

# ECONOMÍA & EMPRESAS

## 'LOBBIES', EL PODER EN LA SOMBRA

La Comisión Europea ha criticado esta semana la «falta de regulación en España de los 'lobbies'» en su informe sobre desequilibrios de la economía española. Están pero no se les ve. Los grupos de presión tratan de influir a diario en los poderes encargados de tomar decisiones y crear normas. Sin embargo, se desconoce quiénes hacen lobby, cuánto dinero manejan o qué resultados obtienen.

**MARÍA HERNÁNDEZ MADRID**  
Hollywood ha creado en el imaginario colectivo la escena de hombres trajeados que abordan desesperados a políticos y asesores para convencerlos con sus argumentos. Pero hacer lobby es una realidad más allá del cine. Hay mujeres, hay hombres, hay empresas y hay un poder al que todos quieren seducir, aunque no siempre lo consiguen.

Los lobbies son compañías y grupos de presión que buscan influir en las decisiones del poder Legislativo, del Ejecutivo y de las diferentes administraciones para que sus intereses sean atendidos a la hora de elaborar nuevas normas que regulen los sectores a los que pertenecen. La Comisión Europea critica «la falta de regulación en España sobre los lobbies» en su informe publicado esta semana sobre los «desequilibrios» de la economía española. Recuerda que lo viene pidiendo hace tiempo.

A nivel europeo se creó un Registro de grupos de interés en el que figuran 11.231 organizaciones; en España no existe ninguna regulación específica para esta actividad y lo más parecido a la iniciativa comunitaria es el listado de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en el que voluntaria y gratuitamente se han inscrito hasta el momento 389 agentes. La Comisión Europea cita este registro como el único avance, pero lamenta que «los grandes sectores en España están infrarrepresentados». No se apuntan al registro y los que están «podrían equivaler al 1% de todos los que se dedican» al lobby en el país, indican los expertos consultados cuando les pedimos una estimación.

La cifra es sólo orientativa, pero arroja una fotografía de la situación: no sabemos nada sobre ellos. Ignoramos quiénes hacen lobby, cuánto dinero manejan o qué resultados obtienen a cambio.

Sin embargo, cada vez hay más profesionales especializados. «La articulación de intereses está en todas partes», asegura David Córdova, doctor en Derecho y socio director de la consultora Vincés, especializada en este área.

Esta articulación de intereses no se ve. O se ve poco. Los lobbies trabajan a diario pero lo hacen en la sombra. Ese ocultismo es lo que genera recelo. Venimos del lobby entendido co-

mo intercambio de favores, «de un modelo clientelar» en el que muchas empresas incorporaron a ex ministros, ex presidentes y ex altos cargos del Gobierno con la idea de que sus relaciones y contactos institucionales les diesen resultados, sin embargo, el tiempo ha demostrado que esa estrategia no era tan fructífera. «Hay compañías que se han dado cuenta de que han perdido dinero por con-

tratar a ex presidentes y ex ministros», apunta Córdova, de forma que el modelo está virando a un terreno más profesional «basado en la legitimidad social». Es fundamental determinar hasta qué punto los intereses que defienden esos grupos de presión favorecen a la mayor parte de la sociedad: quien aglutine más respaldo general, se llevará el gato al agua, porque la decisión política se basará

en el mayor número de votos que se puedan captar. Los actores que llevan a cabo actividades de lobby se dividen básicamente en dos tipos: las patronales y asociaciones empresariales y las empresas, que potencian la elaboración de estudios e informes jurídicos para apoyar sus reclamaciones. «Los políticos no suelen ser grandes expertos en las materias que regulan y a nosotros nos ven co-



mo fuentes fiables de información», comenta Jorge Fernández-Rúa, director asociado de Cariotipo MH5 una de las firmas profesionales del sector. Los políticos y legisladores leen y revisan esos estudios para crear después las normas que nos gobiernan, de ahí la importancia de conocer hasta dónde alcanzan los tentáculos de los lobbies.

«Sabemos que hay reuniones de compañías, consultoras o despachos de abogados que hacen trabajo de presión», asegura Manuel Villoria, catedrático de Ciencias Políticas en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y director del estudio *Una evaluación del lobby en España*.

Análisis y propuestas elaborado por Transparencia Internacional en el año 2014. Hay muchos niveles a los que apelar (local, regional, estatal, europeo), muchas figuras y muchos intereses cruzados, por eso a veces «la diferencia está en cuánto dinero puedes poner encima de la mesa», asegura. «Las compañías o sectores que tengan la posibilidad de mover mucho dinero, tocarán telas más adecuadas».

De hecho, sostiene Villoria que hay determinadas decisiones que no

se entienden si no se tiene en cuenta esta premisa. «Por ejemplo, por qué en un determinado momento se autoriza o no una vacuna o por qué se fomenta un determinado tipo de energía en perjuicio de otras». El objetivo es hacer llegar la información a las personas que toman decisiones. En este sentido, también los gobiernos *presionan*. «En muchas negociaciones que se llevan a cabo en Bruselas, una de las labores del Ejecutivo es hacer *lobby* en favor de España», señala Daniel Ureña, socio y director general de MAS Consulting Group.

Las maneras de hacer presión son variadas, pero para que resulten efectivas conviene aplicar algunas claves: hacer seguimiento de la actividad política, construirse una identidad fiable y preparar una buena argumentación para convencer. «Si no hay argumentos, te quedas fuera», señala Fernández-Rúa.

