



Trabajo Final

El lobbying busca su legitimidad

Daniel Oscar González

Tutor: Adrián Arroyo

Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas

15 de agosto de 2023

Resumen

El presente trabajo final es un análisis de la regulación del lobbying como mecanismo de participación política de los actores de la sociedad civil, se inicia a partir de las propuestas teóricas de las relaciones públicas y el lobbying, para luego considerar cómo la transparencia aporta a la legitimidad de esta actividad.

Se utiliza una metodología analítica comparativa para mostrar los ordenamientos jurídicos y regulatorios de diversos países en los que el lobbying ha sido tema de debate y análisis por parte de los poderes públicos, en la misma se puede observar cómo la reglamentación de esta disciplina podría convertirse en el vehículo para transparentar la influencia de los “grupos de presión” en los procesos de toma de decisiones públicas.

El trabajo incluye una visión del estado actual de la legislación de la gestión de intereses en Argentina, se describe el proyecto de ley vigente. Para luego arribar a una conclusión sobre la reglamentación de la actividad de lobbying en la Argentina.

Palabras Clave:

Lobbying – Cabildeo – Gestión de Intereses – Representación de Intereses

Abstract

The present final work is an analysis of the regulation of lobbying as a mechanism of political participation of the actors of the civil society, it begins from the theoretical proposals of public relations and lobbying, to then consider how transparency contributes to the legitimacy of this activity.

A comparative analytical methodology is used to show the legal and regulatory systems of various countries in which lobbying has been the subject of debate and analysis by public authorities, in which it can be observed how the regulation of this discipline could become a the vehicle to make transparent the influence of “pressure groups” in public decision-making processes.

The work includes a vision of the current state of the legislation of the management of interests in Argentina, the current bill is described. To then reach a conclusion about the regulation of lobbying activity in Argentina.

Keywords:

Lobbying – Management of Interests – Representation of Interests

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	3
Capítulo Uno: Relaciones Públicas	9
Definición	9
Historia.....	10
Profesionales de las Relaciones Públicas.....	12
Capítulo Dos: Lobbying	16
Introducción	16
Asuntos Públicos	16
Lobbying	18
Tipos de Lobbying.....	20
Lobista como Profesión	20
El Proceso de Lobbying.....	23
Capitulo Tres: Legislación Comparada	24
Lobbying	25
Lobistas	29
Sujeto Obligado.....	30
Registros.....	39
Implementación.....	46
Capítulo Cuatro: Estado Legal del Lobbying en Argentina	48
Conclusiones.....	52
Referencias	54

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo final, plantea una discusión teórica acerca de la regulación del ejercicio de lobbying en la República Argentina. El diseño del mismo es una monografía en la que se realiza la recopilación y revisión bibliográfica de textos de varios autores.

El análisis principal consistirá en un análisis realizado sobre la legislación del lobbying en otros países para así compararlas y relacionarlas con el planteo de la legislación del lobbying en la Argentina.

Se propone como objetivo general, determinar, a partir del análisis de las diferentes posturas propuestas por diversos autores ¿sí efectivamente es necesario regular la actividad de lobbying en Argentina?, y de este modo poner en valor las problemáticas sobre la regulación del lobbying o gestión de Intereses.

Los objetivos específicos planteados, darán lugar a una serie de interrogantes que serán tratados en el desarrollo del documento, los mismos son:

- ¿Qué son las relaciones públicas?
- ¿Cómo se enmarca al lobbying dentro de las relaciones públicas
- ¿Qué son los asuntos públicos?
- ¿Cuáles son las principales características de la actividad?
- ¿Cómo es la legislación del lobbying en otros países de América y Europa?
- ¿Cuál es el estado normativo del lobbying en Argentina?

En principio el lobbying podría entenderse desde las relaciones públicas, como una estrategia de comunicación que utilizan las organizaciones desde los orígenes de la industrialización o hasta inclusive antes, para establecer vínculos con los poderes públicos.

Dadas las particularidades de la actividad y del público objetivo, se puede inferir que abordar cualquier tipo de regulación sea complejo e implique consensos más allá de los poderes públicos de turno y las grandes corporaciones. Se debe involucrar a todo el espectro político y social para arribar a una conclusión abalada por la mayor cantidad de actores intervinientes en el proceso.

Sousa Santos y Rodríguez Garavito, (2007), proponen la teoría de la gobernanza como respuesta a este dilema. Los autores, plantean que existe una ruptura entre el derecho y las relaciones económicas que no puede resolver ni el estado ni el mercado en forma independiente, y proponen como respuesta a este interrogante, la participación de la sociedad civil, empresas y comunidades marginadas en los procesos de la definición de políticas públicas, mediante la conformación de “redes” que incluyen a todos estos los actores.

En tal sentido Rafael Rubio, (2007). Sostiene que lograr esto requiere: orden jurídico y la existencia de instrumentos de participación claros para que los diferentes actores de la sociedad civil puedan influir en las políticas públicas. Por lo tanto la interacción del Estado, el mercado y las asociaciones civiles, sentarían las bases para que política y la economía sirvan al interés de las mayorías.

Para Xifra el lobbying es: “el proceso de comunicación persuasiva cuyo objetivo es influir y predisponer a los poderes públicos y destinada a conseguir la adhesión de éstos para que orienten su toma de decisiones en el sentido deseado y favorable a los intereses de la organización”.

La definición planeada por Xifra, luego será contrastada, confirmada o ampliada por otras. Y quedará clara la importancia y relevancia de la relación necesaria entre los poderes públicos, las organizaciones civiles y los grupos de presión.

Gabriel Paez, (2019), define el término “grupo de presión” como una organización que intenta influir sobre las políticas públicas defendiendo una idea en particular.

La Comisión para la Democracia por medio del Derecho del Consejo de Europa (Comisión de Venecia) aclara que se trata de actores extrainstitucionales, por lo que los define de la siguiente manera: “personas o entidades que no actúan en el ejercicio de una autoridad pública o mandato constitucional” (European Commission for Democracy Through Law, 2013, p. 4).

Uniando ambos conceptos se concluye que los grupos de presión forman parte de la sociedad civil y por ende, el lobbying se presenta como una herramienta de participación de los actores de la sociedad civil ante los poderes públicos.

El lobbying no solo es ejercido por grandes empresas y corporaciones, también las asociaciones ciudadanas, ONG, sindicatos, pueden organizarse para ejercer presión ante el poder político en defensa de sus intereses.

Así, se arriba a la principal problemática del lobbying, la que se relaciona con su legitimidad ya que es posible que determinados grupos de presión influyan sobre las decisiones públicas en defensa de intereses particulares, contrarios al interés general.

Congruente con la legalidad del lobbying, se presenta otro cuestionamiento ¿a quién representan efectivamente los grupos de presión? Las políticas públicas deben velar por el interés general y la existencia de variados actores dificulta el análisis para armonizar las exigencias de los grupos de presión con los intereses de los sectores sociales que a los representan.

Sousa Santos y Rodríguez Garavito (2007), agregan al análisis, que en los mecanismos de participación ciertos grupos de presión dominantes pueden imponer sus intereses por sobre el interés general, excluyendo a los sectores mayoritarios de la sociedad y arribando a que la legislación o regulación de estas herramientas solo serviría para darle una falsa legitimidad dado que no cumplirían con el propósito de equilibrar las fuerzas entre Gobierno, empresas y sociedad civil.

Una buena red de contactos es importante, pero no es suficiente.

Una buena agenda de nombres y teléfonos es fundamental pero no es el principal ni único secreto de la actividad del lobista"...“la planificación, la estrategia, la habilidad para construir buenos mensajes y un profundo conocimiento del funcionamiento de la opinión pública con argumentos que sean fácilmente defendibles como son los objetivos de desarrollo sostenible y el cambio climático son sumamente igual de importantes para llevar a cabo buenas y eficaces prácticas de lobbying.

(LLorens. Universidad Abierta de Barcelona, 2022).

El lobbying es una actividad legítima que permite enriquecer el debate público en el congreso, la participación ciudadana y la transparencia en las decisiones públicas, como se desarrollará a lo largo del presente estudio, el lobbying es una práctica legal en varios países de

América y de la Unión Europea.

La problemática que el trabajo plantea es, que si bien lo mencionado en el párrafo precedente es correcto, existe en ciertos ámbitos de nuestro país la postura de asociar al lobbying a una actividad ilegal, la cual es ejercida ante los poderes públicos por parte de grupos de presión cercanos al poder de turno. Entonces, para lograr la participación de todos los actores involucrados en la definición de las políticas públicas e incluir todos sus aportes, se plantea: ¿Es necesario que exista una ley que regule al lobbying en Argentina? Y a su vez también se podría agregar, ¿Es suficiente una ley que regule la actividad?

Para responder a estos interrogantes se puede citar el reporte *On The Role Of Extra-Institutional Actors In The Democratic System (Lobbying)* de la Comisión de Venecia que arriba a la conclusión que para cumplir con los estándares democráticos es necesario que se incorpore legislación que garantice la transparencia. (European Commission for Democracy Through Law, 2013).

Y para conjugar al lobbying con los procesos democráticos, se sugiere que la actividad se realice a la vista de toda la sociedad, incorporando mecanismos que transparenten estos procesos de participación.

El ensayo comienza por la definición de las relaciones públicas: “establecer un vínculo beneficioso entre una organización (con o sin fin de lucro) y sus públicos”. Se presentan las definiciones de diversos autores y se realiza una revisión histórica de las relaciones públicas hasta la actualidad, donde también se identifica el estado actual de la profesión en la Argentina. El capítulo propone dar a conocer las características del profesional de RR.PP., su influencia dentro de las organizaciones y el abanico de funciones que el profesional de relaciones públicas puede llevar a cabo, haciendo referencia puntual al lobbying, como una función de relaciones públicas, clave dentro de la organización.

