efectiva de la ley –a la espera de adecuarse a la nueva normativa–, hasta obtener algún tipo de compensación por los posibles efectos perjudiciales.

Otro planteamiento es el "*lobby proactivo*", u **ofensivo**. Se trata de tomar la iniciativa e intentar incidir durante las primeras fases de la redacción, modificación o derogación de la ley, que es cuando se tienen más posibilidades de éxito. Llegados a este estadio, la finalidad de la actuación lobista no es otra que informar con transparencia, rigor y veracidad, de las posibles consecuencias que una nueva normativa o un cambio legislativo pueden provocar sobre los intereses de sectores económicos, productivos o asociativos.

A la hora de plantearnos una estrategia de "*lobby proactivo*" deberemos tener en cuenta dos factores clave: a) el tiempo político y b) el sistema de funcionamiento interno de cada institución. El tiempo político rara vez coincide con el tiempo empresarial, hasta el punto que lo que para un empresario sería el medio plazo, para una estructura política puede ser el corto plazo. Por tanto, es muy importante conocer esos "tiempos". Si nos precipitamos en la ejecución de plan, podemos encontrarnos con que el proceso legislativo todavía esté en una fase muy embrionaria y, por consiguiente, nuestros posicionamientos puedan caer en el olvido. En el otro plato de la balanza, si dilatamos en exceso nuestra intervención puede que lleguemos tarde y nuestra capacidad de influencia sea tendente a cero,

que es lo que suele suceder a menudo cuando una empresa se ve forzada a recurrir a una estrategia "reactiva". En este sentido, el mejor consejo que podemos dar es no esperar a la tramitación parlamentaria de una ley ya que, por lo general, no suelen producirse grandes alteraciones en su contenido, sino que ésta ha sido transaccionada con anterioridad a su vista en la cámara legislativa. En el juego democrático de las mayorías y minorías, el resultado de una votación viene determinado por la correlación de fuerzas por lo que la posibilidad de influencia, en una fase avanzada, es mínima.

Otro elemento a tener en cuenta es el funcionamiento interno de los diferentes grupos parlamentarios. En un sistema en que funciona la disciplina de voto (como es el caso del español), será suficiente con informar al presidente del grupo parlamentario o de una determinada comisión, ya que por efecto de correa de transmisión de dicha disciplina, los parlamentarios se ven sujetos a la misma. Pero en un sistema en que cada diputado tiene más libertad de voto (como por ejemplo en el Reino Unido o Estados Unidos) la capacidad de información e influencia deberá hacerse extensiva a un mayor número de parlamentarios para asegurar el éxito de la actuación lobista.

En cualquier caso, la actividad de los lobistas, siempre deberá desarrollarse dentro de criterios éticos, responsables, profesionales y ajustados a las leyes y normativas en vigor. En España, después de la aprobación de la Ley de Transparencia 19/2015 del 9 de Diciembre, sigue sin desarrollarse su reglamento. El 1 de abril de 2016, el Grupo parlamentario catalán presentó una proposición de reforma del Reglamento del Congreso de los Diputados, para la creación del Registro de los Grupos de Interés o lobbies. Se aprobó por unanimidad, en el Plenario del 27/4/2016, si bien ha quedado sin efecto dada la disolución posterior de la Cámara. El Gobierno catalán, por su parte, aprobó el pasado 21 de junio, el Código de Conducta de los altos cargos, que abre el Registro de Grupos de Interés al que deberán estar incorporadas, obligatoriamente, todas aquellas personas físicas o jurídicas que pretendan entrevistarse con los Altos Cargos de la Administración la Junta de Gobierno.



Jordi Pascual
Secretario Junta de Gobierno ACCIEP. Consultor senior. Gabinete Uribe.
✉ jpascual@gabineturibe.es



Clara de Uribe-Salazar
Dra. en Publicidad y Relaciones Públicas. Profesora UVic/UB/UOC. Consultora senior. Gabinete Uribe.
✉ claradeuribegil@gmail.com