

El lobby necesita un marco legal que le brinde transparencia

Por [Ana Falbo](#) | Para LA NACION

En los últimos años, las empresas han tenido que profesionalizar, y en algunos casos hasta crear, el área de Asuntos Públicos y/o de Intereses, con el fin de poder establecer relaciones con los funcionarios públicos.

Actualmente, 77% de las empresas cuenta con un sector determinado para estos asuntos, según el estudio de Benchmarking sobre Relaciones Institucionales, realizado por el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA). La encuesta, de la que participaron 114 grandes empresas, fue realizada entre abril y mayo de este año, y presentada en el encuentro Gestión de Asuntos Públicos y/o Intereses, organizado por el mencionado instituto.

Cecilia Mosto, socia gerente de CIO Research, que colaboró en el armado del estudio, dijo que la escasa disposición del Gobierno durante la última década limitó el acceso y obligó a las empresas a fortalecer recursos para acercar sus posiciones, lo que ha impulsado al área de Asuntos Públicos en las corporaciones.

A diferencia de gobiernos anteriores que mantenían una relación más cercana y directa con los directivos de las empresas, hoy se requiere del área para que actúe como mediadora. Así, el informe indica que durante 2013, a través de estos departamentos, 87% de las empresas realizó gestiones de Asuntos Públicos con el Poder Ejecutivo, y 68%, con el Poder Legislativo.

La relevancia que presenta para las organizaciones se refleja en que el 81% de los responsables del sector tiene reporte directo con el CEO o presidente de la compañía, y en el aumento del presupuesto destinado al departamento, algo que se vio en el 44% de las empresas, entre las que hay nacionales y multinacionales.

Por su parte, un actor que se ha vuelto fundamental en esta relación entre el mundo corporativo y el mundo público son las cámaras y asociaciones. El 89% de las empresas dijo utilizar a estas instituciones para realizar gestiones gubernamentales, mientras que el 90% señaló que actuar a través de cámaras y asociaciones es medianamente o muy efectivo.

CADA VEZ MÁS IMPORTANTE

La necesidad de profesionalizar la práctica de gestión de asuntos públicos en las corporaciones no sólo derivó en un crecimiento del sector, sino también en una diversificación del mismo, dado que, actualmente, los profesionales responsables del área tienen como formación de grado carreras como Comunicación, Derecho, Ciencias Políticas, Ingeniería y Economía.

Sin embargo, queda mucho camino por recorrer. Mosto asegura que todavía es una actividad en iniciación y la compara con el crecimiento que tuvieron áreas como Responsabilidad Social Empresaria, y Prensa y Relaciones Públicas, que lograron consolidarse en las empresas. El sector de Asuntos Públicos aspira a seguir ese destino. "La empresa debe conocerlo, valorizarlo y capitalizarlo. Los futuros políticos van a poder aprovechar la profesionalización e institucionalización que ha venido desarrollando el sector", sostuvo.

Si bien el área de Asuntos Públicos y/o Intereses muestra avances, sólo 44% de las empresas reconoce tener una herramienta de medición de resultados para evaluar la efectividad de su tarea. En tanto existe una gran dispersión de indicadores, según el perfil, tamaño y rubro de la empresa, lo que denota que no hay una única herramienta de medición estandarizada que permita medir la gestión. Estos datos ponen sobre la mesa la necesidad de reglamentar la actividad, algo que no ocurre en la Argentina, a pesar de que para el 60% de las empresas sea extremadamente o muy importante hacerlo.

Asimismo, otro resultado de la encuesta que no pasó desapercibido y que abre el interrogante de cómo va a responder el sector para impulsar un marco regulatorio a la actividad del lobby es la fuerte demanda, por parte de las empresas, de transparencia a la hora de interactuar con el sector público.

Sebastián Sichel Ramírez, director ejecutivo de Fuerza Pública en Chile, contó cómo fue la experiencia del país vecino, que logró regular el lobby y expuso qué beneficios presentó esta ley, mientras que Julián Martín Obiglio, director ejecutivo de Fundación nuevas Generaciones, manifestó las dificultades que observa en la Argentina para copiar el camino elegido por Chile, por tener una cultura que consideró desordenada, condición que atribuyó a los ancestros italianos.

Por su parte, el ex jefe de Gabinete Alberto Fernández, que irrumpió apelando a la sinceridad, capturó a la audiencia. "El problema de la Argentina no es el lobby, sino la transparencia." Así, el ex funcionario del gobierno de Néstor Kirchner denunció una cultura argentina fomentada por el Estado y las empresas, donde "todo está tan tergiversado en nuestras cabezas" que se termina eligiendo el camino del curro.

"¿Por qué tenemos problema para establecer la ley del lobby?", preguntó Fernández. "Porque el poder y la impunidad del funcionario están en juego. Pero también la impunidad del empresario, porque para que alguien corrompa hacen falta dos: el que corrompe y el corrompido. Y los corruptores son tan dañinos como los corruptos", se respondió.

Finalmente, el ex jefe de Gabinete concluyó que a la corrupción no la resuelve la ley de lobby, sino los controles. "Y los controles en la Argentina están totalmente quebrados", afirmó. ■