La importancia y relevancia del tema surge a partir del análisis de como las organizaciones se relacionan con sus públicos externos. En este sentido todos los autores coinciden en establecer al “Gobierno”, entendiendo como gobierno al conjunto de poderes del estado, como uno de los

públicos que incide en el normal desenvolvimiento de una organización y por lo tanto, se requieren herramientas de las relaciones públicas para poder comunicarse, vincularse e influir sobre sus decisiones.

También, en el presente escrito se aborda la función de los asuntos públicos como la disciplina que permite crear los puentes de relaciones beneficiosas entre la organización, el Estado, otras organizaciones civiles y públicos específicos en el terreno de la política pública e influir sobre cada una de ellas en caso de ser necesario, y al lobbying como herramienta para contribuir con la estrategia reputacional de las organizaciones ya que no solo se limita a la influencia sobre sus decisiones, sino que también puede presentarse como relaciones de colaboración y de diálogo constructivo.

Por esta razón, es oportuno abordar el tema y poner en conocimiento: ¿En qué consiste y de qué manera se realiza esta actividad? Y en base a ello, realizar un aporte significativo a la disciplina.

Para lo cual se profundizará en las diversas definiciones de lobbying, las distintas tipologías de su ejercicio dentro o fuera de las organizaciones y definir como se enmarca el proceso y ejecución de las tareas de lobbying en un plan.

Con el escenario descrito acerca de la profesión insertada en la órbita de las relaciones públicas, se pretende dar paso al análisis comparativo de la legislación del lobbying, para esto, se detallarán las legislaciones, doctrinas y estado legal específico de varios países de América y Europa. El estudio de esta sección del trabajo se divide en cinco aspectos que dan marco a la comparación. El primero de estos aspectos es la función que se quiere regular, el alcance de la misma, y definiciones dadas desde el marco normativo. La segunda compara al lobista como actor profesional del ejercicio de la función y requisitos que debe cumplir. El tercer punto de comparación, es uno de los principales, ya que se refiere a quienes son los sujetos obligados a cumplimentar con las normas, y que son el objetivo de los planes de lobbying de las organizaciones, en este apartado, se detallan los poderes públicos afectados a las normas y los distintos escalafones o grados a los que pretende abarcar la misma. El cuarto punto compara la normativa respecto de los registros que se definen en

la norma de cada país analizado, dichos registros permitirán dar transparencia en las agendas de los funcionarios públicos, así como también dar a conocer a los actores de las organizaciones y sus intereses. Y para completar la etapa comparativa, se analizan las implementaciones de las normas y su grado de cumplimiento.

El objetivo del trabajo se completa con la descripción del estado legal de la actividad de lobbying en la República Argentina, analizando el decreto vigente que regula algunos aspectos, su alcance y situación, comparándolo con el proyecto de ley que se encuentra en estos momentos en análisis por parte del Congreso de la Nación Argentina.

CAPÍTULO UNO: RELACIONES PÚBLICAS

DEFINICIÓN

Arribar a un concepto preciso de relaciones públicas no es sencillo, por esto, se exponen las definiciones, sus alcances y características que varios autores han dado, lo que permitirá dar una dimensión más clara de la disciplina.

Según Xifra, (2009), desde la perspectiva histórica, “nuestro objeto de estudio se ha perfilado en la función de la interdisciplinariedad dominante, dando lugar a dos concepciones esenciales: la persuasiva y la estratégica o directiva. Ambas se reflejan en la concepción de las organizaciones profesionales”.

Desde la perspectiva instrumental, “las relaciones públicas son consideradas como meras técnicas de comunicación comercial, arrebatándoles cualquier fundamentación epistemológica”. (Xifra, 2009: pp 103). Y la define como “la disciplina que se ocupa de los procesos de comunicación entre las organizaciones (o entre personas con proyección pública) y los públicos de los que depende su actividad, para establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas entre ellos”. (Xifra, 2008: pp 8).

Para Cutlip, las relaciones públicas pueden ser entendidas como “la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (Cutlip, 2006: 39).

John Marston escribió. “Las relaciones públicas constituyen una función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y aceptación del público”. (Blanco, 2000: 30).

Jacque L’Etang, en su libro “Relaciones Públicas: Conceptos, Práctica y Crítica”, considera que las relaciones públicas “implican un análisis de las acciones organizativas que puedan tener un impacto en las relaciones o la reputación”. (L’Etang, 2009: 45).

HISTORIA

La práctica de las relaciones públicas es probablemente tan antigua como la propia comunicación humana. En la antigüedad se persuadía a los individuos para que aceptara la autoridad del gobierno y la religión mediante técnicas que hoy están enmarcadas dentro de las relaciones públicas: comunicación interpersonal, discursos, comunicación de asuntos públicos, publicidad y otros medios.

Desde 1200 a. C en Grecia se avivaba el debate público en el ágora, también se usaba el teatro como método de persuasión hacia el público y se persuadía al público.

La cultura románica aportó dos términos que definen a la profesión “República” y “Vox Populi”. Estos términos, podrían considerarse las bases de las relaciones públicas de hoy, dado que hay algo común que interesa al pueblo, y que esto debe ser comunicado.

Luego del Imperio Romano, siguió la Edad Media en la que el progreso de la disciplina, parece estancarse. Pero con el surgimiento del Renacimiento con ideas renovadoras y sus múltiples formas de expresión fueron el impulso necesario de las relaciones públicas para su desarrollo y crecimiento.

Durante la Edad Moderna, ahora cambiando de continente y principalmente en los Estados Unidos de América, se pone de manifiesto el despegue a las relaciones públicas, basado en uno de los principales valores de este período histórico, como fue la comunicación.

Primero en la guerra por la independencia de los Estados Unidos, las relaciones públicas sirvieron a ambos bandos, unos intentando controlar al pueblo colonizado y otros fomentando y persuadiendo a sus pares para independizarse, utilizando medios de comunicación como la prensa, funciones teatrales, discursos de referentes, entre otras.

Una vez independizados los EE.UU., se vio una creciente importancia de la opinión pública con la comunicación de masas, y a través de ésta, se debatía la esclavitud, el voto femenino, el estado laico, entre otros grandes temas.

Para inicios del 1900 surge Ivy Lee como el padre de las relaciones públicas. Lee comenzó con

una política de puertas abiertas destinada a informar al público, con ello colaboró al crecimiento de la disciplina. Y reveló la importancia de sintonizar la información pública con la privada. En 1917, se crea el Comité de Información Pública (Comité Creel), el cual utilizando a las relaciones públicas como propaganda política intentó tener el apoyo del pueblo para ingresar en la Primera Guerra Mundial.

En 1919, surge Edward Bernays quien le dio un marco teórico a las relaciones públicas, con la escritura de diversos libros en los que se iban definiendo el alcance de la profesión y sus funciones, dedicó mucho tiempo y trabajo en darle una imagen positiva a la profesión. En sus obras Bernays siempre preponderó entender al público y actuar en función de sus necesidades, resaltando esta función como la principal de la profesión.

Posteriormente a la segunda guerra mundial los principales estados totalitarios caen y surgen las democracias actuales y con ellas comienzan a nacer asociaciones en ciertos países que agrupan a los profesionales de las relaciones públicas. La primera en aparecer fue en los Países Bajos. Luego se sumó el Instituto de Relaciones Públicas en Gran Bretaña, casi inmediatamente nacen asociaciones en España, Italia, Suiza, Grecia y Bélgica durante 1950. En 1955 se crea la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA). Mientras que en 1960 aparecen agrupaciones globales que nuclean estas asociaciones locales como la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP), y la FIARP (Federación Interamericana de Relaciones Públicas), que luego se convierte en CONFIARP al ser reconocida por la OEA.

En tanto en Latinoamérica surge en Argentina la Asociación Argentina de Relaciones Públicas y Colombia la CECORP Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

También se puede considerar que el gran auge de la profesión en Argentina se inició a principios en 1958. Se fundó la, primera entidad profesional que estableció filiales en distintas provincias y que difundió las técnicas y alcances que le correspondían ante cualquier organización. En 1961, un grupo de socios fundó el Círculo Argentino de Profesionales de Relaciones Públicas y poco tiempo después la Escuela de Relaciones Públicas. (Blanco, 2000).

En 1963, como consecuencia a la evolución de la profesión, se crea la carrera de Relaciones Públicas. En 1965, sobre la base de los egresados se fundó el Colegio de Graduados en Relaciones Públicas cuyo objetivo fundamental era la sanción de una ley profesional que avalara la matriculación de la profesión, y que regulara, protegiera y jerarquizara definitivamente la actividad. (Asociación Docentes Universitarios Graduados en Relaciones Públicas, 2016).

Finalmente en 1979 se fusionaron la AARP y el Círculo y se creó la Asociación Argentina de Profesionales de Relaciones Públicas, reconocida de manera inmediata por la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas. Luego dicha Asociación, tuvo que cambiar su nombre por el de Concejo Profesional de Relaciones Públicas y el Colegio de Graduados también pasó a formar parte de éste. (Blanco, 2000).

A modo de conclusión, Blanco sostiene que “podemos considerar el desarrollo de las relaciones públicas fijando dos grandes etapas: una funcionalista, que cubre la primera mitad del siglo XX, hasta mediados de la década de 1950. La otra, evolucionista, que va desde entonces y llega al presente”. (Blanco, 2000: 39).

PROFESIONALES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Wilcox indica que existen ciertas características básicas que son necesarias para poder ejercer la profesión exitosamente y que tienen que ver con los atributos personales del profesional.

