

11.06.2014

Argentina

Un 60% de las empresas cree que podría ser importante reglamentar el lobby

La División de Relaciones Institucionales de IDEA organizó este miércoles 11 de junio un Encuentro de Intercambio Empresarial, durante el cual presentó los resultados de un Estudio de Benchmarking sobre la Gestión de los Asuntos Públicos y/o Intereses entre 114 empresas argentinas. Un 60% de las empresas encuestadas cree que podría ser importante reglamentar el lobby y la gestión de intereses de parte de las empresas.

Entre los resultados se destacó que un 77% de las empresas ya cuenta con un área de este tipo, que en un 81% reporta al CEO, y que un 44% aumentó su presupuesto para 2014.

La presentación de los resultados estuvo a cargo de Juan Pablo Maglier, Director de la División de Relaciones Institucionales de IDEA y de Cecilia Mosto, Socio Gerente de CIO Research.

Para Mosto, en la década de 1990 las áreas de asuntos públicos crecieron de la mano de la centralidad que adquirieron los medios de comunicación. En estos tiempos, en cambio, la creciente importancia de las áreas se debió a la influencia de la necesidad de relacionarse con Gobiernos y con la comunidad.

Según Maglier, no hay una herramienta única y universal para medir los resultados y el impacto de la gestión de los Asuntos Públicos, más bien depende de cada tipo de empresa e industria. Los indicadores de éxito se construyen durante el mismo proceso en base al tipo de relación y del contexto.

El estudio muestra que la gestión hoy está mucho más concentrada en el monitoreo y el seguimiento de los temas en los medios y en la opinión pública y menos en el relacionamiento directo con los actores públicos. Los autores vinculan esta brecha con un contexto político poco propicio a tender puentes entre los sectores públicos y privados.

Para Luciano Elizalde, Investigador del CONICET y Doctor en Comunicación, el perfil profesional de los responsables de estas áreas se ha ampliado como respuesta a las nuevas dimensiones que ha adquirido hoy "lo público", como los medios de comunicación y las organizaciones sociales. Lo público ya no es sólo lo gubernamental.

Elizalde explicó que según su visión los Asuntos Públicos no son lo mismo que la Gestión de Intereses, toda vez que los intereses necesitan ser legitimados para convertirse en materia de interés público. Los Asuntos Públicos tienen más que ver con la gestión estratégica de procesos de construcción de consenso en torno a demandas.

A su turno, Hernán Maurette, Presidente del Consejo Profesional de Relaciones Públicas definió la temática como “un negocio sobre todo lo que afecta al negocio, fuera del negocio”. En su visión, el lobby es la dimensión más privada, relacional y social de la gestión de los asuntos públicos.

El chileno Ariel Casarín, de la Universidad Adolfo Ibáñez, definió la disciplina como la técnica de comunicar información estratégica a los tomadores de decisiones. Expresó que cuando se hace de manera profesional está fuera de toda connotación negativa y es más bien un aporte al bien común.

Otro punto de debate fue cómo manejar el equilibrio entre las competencias personales del profesional y las capacidades institucionales que posee una empresa. Casarín indicó que los profesionales tienen que asegurarse que las capacidades de gestión de lo público sean de la empresa y no atributos personales. La pregunta central de su planteo fue ¿La posibilidad de acceso a los actores que toman decisiones pertenece a la persona o la empresa?

Para Elizalde muchas veces el capital social lo provee la empresa y en otras ocasiones es el profesional el que aporta su propia red, y que el desafío de los ejecutivos es institucionalizar la función, construir valor y generar una idea de futuro para la empresa.

En este mismo orden, el ex Diputado Nacional, Julián Obiglio, propuso que las empresas, dentro de sus programas de RSE hagan esfuerzos por fortalecer y financiar instituciones intermedias, como Fundaciones y Centros de Estudio que sirvan para establecer relaciones de largo plazo entre lo público y lo privado, como en Estados Unidos y México. Obiglio señaló que de esta manera se consiguen procesos más formales y se garantiza llegar a los contactos clave dentro del sector público, más allá de quien ocupe las funciones en determinado momento.

Regulación del lobby en Argentina

Un 60% de las 114 empresas encuestadas manifestó que sería importante poder regular la Gestión de los Asuntos Públicos y/o Intereses en Argentina, y la necesidad de transparencia apareció como una de las principales demandas.

Hernán Maurette consideró que como una medida de transparencia la regulación del lobby podría estar bien, pero que en este contexto político sería limitar las posibilidades de la profesión, y obligar a las empresas a anticipar sus movimientos debilitando su capacidad de sorpresa, al que juzgo como un atributo esencial del trabajo.

Elizalde se preguntó ¿quién hará el lobby para la regulación de lobby? ¿Quién se ocupará del meta-lobby?

Casarín, en cambio, se manifestó a favor de la regulación al subrayar que sería una contribución al bien común y a la profesionalización del tema que traería una mayor transparencia, y dejaría fuera de juego a quienes operan por fuera de los marcos éticos.

A propósito de regulación, se presentó el **caso chileno**, donde en 2013 se promulgó una Ley que regula el lobby. Sebastián Sichel, experto chileno, contó que la ley demoró 10 años en ser sancionada y que tuvo la oposición de organizaciones de lobby y de ONG

que están en contra del lobby, al mismo tiempo. Para Sichel, pese a todas las dificultades, la regulación mejoró la competencia y favoreció a los actores menos poderosos del mundo del lobby.