El éxito reside en la anticipación: adivinar las necesidades del político y marcar su agenda, nunca al contrario. Los que mejor han sabido hacerlo hasta ahora han sido el *lobby* financiero, el químico, el farmacéutico o el energético. Los ciudadanos suelen asociarlos con prácticas agresivas de presión, pero se sorprenderían al comprobar que no son los únicos que maniobran para influir en las esferas de poder.

Un repaso fugaz por el registro de la CNMC revela que también hay ONG, fundaciones, plataformas sociales o instituciones académicas que actúan como *lobby*: la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), el Club Puerta del Sol, la Plataforma de Organizaciones de Infancia o la Asociación Civil de Venezolanos en España son algunos de los que integran esa lista.

¿Son mejores unos lobbies que otros? Todos los expertos coinciden en el *no*. Que un grupo de presión sea bueno o malo no está ligado a su origen, sino a su práctica. Cumplir las reglas y operar con transparencia son dos premisas fundamentales a partir de las cuales su trabajo puede revertir de forma positiva también para la sociedad.

«Todos los intereses son legítimos. Esto es una actividad profesional como cualquier otra, pero al no haber una regulación, hay gente que no cumple con los estándares profesionales», dice Fernández-Rúa.

Muchos son los dirigentes que en España se han ofrecido a sacar adelante una ley específica, pero ninguno lo ha intentado realmente. «No interesaba», sentencia Manuel Villoria. La corrupción siempre ha sobrevolado el sector, por eso los lobistas son los primeros interesados en que se establezcan normas y condiciones que fomenten la transparencia. En Cataluña ya existe cierta normativa al respecto y el Ayuntamiento de Madrid también trabaja en un registro propio; a nivel nacional, Ciudadanos defenderá una proposición de ley que contempla un apartado específico para el sector y que podría ser aprobada en 2017.

De ser así, la imagen de lobistas agolpados a las puertas del Parlamento seguirá siendo cosa del cine.

'Lobbies' constan en el registro de la CNMC  
389



Más de 5,4 millones de personas utilizaron Airbnb en España en 2016, un 82% más que el año anterior. REUTERS

## ECONOMÍA COLABORATIVA, EL ÚLTIMO DESAFÍO

La legislación para regular el sector centrará la actividad de los lobistas esta legislatura

M. HERNÁNDEZ

Los lobistas lo tienen claro: el primer paso para conseguir sus objetivos parte del análisis certero de la situación. Identificar una necesidad o un problema y plantear salidas. Anticiparse. Ofrecer una solución a los gobiernos y provocar que éstos reaccionen de la forma que más beneficie a sus intereses. Algunos sectores llevan ventaja y están ya bien asentados en la práctica del *lobby*. Los grupos de presión relacionados con la tecnología, la farmacia, las finanzas o la tecnología son los más potentes a la hora de ejercer influencia.

Las reformas energéticas de los últimos años son un claro exponente de ello, pero hay más. David Córdova, doctor en Derecho y socio director de la consultora Vines, recuerda el caso de la Fundación Acogida, que logró junto con Aldeas Infantiles y otras organizaciones que se modificara la ley de protección del menor para favorecer el acogimiento familiar frente al residencial.

En los últimos años están ganando peso los lobbies de la salud. «Se están estudiando medidas para hacer realmente sostenible el sistema sanitario y las empresas del sector están jugando sus cartas», reconoce Jorge Fernández-Rúa, director asociado en Cariotipo MH5.

También tienen cada vez más importancia los grupos relacionados con la economía colaborativa, que plantean un escenario totalmente dividido. De un lado, empresas como Airbnb que quieren sacar provecho de cierta recuperación económica y de otro lado, actores tradicionales como taxistas y restauradores, que tra-

tan de frenar a la nueva competencia. En la Comunidad de Madrid, un grupo de presión relacionado con hoteles consiguió que el Gobierno regional introdujera en el decreto de vivienda de uso turístico que las casas y apartamentos no pudieran ser alquilados por menos de cinco días, repasa David Córdova.

Éste será uno de los desafíos legislativos de los próximos años, junto con la normativa para acabar con la pobreza energética o los impuestos que graven bebidas azucaradas.

El resultado depende mucho del partido en el Gobierno y del contexto político. Ahora, el Ejecutivo sigue estando en manos del PP, pero la fragmentación parlamentaria actual nada tiene que ver con la mayoría absoluta de la pasada legislatura. «El centro de poder se ha trasladado del Gobierno al Congreso y el PP tendrá que hacer concesiones a ciertas demandas para asegurarse contraprestaciones políticas. La sociedad civil tendrá mayor peso y las negociaciones serán un instrumento a la orden del día», señalan los expertos.

David Córdova cree que la mayoría de modelos de regulación del *lobby* ha fracasado, «pues ni ha incrementado la transparencia en las decisiones públicas ni ha disminuido la percepción de corrupción». El experto evoca el ejemplo de Chile, que ha llevado hasta sus últimas consecuencias el peso de la transparencia en la regulación creando cuatro registros –agenda pública, viajes, obsequios recibidos y reuniones– y obligando al cargo público a informar sobre las relaciones que mantiene con los lobistas.

**SALUD**  
Tradición. El 'lobby' sanitario ha sido siempre uno de los más potentes a la hora de ejercer influencia.

**FUTURO**  
Objetivos. La normativa para acabar con la pobreza energética y las tasas sobre bebidas azucaradas.