- Facilidad de palabra, escrita u oral.
- Capacidad analítica, para poder identificar y definir los problemas.
- Creatividad, para poder encontrar soluciones nuevas y efectivas a los problemas.
- Instinto de persuasión.
- Capacidad de hacer presentaciones esmeradas y convincentes. (Wilcox, 2006: 89).

También considera que el profesional debe ser curioso, debe querer aprender lo más que pueda sobre el producto, servicio, cliente u organización y la competencia. Debe tener pensamiento positivo, amistoso, que sea capaz de persuadir fácilmente, buen aspecto, creatividad y respetuoso con los puntos de vista de los demás. (Wilcox, 2006).

Xifra también plantea los atributos que debe tener un relacionista público y sostiene que “los atributos ideales del profesional de las relaciones públicas son:

- Una extensa e intensa preparación en la realización de un servicio altamente especializado;
- Unos principios y una filosofía específica y bien establecida;
- Las habilidades y capacidades inherentes al ejercicio de un arte;
- Una sólida motivación para el servicio al público;
- El establecimiento y mantenimiento de la investigación, la formación continua, las relaciones interpersonales y la práctica;
- La evaluación objetiva de los resultados y de la progresión de los programas;
- El intercambio de experiencias mediante la pertenencia a asociaciones profesionales”. (Xifra, 2003: 42).

Castillo sostiene que el perfil más adecuado para un profesional de relaciones públicas es:

- Una preparación extensa e intensa en la realización de un servicio altamente especializado.
- Unos principios y una filosofía específica bien establecida.
- Las habilidades y capacidades necesarias para el ejercicio de un arte.
- Una motivación sólida para el servicio público.
- Establecimiento y mantenimiento de la investigación, la formación continuada, las relaciones interpersonales y la práctica.
- Evaluación objetiva de los resultados y progresión.
- Intercambio de experiencias profesionales mediante la pertenencia a asociaciones profesionales. (Castillo, 2010:27).

Xifra, define que los profesionales ejercen dos posiciones estructurales dentro de las organizaciones: técnico en comunicación y director de comunicación. El técnico tiene como tarea principal la redacción de los mensajes destinados a los distintos públicos, no toma decisiones

estratégicas de comunicación sino que las ejecuta. El director es el responsable de la planificación y gestión de proyectos, asesora a la alta dirección y toma decisiones sobre la política de comunicación. (Xifra, 2008).

Xifra identifica las numerosas áreas en las que el relacionista público se puede desempeñar, entre las cuales se destacan:

“Relaciones con la prensa”, su finalidad es lograr la difusión de información sobre una organización en un medio de comunicación;

“Relaciones públicas internas”, hace referencia a la comunicación interna, es decir a la comunicación de una organización con sus empleados;

“Relaciones institucionales”, promueve la participación de una organización en la política pública;

“Lobbying”, se refiere a la relación de una organización con los poderes públicos para influir en sus decisiones; “Gestión de conflictos potenciales”, su finalidad es identificar cuestiones potenciales o emergentes que puedan afectar la estabilidad de una organización;

“Relaciones públicas financieras”, su objetivo es obtener una relación beneficiosa entre una organización y la comunidad financiera; “Comunicación de crisis”, considerada un área sumamente necesaria ya que si es eficaz puede evitar una crisis o en su defecto, controlar sus consecuencias negativas; y

“Responsabilidad social corporativa”, es muy positiva dado que beneficia la reputación de una organización y su relación con la sociedad.

También el autor menciona otras áreas tales como: “Relaciones con la comunidad”; “Relaciones sectoriales”; “Captación de fondos”; “Relaciones públicas multiculturales”; “Organización de acontecimientos” y “Comunicación de marketing”. (Xifra, 2008).

Las relaciones públicas son acciones de comunicación diseñadas y planificadas estratégicamente, con el fin de generar y mantener vínculos mutuamente beneficiosos entre una organización y sus públicos. Y si entendemos al “gobierno”, el poder político de un estado, como uno

de estos públicos, el profesional de relaciones públicas debe poder entender y comunicarse con este público por ello el relacionista público debe poseer ciertas características y atributos personales básicos para poder desarrollarse en esta área exitosamente. Para ello, en el siguiente capítulo se desarrollará el concepto de lobbying y sus características específicas.

CAPÍTULO DOS: LOBBYING

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se realizará una descripción del lobbying su definición, su función y metodología dentro de las organizaciones, para ello se introducirá en el concepto de gestión de asuntos públicos, así como también, el perfil del lobista.

ASUNTOS PÚBLICOS

El sector público y el sector privado son dos ámbitos de la realidad política, social y económica del siglo XXI que se necesitan mutuamente para sobrevivir y desarrollarse de manera sostenible. Las dos esferas son necesarias, complementarias e interdependientes para un funcionamiento saludable de las sociedades avanzadas de nuestro tiempo.

Los problemas a los que se enfrentan actualmente las sociedades han adquirido una dimensión tan relevante y exigen una inversión de recursos tan importante que su resolución no puede plantearse sólo desde ámbito público o sólo desde el sector privado. La solución radica en abordarlos conjuntamente, entendiendo y asumiendo que tanto las empresas privadas como la esfera de lo público y todos los actores sociales constituyen una parte necesaria –pero no siempre suficiente– para la solución de los problemas. (Corporate Excellence & Aula de Liderazgo Público, 2012:4).

Los asuntos públicos, desde la organización, son las RR.PP. que tratan con el entorno político o gubernamental. Se ocupan de crear relaciones entre la organización y el Gobierno, y relaciones con otras organizaciones y públicos en el terreno de la política pública e influir sobre ellas en caso de ser necesario.

Las relaciones de una organización con los gestores públicos no solo se limitan a la influencia sobre sus decisiones, sino que también, pueden presentarse como relaciones de colaboración y de diálogo constructivo.

En tal sentido “La gestión de los asuntos públicos contribuye a la inteligencia reputacional de las organizaciones, ofrece mayor información para tomar mejores decisiones y favorece el

conocimiento del entorno político, social y empresarial en el que operan, permitiendo el desarrollo de planes de acción estratégicos para defender sus intereses y los de los distintos grupos de interés con los que se relacionan”. (Corporate Excellence & Political Intelligence, 2015).

“Los asuntos públicos representan los esfuerzos de la organización para monitorear y administrar su entorno de negocios. Combina las relaciones con el Gobierno, comunicaciones, Issues Management y estrategias de ciudadanía corporativa para influenciar en las políticas públicas, construir una sólida reputación, y encontrar una base sólida con los stakeholders”. (Ruiz Balza. 2013).

Por ello, es importante contar con la figura de un Director de AA.PP. que lidera la estrategia, ya que es quien debe analizar el entorno, entender los fenómenos políticos, sociales y económicos que afectan al desarrollo de la actividad de la organización para poder influir en cualquier contexto y construir un terreno que pueda beneficiar o que permita amortiguar el impacto.

También se enfrentan a diversos temas que sus organizaciones le imponen al director de AA.PP., un proceso de inmersión en aspectos técnicos específicos. Aunque esto no le demande necesariamente ser un experto en todo, debe indefectiblemente manejar aspectos que exceden el núcleo de su responsabilidad de gestión.

Lo que más exige la gestión de asuntos públicos es una actitud exploratoria permanente, tanto desde la perspectiva de los actores, como desde los temas que hacen al desenvolvimiento normal de la actividad de la organización en el entorno donde opera.

Esta actitud exploratoria lleva al profesional a un manejo integral de la información de la organización en la que se desempeña, sus vulnerabilidades y también las oportunidades que pueden potenciar su actividad. Es por esto por lo que, pesa más la habilidad que pueda tener en entender el negocio que una lista de contactos.

En este aspecto, Valiente indica que: “La estrategia de asuntos públicos” debe ser también un documento vivo y en constante adaptación a los cambios políticos e institucionales. La agenda política nos abrirá y cerrará continuamente ventanas de oportunidad para implementar nuestra estrategia o darle un nuevo giro, por lo que la revisión constante es fundamental” (El lobby en

España, 2014; pág. 40).

En línea con esto, Xifra cita a Leyer con respecto a los asuntos públicos lo siguiente:

“Los asuntos públicos son el acercamiento estratégico a situaciones que constituyen tanto una oportunidad para la compañía como un peligro para ella, y que están conectadas con cambios sociales y políticos, formación de la opinión pública y toma de decisiones políticas” (Xifra, 1998:64).

“Gestionar asuntos públicos es relacionarse estratégicamente con stakeholders (públicos de interés) pertenecientes al ámbito político, empresario, sindical, sociedad civil organizada, y otros individuos o grupos de interés relevantes, con el objetivo de entender sus visiones, comprender qué se espera de la empresa y lograr dar una respuesta para que sus expectativas se balanceen con el propio interés de la organización dónde uno trabaja”. (Facundo Etchevere, 2021).

Los asuntos públicos son realmente todo lo que hace una organización para monitorear y administrar su entorno de negocio. Abarcan muchas funciones, incluidas: relaciones gubernamentales, lobbying, issues management, advocacy, y también incluyen, comunicaciones, gestión de la reputación, relaciones con los medios, sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

A los asuntos públicos a veces se lo conoce como el arte de evitar las crisis, pero el valor real es el impacto que la función brinda a una organización al maximizar las oportunidades y mitigar los riesgos. (Public Affairs Council, 2016).

LOBBYING

El término, proviene etimológica y originalmente de “lobby” que significa pasillo y que el Oxford English Dictionary en 1640, define la palabra “lobby” como los pasillos de la “Casa de los Comunes”, donde los ciudadanos podían hablar con sus representantes. Esta definición es la que se acerca más a la esencia del “lobbying” actual, para que exista participación ciudadana en los asuntos públicos.

Algunos atribuyen el origen de la palabra lobbying al presidente Ulysses Grant (1869-1877) que para relajarse con una copa de brandy en una mano y un puro en la otra, iba al Gran Hotel Willard de Washington, elegante, caro, y cercano a la Casa Blanca y al congreso. Pero no siempre lo

conseguida. Con frecuencia alguien se le acercaba en el bar del lobby del hotel para pedirle favores.

El término lobbying, apropiado por la cultura de los Estados Unidos de América como se indicó en el párrafo anterior, es por el cual se refiere comúnmente en nuestro país a esta actividad, pero al lobbying se la denomina de otras formas en otros países. En México se lo denomina “Cabildeo”, en los países de la Unión Europea es “Representación de Intereses”, en América del Sur, incluyendo a Argentina es “Gestión de Intereses”.

Como se indicó en el apartado anterior, una de las funciones de los AA.PP. es el lobbying, y en relación a esto se puede decir que: lobbying es una estrategia de RR.PP. cuya especificidad radica en el público receptor de los mensajes (Poder Ejecutivo y Poder Legislativo) y en su finalidad: influir en sus ámbitos de incumbencia.

Por su parte Jordi Xifra define al lobbying como: “el proceso de comunicación persuasiva cuyo objetivo es influir y predisponer al receptor, que se concreta en la relación con los poderes públicos y destinada a conseguir la adhesión de éstos para que orienten su toma de decisiones en el sentido deseado y favorable a los intereses de la organización”. Y agrega: “es un proceso planificado de comunicación de contenido predominantemente informativo, en el marco de la política de relaciones públicas, de la empresa u organización con los poderes públicos, ejercido directamente por ésta, o a través de un tercero mediante contraprestación, que tiene como función intervenir sobre una decisión pública (norma o acto jurídico; en proyecto o en aplicación) o promover una nueva, transmitiendo una imagen positiva basada en la credibilidad de los argumentos defendidos que genere un entorno normativo y social favorable, y con la finalidad de orientarla en el sentido deseado y favorable a los intereses representados”. (Xifra, 1998).

Otra definición: “es el conjunto de técnicas y estrategias para relacionarse con los poderes del Estado con la finalidad de conseguir que las decisiones de éstos sean acordes con los intereses empresariales”. (Tapia, R. 2004).

Con estas definiciones se revelan una serie de términos, como “influir” y “poderes del Estado”, esta combinación, hace que se tejan distintas percepciones sobre la actividad, y se llegue a

conclusiones erróneas sobre la misma, en la que se la asocia con la corrupción, tráfico de influencias, u otras actividades ilegales.

Sin embargo, el lobbying es una función legítima, que contribuye al fortalecimiento de los procesos democráticos participativos. Pero su falta de regulación, la carencia de consensos, la falta de voluntad política para legislar la actividad, sumado a la escasa cooperación entre el ámbito público y privado y la poca participación ciudadana activa, conlleva a aumentar la confusión y contribuyen que se perciba una mala imagen y consecuente sostenimiento de una mala reputación del lobbying.

TIPOS DE LOBBYING

De las diversas tipologías que distintos autores han presentado, y ante la falta de una doctrina generalizada, se propone la siguiente tipología.

Lobbying Directo: Es el que se ejerce directamente ante los poderes públicos sin actuar a través de la opinión pública u otros agentes de presión. Se basa en la intención de influenciar en forma directa sobre los procesos de decisión pública a través del contacto directo con el funcionario o parlamentario correspondiente.

Lobbying Indirecto - Grassroot Lobbying: Acción que pretende sensibilizar a la opinión pública, y que están dirigidas a los decisores públicos y a los medios de comunicación. Acción sobre los poderes públicos a través de la movilización “espontánea” de las bases de un grupo de presión agrupados o no por una institución.

Lobbying Intragubernamental: Tanto el emisor como el receptor son poderes públicos en distintos niveles de jurisdicción: nacional, provincial, municipal; entre estados soberanos y ante organismos internacionales.

LOBISTA COMO PROFESIÓN

Para ejercer su profesión, el lobista debe tener muy presente las características de las decisiones públicas, intercambio, compromiso, proceso y confrontación de valores. El éxito de sus actividades dependerá en gran parte del grado de adaptación al entorno del proceso decisorio.

“El legislador y el funcionario deben ver al lobista como un auxiliar idóneo que les puede aportar conocimientos útiles y desconocidos sobre determinado tema, porque ni uno ni otro pueden pretender conocer exhaustivamente el tópico que están analizando en determinado momento. Desde luego el lobista dictaminará y abogará a favor de los intereses de su ocasional representado, lo cual es legítimo y coherente. Le corresponde al parlamentario o al funcionario confrontar los datos y la interpretación que recibe con otros aspectos de la realidad social y económica”.

Por esto es que se enumeran algunas de las pautas genéricas de comportamiento como profesional competente del lobbying.

- Ser positivo, es decir, aportar algo antes de querer sacar un beneficio.
- Considerar la información técnica, como moneda de cambio.
- Ser tenaz y trabajar a largo plazo. Ser estratega.
- Tener una estrategia de comunicación. No hay que ser pasivo ni esperar a que los llamen.
- Implicarse en la dinámica de las concesiones mutuas, pero teniendo siempre claro el límite de las mismas.
- Respetar los usos de la dinámica burocrática. Conocer la cultura administrativa y tenerla en consideración.

El trabajo del lobista no es individual. El lobbying es interdisciplinar, por lo que, en sus diferentes intervenciones, requerirá el complemento de expertos en derecho, economía o, incluso, en materias más técnicas. El lobista no puede ser un sabelotodo, pero debe saber principalmente digerir y transmitir las informaciones suministradas por sus colaboradores y clientes. Por consiguiente, se puede dividir el perfil del lobista en las siguientes cualidades:

Cualidades de comunicación: El lobista debe ser un experto comunicador. Estas competencias se dividen a su vez en las siguientes cualidades: profesional de las relaciones públicas, negociador y diplomático, argumentador y persuasivo y conocedor de las técnicas publicitarias.

Cualidades estratégicas: Desde el punto de vista estratégico, las cualidades de todo lobista

eficaz deben ser: Ética, para conocer los procesos de toma de decisiones existentes en los ámbitos en los que actúa. Red de informadores y formadores, como una técnica imprescindible conocer quién es el interlocutor válido en cada momento y mantener con él una relación profesional, honesta, privada y amistosa. Empatía para creer en los intereses representados. Informar con la verdad por delante. Saber perder.

Cualidad analítica y observación constante: Tener el mapa organizacional y político del Poder Ejecutivo y del Poder Legislativo. Monitoreo de políticas públicas y proyectos legislativos de las áreas vinculadas a la organización o sector. Monitoreo de public issues. Análisis del escenario político. Monitoreo de medios de comunicación y redes sociales.

Cualidades de formación: El aprendizaje del lobbying, en general, no forma parte de los planes de estudio universitarios. Dado el carácter interdisciplinar de la práctica profesional, donde predomina la dimensión comunicativa y de relaciones públicas, se proponen algunas disciplinas y materias que deberían formar parte de un programa formativo para futuros lobistas:

Relaciones públicas y comunicación estratégica en general • Técnicas de negociación y de argumentación • Derecho • Ciencias políticas y de la Administración • Economía y gestión empresarial. (Xifra, 2001).

“Los lobistas son en la mayoría de los casos técnicos expertos y capaces de explicar temas complejos y difíciles de una manera clara y comprensible. Sostienen diálogos personales con miembros del Congreso en los cuales explican en detalle la razón de las posiciones que defienden [...] preparan resúmenes, análisis de leyes, proyectos y memorándums para uso de los legisladores y de las comisiones. Son necesariamente maestros en sus temas y, de hecho, casi siempre proveen estadísticas útiles e información difícil de obtener. (...) provienen de fuentes parciales, pero tal procedimiento no difiere de la avocación de los abogados ante la Corte de Justicia, que ha probado ser tan exitosa (...) hablan en nombre de los varios intereses económicos, comerciales y otros de tipo funcional de esta Nación sirven a un útil propósito y han asumido un

importante papel en el proceso legislativo". (J. F. Kennedy, 1956).

EL PROCESO DE LOBBYING

A los fines del presente trabajo el proceso de lobbying, se sintetiza a partir de las siguientes cinco etapas:

- **Investigación:** Búsqueda, monitoreo y producción de información calificada para poder desarrollar el reconocimiento e influencia de la organización y sus objetivos en los sectores con poder de decisión vinculados directa o indirectamente con la gestión de los public issues (políticos, económicos, sociales, culturales, ambientales, etc.).
- **Actores:** Identificación tanto de los actores clave (organizaciones y/o personas) que comparten sus intereses con los de la organización como así también de aquellos que cuentan con incidencia relevante en la toma de decisiones vinculada con los asuntos públicos.
- **Estrategias:** conformación de alianzas que favorezcan la sinergia entre los intereses de nuestra organización y sus públicos directos e indirectos, las diversas instituciones y/o personas involucradas e identificadas como actores claves para fortalecer y consolidar nuestra posición relativa e incidencia en el proceso de lobbying.
- **Ejecución:** planificación e implementación de campañas de comunicación para facilitar una amplia difusión de los argumentos que sustentan la posición de nuestra organización y la importancia de su ingreso en la agenda de temas claves en todos los medios de comunicación formales e informales disponibles.
- **Evaluación:** una vez concluido las etapas anteriores del presente el proceso, conviene evaluar los resultados y en función de la performance obtenida reiniciar, reforzar o iniciar acciones de mantenimiento y defensa de los logros alcanzados hasta su institucionalización en nuestras comunidades de referencia, locales, regionales y globales. (Ruiz Balza. 2003).

CAPITULO TRES: LEGISLACIÓN COMPARADA

Con el objetivo de abordar la regulación del lobbying en este capítulo se recopilará el estado y antecedentes de la legislación de la gestión de Intereses, representación de intereses, cabildeo y lobbying en distintos países.

Perú, en 2003, se aprobó la primera legislación sobre lobbying, que así se convirtió en el primer país de América Latina en regular esta actividad tanto en relación con el Poder Legislativo como con el Poder Ejecutivo.

Chile, en 2014, establece un marco normativo propio para regular la representación de intereses con la aprobación de la ley que regula el lobbying y las gestiones que representen intereses particulares ante autoridades y funcionarios.

Argentina, 2003, pronuncia un decreto que da un marco de regulación a la “gestión de intereses” para el ámbito del poder ejecutivo y el parlamento se encuentra tramitando un proyecto de ley.

El ordenamiento jurídico de Colombia contiene una disposición constitucional que ordena legislar sobre “cabildeo”, un artículo de la Ley 1474 (2011) autoriza a las autoridades competentes a indagar sobre este tipo de actividades, una resolución de la Cámara de Representantes crea un registro de cabilderos para ese organismo y una propuesta normativa está en trámite.

En Brasil, desde 2007 se debate un proyecto de ley en el legislativo federal, respecto del lobbying.

En los Estados Unidos de América, el lobbying inicialmente tuvo un intento de regulación de parte de la Federal Regulation of Lobbying Act de 1946, que tuvo como principal objetivo transparentarlo ante el público; sin embargo, se profesionalizó a finales de la década del '70. Pero la ley “fue considerada ineficaz porque no cubría el lobbying ante el Poder Ejecutivo, ante el personal del Congreso o ante las asociaciones representativas de la sociedad civil. Por otra parte, la mayor parte de los lobistas escapaban a la obligación de inscribirse por culpa de los vacíos legales”. (Müller, F. 2013).

En México la regulación afecta solo al Poder Legislativo y está recogida en el Reglamento de la Cámara de Diputados (2010) y en el Reglamento del Senado de la República (2010), ambos aprobados tras diez años de debates e iniciativas parlamentarias para establecer un marco normativo al respecto.

Las distintas normas jurídicas y proyectos de ley de estos países cuentan con varios instrumentos que aportan a la transparencia del lobbying. En este mismo sentido, estos mecanismos contribuyen a que la ciudadanía conozca los intereses de los “grupos de presión” que influyen en sus representantes políticos y en los procesos de toma de decisiones públicas. Las herramientas regulatorias más destacadas son los registros que contienen información relacionada con la “gestión de intereses”.

LOBBYING

El análisis de la legislación de los países donde existe una ley y de los países donde existen otros instrumentos ya sean decretos, reglamentaciones o proyectos de ley, reflejan el concepto de lobbying de forma similar. Se podría decir que las distintas normas tomaron: “la definición amplia del lobby como la presión organizada frente al Poder Público” (Córdova, 2017, p. 19).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), define al lobbying como: “Cualquier comunicación directa o indirecta con agentes públicos o representantes políticos con la finalidad de influenciar la toma de una decisión pública, desarrollada por o en nombre de un grupo organizado” (OCDE, 2013). Por su parte, el Libro Verde de la Iniciativa Europea en favor de la transparencia de la Unión Europea expresa: “todas las actividades que se realicen con el objetivo de influir en los procesos de elaboración de políticas y de toma de decisiones de las instituciones europeas” (Comisión Comunidades Europeas, 2001, p.5).

El Lobbying Disclosure-Act en 1996 de los Estados Unidos establece que lobbying es: la preparación y planificación de actividades, la investigación o cualquier otra tarea de formación, destinados a ser usados para dialogar y persuadir a los actores políticos en pos de que éstos consideren la conveniencia de tener en cuenta la posición que se representa o manifiesta.

En los artículos 263 al 268 del Reglamento de la Cámara de Diputados de México, se definen las características de la función de cabildeo.

A su vez también la definición del gobierno de México sobre el cabildeo o lobbying es:

se refiere al proceso planificado de comunicación de contenido predominantemente informativo, en el marco de las relaciones públicas, de la empresa, grupo de presión u organización con los poderes públicos, ejercido directamente por ésta o a través de un tercero mediante contraprestación, que tiene como función intervenir sobre una decisión pública (norma o acto jurídico; en proyecto o aplicado) o promover una nueva, transmitiendo una imagen positiva basada en la credibilidad de los argumentos defendidos que genere un entorno normativo y social favorable y con la finalidad de orientarla en el sentido deseado y favorable a los intereses de los representados. (Sistema de Información Legislativa, 2023).

En el mismo sentido el Reglamento del Senado de la República de México en el artículo 298, conceptualiza a la actividad como:

...el propósito de influir en decisiones que les corresponden en ejercicio de sus facultades. Estipula que las comisiones y los senadores informan por escrito a la Mesa, para su conocimiento, de las actividades realizadas ante ellos por cabilderos en la promoción de sus intereses. (Reglamento del Senado de la Republica de México, 2010).

En la Ley N° 28024 del 2003 que regula la Gestión de Intereses en la Administración Pública de Perú, al lobbying se lo denomina “gestión de intereses” y se lo define así: “La actividad mediante la cual personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, promueven de manera transparente sus puntos de vista en el proceso de decisión pública, a fin de orientar dicha decisión en el sentido deseado por ellas”. (De la gestión de intereses. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. Perú. 2003. Artículo 3).

Del mismo modo, el Decreto 1172/2003 de la República Argentina (2003), que regula la “gestión de intereses” en el poder ejecutivo, define:

Toda actividad desarrollada – en modalidad de audiencia – con personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, por sí o en representación de terceros – con o sin fines de lucro – cuyo objeto consista en influir en el ejercicio de cualquiera de las funciones y/o decisiones de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y de todo otro ente que funciones bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional. (Serrano Espelta et al. 2015).

En la jurisprudencia de Colombia al lobbying se lo denomina “cabildeo”. El artículo 12 de la Resolución N° MD-2348 de la Cámara de Representantes (2011), que crea un registro de cabilderos, declara que el Cabildeo es:

Todo esfuerzo –protegido constitucionalmente– y realizado por individuos o grupos de individuos, organizados autónomamente, para dar a conocer sus posiciones, en defensa de intereses particulares, en los procesos legislativos y en cualquier asunto propuesto por la Cámara de Representantes. El cabildeo podrá hacerse mediante la distribución de material impreso, la concurrencia a las diferentes comisiones y subcomisiones de la Cámara de Representantes, así como a entrevistas o intentos por entrevistar a miembros de esta Corporación Legislativa. (Definiciones. Resolución N° MD-2348 de 2011. Cámara de Representantes. Colombia, 2011. Artículo Décimo Segundo).

El artículo 2° dispone que las “actividades de cabildeo” sean:

Toda actividad desarrollada por personas naturales o jurídicas, nacional o extranjera que, en representación propia o de terceros, de organizaciones o grupos de interés, que tenga por objeto la promoción de intereses y objetivos legítimos y lícitos de personas, entidades u organizaciones privadas o públicas ante autoridades públicas, relacionadas con las funciones y las decisiones que se adopten en el ejercicio de sus competencias. (Autoridades obligadas. Proyecto de

Ley No. _ de 2021 “Por medio del cual se regula el ejercicio del cabildeo y se crea el Registro Público de Cabilderos”. Colombia, 2021. Artículo 2).

En tanto Brasil, es su proyecto de ley 1202/2007, que tiene como objeto regular la “gestión de intereses” dispone que el lobbying sea:

La presión o esfuerzo deliberado para influenciar en una decisión administrativa o legislativa en un determinado sentido, favorable a entidades representativas de grupos de interés; o por parte alguien que actúa en defensa de intereses propios o de terceros, o en sentido contrario a los intereses de terceros. (Projeto de lei 1202/2007. Brasil. 2007. Art. 2°).

Una diferencia clara a nivel legislativo en relación con la definición del lobbying, se plantea en el ordenamiento jurídico de Chile. El artículo 2 de la Ley 20730 (2014) que regula el lobbying y las gestiones que representan intereses particulares ante las autoridades y funcionarios, marca una diferencia entre el “lobbying” y la “gestión de interés particular”. Para lobbying define:

Aquella gestión o actividades remuneradas, ejercida por personas naturales o jurídicas, chilenas o extranjeras, que tiene por objeto promover, defender o representar cualquier interés particular para influir en las decisiones que, en el ejercicio de sus funciones, deban adoptar los sujetos pasivos que se indican en los artículos 3° y 4°. Lo anterior incluye los esfuerzos específicos para influir en el proceso de toma de decisiones públicas y cambios en las políticas, planes o programas, en discusión o en desarrollo, o sobre cualquier medida implementada o materia que deba ser resuelta por el funcionario, la autoridad o el organismo público correspondiente, o bien para evitar tales decisiones, cambios y medidas. (Artículo 3°. Ley N° 20730. Regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios. 2014, Chile. Artículo 2°).

Esta regulación diferencia a la actividad de lobbying de la gestión de intereses particulares, donde las definiciones son parecidas entre sí, pero en la gestión de intereses particulares se omite el

concepto de “remunerada” con esto se intenta diferenciar a los lobistas que actúan en forma remunerada por “grupos de presión” de las gestiones que realiza un lobista en forma independiente.

La OCDE (2013), expresa que: “la definición de lobbying puede variar según el criterio de cada país”, pero que todas existe el concepto “influir”, entendido por influir: promover, defender oponerse o retrasar una decisión a través de diferentes medios, incluida la aportación o utilización de informaciones y estadísticas”.

LOBISTAS

Como se mencionó en los capítulos anteriores. La definición de lobista como los actores que realizan y se benefician de las prácticas de lobbying, también se encuentra escrita en estos instrumentos de regulación y que tiende a agrupar a todos estos individuos que se erigen como representantes de “grupos de presión”.

La Comisión de Venecia los denomina: “actores extrainstitucionales”. Y con esto se pretende agrupar a todos los sujetos que realizan la actividad en sus múltiples formas de accionar, grupos de presión, consultores profesionales, bufetes de abogados, corporaciones, asociaciones civiles y comerciales, organizaciones no gubernamentales, organizaciones educativas y/o religiosas, etc. (European Commission for Democracy Through Law, 2013).

En este sentido el Lobbying Disclosure-Act en 1995, define: “*Quién lo ejerza debe ser aquél que lleve a cabo la actividad en representación autónoma de un cliente o empleado por una empresa u organización.*” (Lobbying Disclosure Act, 1995).

La Ley N° 28024 de Perú (2003), define a los lobistas como “gestores de intereses” y su artículo 7 prevé la siguiente definición:

La persona natural o jurídica, nacional o extranjera, debidamente inscrita en el registro correspondiente, que desarrolle actos de gestión de sus propios intereses o de terceros, en relación con las decisiones públicas adoptadas por los funcionarios públicos comprendidos en el artículo 5 de la presente ley. (Del gestor de intereses. Ley que regula

la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. 2003. Colombia.

Artículo 7).

La ley define dos tipologías de lobistas: gestores de intereses y gestores de intereses profesionales, de esta forma desagrega a los que realizan la actividad en nombre y representación formal de corporaciones u asociaciones con y sin fines de lucro en los que está documentada su relación laboral con estas organizaciones (in house lobbying), de los que cumplen la función de lobbying en representación de terceras partes a cambio de una prestación económica (freelance lobbying). En ambos casos les rige la misma ley y sus reglamentaciones.

La ley de Chile plantea algo similar a la de Perú en cuanto a los lobistas. El apartado 5 del artículo 1 dispone: *“la persona natural o jurídica, chilena o extranjera, remunerada, que realiza lobby. Si ello no media remuneración se denominará gestor de intereses particulares, sean estos individuales o colectivos.”* (Ley 20730, 2014). Para esta ley la remuneración de la actividad es la que diferencia a un lobista de un gestor de intereses.

El mencionado proyecto de ley sobre lobbying de Colombia identifica a los “cabilderos” como: *“cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que desarrolle actividades de cabildeo ante las autoridades”* (Comisión Primera Cámara de Representantes, 2017).

El proyecto de ley de Argentina, define que un “gestor de intereses” es: *“toda persona que ejerza de forma habitual u ocasional la gestión de intereses”* (Proyecto de Ley Gestión de Intereses, 2017).

Todas estas definiciones muestran que, ya sea para las leyes vigentes como los proyectos, la ley aplica para todos los lobistas por igual, representen a quien representen, sea a una corporación como a una ONG, o una asociación civil o incluso a representarse a sí mismo. Por cierto, esta igualdad de representatividad, es motivo de críticas y debates en los ámbitos legislativos de los diferentes países.

SUJETO OBLIGADO

En las regulaciones de los países analizados, la tendencia es a incorporar más funcionarios públicos como sujetos obligados a cumplir la ley.

En este sentido las leyes vigentes de Perú y la de Chile y Perú incluyen a todos los poderes del Estado.

El decreto vigente Argentina abarca solo al poder ejecutivo nacional.

En Colombia actualmente, la regulación solo cubre al poder legislativo.

En Brasil no hay reglamentación en este aspecto, sin embargo el proyecto de ley de Brasil intenta también abarcar a todos los poderes del Estado.

El Decreto 1172/2003 de Argentina en su artículo 2, define que el ámbito de aplicación es: “los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional”. Y en su artículo 4 establece a los funcionarios obligados:

a) Presidente de la Nación;

b) Vicepresidente de la Nación;

c) Jefe de Gabinete de Ministros;

d) Ministros;

e) Secretarios y Subsecretarios;

f) Interventores Federales;

g) Autoridades superiores de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional;

h) Agentes públicos con función ejecutiva cuya categoría sea equivalente a Director General”. (Decreto 1172/2003. Acceso a la información pública. Argentina. 2003. Artículo 2).

Adicionalmente el decreto prevé que:

Cuando la solicitud de audiencia sea dirigida a un funcionario que dependa jerárquicamente y que cumpla funciones de dirección, asesoramiento, elaboración de

proyectos o que tenga capacidad de influir en las decisiones de los sujetos enumerados en el presente artículo, debe comunicar tal requerimiento por escrito al superior obligado, en un plazo no mayor de cinco (5) días a efectos de que éste proceda a su registro. (Decreto 1172/2003. Acceso a la información pública. Argentina. 2003. Artículo 4).

Es importante destacar este punto ya que con ello se pretende evitar que los sujetos obligados intenten evadir sus obligaciones enviando a otros en su nombre a reunirse con los “grupos de presión”.

Por su parte Colombia, en 2009, en el marco de la llamada «reforma política», se modificaron y añadieron algunos artículos a la constitución a fin de mejorar el sistema electoral e incrementar la transparencia y establecer canales apropiados de financiación para los partidos políticos. En el artículo 144 de la constitución se añadió que el ejercicio del cabildeo sería reglamentado mediante ley. “En 2011, la Cámara de Representantes colombiana aprobó la Resolución N° MD-2348 por la que se estableció el registro público de los cabilderos con el fin de favorecer el principio de publicidad y la política de transparencia de las sesiones de las cámaras”. (Córdova, 2018).

La Resolución N° MD-2348 (2011) de la Cámara de Representantes de Colombia alcanza únicamente a los lobistas cuando se reúnen con los funcionarios públicos que trabajan la Cámara de Representantes.

Sin embargo, el proyecto de ley que inicialmente se presentara en 2018, y que en el 2021 se le realizaran ciertas modificaciones, abarca un espectro más amplio de autoridades obligadas, a saber:

a) Sector Central de la Rama Ejecutiva en el Nivel Nacional: el Presidente de la República, el Vicepresidente de la República, los Ministros, los Viceministros, los Directores de Departamentos Administrativos, los Superintendentes de Superintendencias sin personería jurídica, los Directores de Unidades Administrativas sin personería jurídica, así como los Altos Comisionados, Ministros Consejeros, Secretarios y

Directores de la Presidencia de la República. También están cobijados por la presente ley sus Secretarios Privados, Secretarios Generales, Superintendentes Delegados, Directores y Asesores;

b) Sector Descentralizado de la Rama Ejecutiva en el Nivel Nacional: Los Superintendentes de Superintendencias con personería jurídica, los Directores de Unidades Administrativas con personería jurídica, los Gerentes, Presidentes o Directores de las entidades descentralizadas por servicios y los miembros de las Comisiones de Regulación. También están cobijados por la presente ley sus Secretarios Privados, Secretarios Generales, Superintendentes Delegados, Directores y Asesores;

c) Rama Ejecutiva del Nivel Territorial: Alcaldes, Gobernadores, los Gerentes, Presidentes o Directores de las entidades descentralizadas por servicios, los Diputados, Concejales y miembros de las Unidades de Apoyo Normativo. Así mismo estarán cobijados por la presente ley sus Secretarios Privados, Secretarios Generales, Subsecretarios y Asesores;

d) Rama Legislativa: los Congresistas, los Directores Administrativos, los miembros de las Unidades de Trabajo Legislativo y los Secretarios.

e) Rama Judicial: El Fiscal General de la Nación, los magistrados de la Sala Administrativa del Consejo Superior de la Judicatura, el Director Ejecutivo de la Rama Judicial y los magistrados de las Salas Administrativas de los Consejos Seccionales de la Judicatura, solamente respecto al ejercicio de la función administrativa que les compete. Así mismo, estarán cobijados por esta ley sus asesores.

Lo anterior no podrá ser interpretado en forma que restrinja, limite o menoscabe la independencia y autonomía propias de la función y autogobierno judiciales. Para los casos no previstos en el inciso anterior, está completamente prohibido el cabildeo en la rama judicial.

f) Órganos de control, organismos autónomos e independientes: El Procurador General de la Nación, el Defensor del Pueblo, el Contralor General de la República, el Registrador Nacional del Estado Civil, los magistrados del Consejo Nacional Electoral, los miembros de la Junta Directiva del Banco de la República, los Rectores de las Universidades Públicas, los directivos de las Corporaciones Autónomas Regionales, los comisionados de la Comisión Nacional del Servicio Civil y, en general, los servidores públicos del nivel directivo y asesor de los órganos autónomos e independientes. También están cobijados por la presente ley sus Secretarios Privados, Secretarios Generales, Delegados, Directores y Asesores.

g) En las Fuerzas Armadas: El Comandante General de las Fuerzas Militares, el Director General de la Policía Nacional, el Comandante del Ejército, el Comandante de la Armada Nacional, el Comandante de la Fuerza Aérea, y los demás miembros de la Fuerza Pública encargados de las adquisiciones. (Autoridades obligadas. Proyecto de Ley No. _ de 2021 “Por medio del cual se regula el ejercicio del cabildeo y se crea el Registro Público de Cabilderos”. Colombia, 2021. Artículo 3).

En Perú, la Ley N° 28024 que rige desde 2003, indica en su artículo 1:

Regula la gestión de intereses en el ámbito de la administración pública, entendida como una actividad lícita de promoción de intereses legítimos propios o de terceros, sea de carácter individual, sectorial o institucional en el proceso de toma de decisiones públicas, con la finalidad de asegurar la transparencia en las acciones del Estado. (Objeto y fines. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. 2003. Perú. Artículo 1).

En este sentido, la Ley N° 28024 en su artículo 5 establece que:

Los funcionarios de la administración pública con capacidad de decisión pública en el ámbito de la presente Ley son los siguientes”

a. Presidente de la República;

- b. Primer y Segundo Vicepresidentes de la República, cuando se encargan del Despacho Presidencial;*
- c. Congresistas de la República;*
- d. Ministros, viceministros, secretarios generales, directores nacionales y directores generales, prefectos y subprefectos, consejeros, asesores y demás funcionarios de rango equivalente;*
- e. Presidente y miembros del Consejo Ejecutivo del Poder Judicial, incluyendo su gerente general;*
- f. Gobernadores regionales y vicegobernadores cuando asumen el Gobierno Regional, así como los miembros de los Consejos Regionales y gerentes regionales;*
- g. Alcaldes, regidores y directores de la Municipalidad Metropolitana de Lima y de municipalidades provinciales y distritales de toda la República;*
- h. Presidente y miembros de los directorios de las empresas comprendidas en la actividad empresarial del Estado, así como los gerentes generales de las mismas;*
- i. Los titulares de los pliegos presupuestarios de las entidades comprendidas en el artículo 1 de la presente Ley, así como cualquier funcionario o servidor público que preste servicios en un cargo de confianza, cuando corresponda;*
- j. Los que determine cada organismo de la administración pública, por el Texto Único de Procedimientos Administrativos; y*
- k. En general los funcionarios con capacidad de decisión pública, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de la presente Ley. (De los funcionarios y servidores con capacidad de decisión. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. 2003. Perú. Artículo 5).*

Adicionalmente en los demás apartados del artículo 5, se señala que pueden ampliar los funcionarios obligados mediante resolución de la entidad competente en cada una de ellas.

Asimismo, es responsable de mantener actualizada la información que se consigna en el registro de visitas al que se refiere el artículo 16 de la presente ley, garantizando su seguridad, publicidad y acceso en formato de datos abiertos, en sus respectivos portales web institucionales.

Para Chile, en 2014 se establece un marco normativo propio para regular la representación de intereses, con la aprobación de la ley que regula el lobbying y las gestiones que representen intereses particulares ante autoridades y funcionarios.

El artículo 3 de la Ley N° 20730 de Chile explicita:

Son sujetos pasivos, los ministros, subsecretarios, jefes de servicios, los directores regionales de los servicios públicos, los delegados presidenciales regionales, los delegados presidenciales provinciales, los gobernadores regionales, los secretarios regionales ministeriales y los embajadores.

También estarán sujetos a las obligaciones que esta ley indica, cualquiera sea su forma de contratación, los jefes de gabinete de las personas individualizadas en el inciso precedente, si los tuvieren; así como las personas que, en razón de su función o cargo, tengan atribuciones decisorias relevantes o influyan decisivamente en quienes tengan dichas atribuciones, y reciban por ello regularmente una remuneración.

Mientras que el artículo 4 indica:

Son también sujetos pasivos de esta ley, aquellas autoridades y funcionarios que se indican a continuación:

1) En la Administración Regional y Comunal: los consejeros regionales, los alcaldes, los concejales, los secretarios ejecutivos de los consejos regionales, los directores de obras municipales y los secretarios municipales.

2) En la Contraloría General de la República: el Contralor General y el Subcontralor General.

3) En el Banco Central: el Presidente, el Vicepresidente y los consejeros.

4) En las Fuerzas Armadas y de Orden y Seguridad Pública: los oficiales generales, el Jefe y Subjefe del Estado Mayor Conjunto y los encargados de las adquisiciones. En este último caso, anualmente y mediante resolución del jefe superior de la institución respectiva, se individualizarán los funcionarios que ocupen dicho cargo.

5) En el Congreso Nacional: los diputados, los senadores, el Secretario General y el Prosecretario de la Cámara de Diputados, el Secretario General y el Prosecretario Tesorero del Senado, y los asesores legislativos que indique anualmente cada parlamentario, en la forma y con el procedimiento que determine la Comisión de Ética y Transparencia Parlamentaria que corresponda.

6) En el Ministerio Público: el Fiscal Nacional y los fiscales regionales.

7) Los consejeros del Consejo de Defensa del Estado, del Consejo Directivo del Servicio Electoral, del Consejo para la Transparencia, del Consejo de Alta Dirección Pública, del Consejo Nacional de Televisión, del Instituto Nacional de Derechos Humanos, los integrantes de los Paneles de Expertos creados en la ley N° 19.940 y en la ley N° 20.378 y del Panel Técnico creado por la ley N° 20.410, sólo en lo que respecta al ejercicio de sus funciones. Asimismo, se considerarán sujetos pasivos de esta ley los integrantes de las Comisiones Evaluadoras formadas en el marco de la ley N° 19.886, sólo en lo que respecta al ejercicio de dichas funciones y mientras integren esas Comisiones, así como también los integrantes del Consejo del Fondo Plurianual para las Capacidades Estratégicas de la Defensa, sólo en lo concerniente al ejercicio de sus funciones.

8) En la Corporación Administrativa del Poder Judicial: su Director.

El Poder Judicial, el Tribunal Constitucional y la Justicia Electoral podrán ejercer la atribución establecida en el inciso anterior, dictando para estos efectos los acuerdos o resoluciones que correspondan, los que deberán publicarse de manera permanente en sus sitios electrónicos. (Artículo 3°. Ley N° 20730. Regula el lobby y las gestiones que

representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios. 2014, Chile.

Artículo 3°).

En Estados Unidos los poderes públicos afectados son: el Poder Legislativo: miembros del Congreso, funcionarios electos de ambas Cámaras y los empleados de los miembros del Congreso, de los comités parlamentarios y de los staffs de los líderes de cualquiera de las dos Cámaras, y el Poder Ejecutivo: el Presidente, el Vicepresidente o cualquier empleado de la Oficina del Presidente, así como cualquier funcionario o empleado de la Administración Pública". (Volpe, 2013: 235).

Para el caso de la Unión Europea, los poderes del Parlamento Europeo a los que se dirige el lobbying son:

Los diputados al Parlamento Europeo son elegidos directamente y representan a los ciudadanos europeos. El Parlamento y el Consejo ejercen la potestad legislativa en igualdad de condiciones, tomando decisiones conjuntas.

El Consejo Europeo es el principal órgano decisorio de la Unión y su función es dotar a la UE de impulso político en cuestiones fundamentales y establecer las prioridades generales de la UE. El Consejo ejerce funciones de orientación política general y de representación exterior, y nombra a los jefes de las altas instituciones constitucionales.

El Consejo de la Unión Europea representa a los gobiernos de cada uno de los Estados miembros, que comparten su Presidencia con carácter rotatorio (con la entrada en vigor del Tratado de Lisboa se estableció la figura del Trío de Presidencias).

La Comisión Europea, o Colegio de Comisarios, representa el interés común de la UE, y es el principal órgano ejecutivo. "Aplica el Derecho de la Unión, supervisa su cumplimiento y ejecuta sus políticas, y a ella corresponde en exclusiva la iniciativa legislativa ante el Parlamento y la Comisión; sus miembros son nombrados por los gobiernos nacionales". (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, España, 2023).

REGISTROS

Cada una de las legislaciones y proyectos, definen las pautas que deben tenerse en cuenta al momento de llevar adelante los registros públicos. En tal sentido se puede diferenciar dos grandes tipos de registros, el de reuniones y el de lobistas. Cada país propondrá uno, otro o ambos para garantizar la transparencia y participación ciudadana.

Registro de reuniones: Consiste en la obligación de los sujetos obligados de registrar y dar a conocer cualquier contacto o reuniones con individuos privados.

Registro de Lobistas: Consiste en un registro en el que deben inscribirse los lobistas para petitionar una reunión con cualquier funcionario público.

En Argentina, el decreto vigente, en el artículo 5 define que: “Cada una de las personas y/o entidades enumeradas en el artículo 2º debe implementar su propio Registro de Audiencias de Gestión de Intereses conforme al modelo que, como Anexo IV, forma parte de la medida”.

El artículo 6 establece el contenido de dicho registro, a saber:

- a) solicitudes de audiencias;*
- b) datos del solicitante;*
- c) intereses que se invocan;*
- d) participantes de la audiencia;*
- e) lugar, fecha, hora y objeto de la reunión;*
- f) síntesis del contenido de la audiencia;*
- g) constancias de las audiencias efectivamente realizadas.*

Mientras que el artículo 7 estipula su publicación: “La información contenida en los Registros de Audiencias de Gestión de Intereses tiene carácter público, debiéndose adoptar los recaudos necesarios a fin de garantizar su libre acceso, actualización diaria y difusión a través de la página de internet del área respectiva”.

También se contempla la excepcionalidad de registrar las audiencias cuando: *“cuando el tema objeto de la audiencia hubiera sido expresamente calificado por Decreto del Poder ejecutivo Nacional o por Ley del Honorable Congreso de la Nación, como información reservada o secreta”* o bien: *“cuando se trate de una presentación escrita de impugnación o de reclamo que se incorpore a un expediente administrativo”*.

La Cámara de Representantes de Colombia, utiliza el registro de agenda de lobistas. Este tipo de registros pueden ser útiles para registrar reuniones con funcionarios que no son sujetos obligados pero que si pueden ser decisores.

En los artículos cuarto y quinto de la Resolución N° MD-2348, se dispone la inscripción gratuita y exige como requisitos para registrarse como cabildero los siguientes:

Solicitud de inscripción o la carta de presentación en los casos en los que represente a un grupo de interés o entidad; nombre completo de quien solicita el registro con los datos de su identificación y ubicación”...; “en caso de estar vinculado a una firma de cabildero de igual manera deberá acreditar la personería jurídica de la entidad. Sin embargo, los cabilderos deberán inscribirse por separado. (Requisitos. Resolución N° MD-2348 de 2011. Cámara de Representantes. Colombia, 2011. Artículo quinto).

Asimismo establece que el trámite es gratuito y una serie de indicaciones sobre plazos de inscripción, vías de comunicación, credenciales, acceso a instalaciones de los miembros de la Cámara de Representantes.

El proyecto regulatorio, que se debate en Brasil, en su artículo primero define que: *“Esta Ley regula la actividad de "lobby" y la actuación de grupos de presión o interés y similares dentro de los órganos y entidades de la Administración Pública Federal y dicta otras disposiciones”* (Do Sr. Carlos Zarattini, Projeto de Lei Nº 1202, DE 2007).

Un aspecto muy interesante que agrega el proyecto de ley de Brasil es lo que indica en el apartado 5 del artículo tercero, en que expresa:

El nombramiento y registro como representantes de las personas que, en los doce meses anteriores a la solicitud, hayan ejercido cargo público efectivo o en una comisión en la que hayan participado, directamente o indirectamente, de la elaboración de la propuesta legislativa objeto de su intervención profesional. (Do Sr. Carlos Zarattini, Projeto de Lei Nº 1202, DE 2007).

Esto como un requisito para poder ejercer la función de lobista y entonces poder registrarse. El registro de lobistas acredita a los mismos para ser recibidos en audiencia pública por los funcionarios de los tres poderes.

Una característica que se destaca de la legislación de Chile y Perú es que los sujetos obligados informan y publican sus reuniones, y al hacerlo declaran al lobista involucrado lo que permite registrar a este último en el registro de lobistas.

El artículo 7° de la Ley 20730 de Chile disponen la creación de registros públicos: “Créanse los siguientes registros de agenda pública en los que deberá incorporarse la información señalada en el artículo 8°”. Los mismos son:

- 1) Los registros a cargo del órgano o servicio al que pertenece el respectivo sujeto pasivo.*
- 2) Un registro a cargo de la Contraloría General de la República, en el que deberá consignarse la información relativa a los sujetos pasivos.*
- 3) Un registro a cargo del Banco Central, en el que deberán incluir la información los sujetos pasivos.*
- 4) Dos registros, cada uno a cargo de las respectivas Comisiones de Ética y Transparencia Parlamentaria, en los que deberá incorporarse la información por los sujetos pasivos.*
- 5) Un registro a cargo del Ministerio Público, en el que deberá incluirse la información por los sujetos pasivos.*

6) Un registro a cargo de la Corporación Administrativa del Poder Judicial, en el que deberá incorporarse la información por el sujeto pasivo. (Ley N° 20730. Regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios. Chile. 2014. Artículo 8°).

Por su parte el artículo 8° establece: “Los registros de agenda pública establecidos en el artículo anterior deberán consignar” y específica, para las audiencias y/o reuniones que tengan como propósito influir en las decisiones públicas, cuales son los requisitos para el registro de las mismas:

“En dichos registros se deberá indicar, en particular, la persona, organización o entidad con quien se sostuvo la audiencia o reunión, a nombre de quién se gestionan dichos intereses particulares, la individualización de los asistentes o personas presentes en la respectiva audiencia o reunión, si se percibe una remuneración por dichas gestiones, el lugar y fecha de su realización y la materia específica tratada”. (Artículo 8°. Ley N° 20730. Regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios. 2014, Chile).

También añade registro de viajes, donativos y regalos y establece un control anual.

El artículo 9° define que: “La información contenida en los registros a que se refiere el artículo 7° será publicada y actualizada, al menos una vez al mes, en los sitios electrónicos a que hace referencia el artículo 7° de la ley N° 20.285, sobre acceso a la información pública. Respecto de los sujetos pasivos..., dicha información se publicará en el sitio electrónico establecido en las normas de transparencia activa que los rijan”.

Por su parte, la Ley N° 28024 de Perú prevé en su artículo 16°, la obligación de los sujetos obligados en el ámbito de aplicación, de:

Cuando tengan comunicación con los gestores de intereses, deben dejar constancia del hecho y el detalle de este en el registro respectivo conforme se establezca en el reglamento de la presente Ley. Los funcionarios pueden contar con asistencia administrativa para cumplir con el registro, lo que no implica el traslado de esta

responsabilidad, la cual es personal e indelegable. Los Funcionarios y Servidores Públicos mencionados en el artículo 5 de la presente ley, están prohibidos de atender actos de gestión de intereses fuera de la sede institucional. Excepcionalmente, los actos de gestión pueden realizarse fuera de la sede institucional siempre que sean programados previamente en la agenda oficial, en cuyo caso debe dejarse constancia del hecho y registrar la gestión conforme al reglamento de la presente ley. (Registro de Visitas en línea y Agendas Oficiales. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. Perú. 2003. Artículo 16.2).

En Perú existe de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), la cual es la entidad encargada de mantener el Registro Público de Gestión de Intereses. “La inscripción en el mismo es obligatoria para quienes quieran realizar estas actividades”...” El número registral dura dos años, posteriormente podrá renovarse conforme lo que disponga el reglamento”. (Espinosa Jácome, 2018).

El registro debe incluir los datos de la persona natural o jurídica que actúa como gestor de intereses; la información sobre la relación jurídica entre el gestor profesional y la persona beneficiada, de ser el caso; la descripción general de las actividades realizadas en este contexto; la identificación de los funcionarios con los que se interactúa en este marco; la constancia de los actos realizados emitida por servidores públicos contactados; y cualquier otra información que dispongan los reglamentos. La SUNARP deberá publicar este registro en las distintas páginas de internet y definir otros mecanismos de difusión para ampliar su alcance. No obstante, no se prevé la obligación de crear un sitio web específico.

El proyecto de ley de Colombia pretende ser similar al de Chile. Lo que plantea en su artículo 5, es:

Créase el Registro Público de Cabilderos (RPC) como el registro electrónico en el que deberán estar inscritos quienes realicen actividades de cabildeo. El RPC será

administrado por la Procuraduría General de la Nación y el suministro de información y su consulta serán gratuitos y actividades de cabildeo.

El RPC contendrá información sobre los cabilderos, cada uno de los cuales contará con un perfil que permita la consulta y asociación de información. La información mínima sobre cabilderos que deberá incluir será: a) Nombre, identificación, domicilio, dirección, teléfono y correo electrónico corporativos. Si el cabildero fuera una persona jurídica deberá incluirse el Certificado de Existencia y Representación Legal.

b) Nombre, identificación, dirección, teléfono y correo electrónico corporativo, así como la descripción general de actividades y áreas de interés de los clientes que represente en la actualidad y los que haya representado con anterioridad a la existencia del registro.

c) Las actividades de cabildeo desplegadas por los cabilderos en relación con cada cliente.

d) Autoridad contactada, fecha del contacto y funcionario(s) público(s) ante quien(es) se ejercieron las actividades de cabildeo.

Asimismo establece que: “La Procuraduría General deberá ofrecer la asesoría y asistencia necesaria para garantizar el fácil y adecuado ingreso y consulta de la información para la utilización del RPC”.

Al RPC, se le suma que:

Las autoridades definidas como sujetos obligados de esta ley deberán suministrar al RPC la información sobre los viajes que realicen, siempre que estos sean financiados por cabilderos o clientes, dentro de los siete (7) días calendario siguiente de haber culminado el viaje. Específicamente, se deberá consignar el destino del viaje, el costo total, la persona jurídica o natural que lo financió y el objeto de este. (Eliecer Guevara, Senado de Colombia. Bogotá 2021).

La Ley N° 28024 de Perú en su artículo 9 indica que:

No podrán ejercer la actividad de gestores de intereses:

- a. Los suspendidos en el ejercicio de la ciudadanía;*
- b. Los funcionarios de la administración pública, durante el ejercicio de sus funciones y hasta 12 (doce) meses después de haberlas concluido, en las materias en que hubieran tenido competencia funcional directa, salvo lo previsto en el segundo párrafo del artículo 3 de la presente Ley;*
- c. Las personas naturales y los representantes de personas jurídicas de derecho privado que participan en forma honoraria en los órganos colegiados de la administración pública;*
- d. Los propietarios y directivos de medios de comunicación nacionales o extranjeros o sus empresas;*
- e. El cónyuge y los parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo grado de afinidad de las personas comprendidas en el inciso b) sólo con relación a materias que tengan competencia funcional directa del funcionario público, o estén bajo su responsabilidad exclusiva de decisión en el ejercicio de su función". (De las incompatibilidades y conflicto de intereses. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Ley N° 28024. Perú. 2003. Artículo 9).*

Por otra parte el proyecto de ley que se debate en Colombia, establece un registro adicional, una lista de los grupos de interés que están involucrados en el proceso de redacción de leyes.

El Parlamento Europeo establece en su reglamento que todo aquel que visite el parlamento más de 5 veces al año para consultar a los diputados deberá registrarse y aceptar un código de conducta.

Registro de lobistas: En 2008, la Comisión lanzó un registro voluntario para inscribir a grupos de presión que tengan contacto con la Comisión. Desde mayo 2021 este registro es obligatorio.

Los representantes de intereses deben indicar el nombre de la organización, el nombre y los datos de la persona responsable, sus objetivos, sus tareas, los ámbitos políticos concretos que les interesan y algunos datos financieros. La comisión evaluará la efectividad del registro después de un año de su introducción. Existen proyectos para introducir un registro único y obligatorio que incluya al Consejo y al Parlamento.

Códigos de conducta: Al registrarse en el registro de la Comisión, los representantes de interés deben aceptar un Código de Conducta. En él se especifican los principios generales, como transparencia, honestidad e integridad, que deben presidir las relaciones entre los representantes de intereses y la Comisión Europea. El Parlamento Europeo contiene, en su reglamento interno, un código de conducta obligatorio para lobistas que se acrediten.

IMPLEMENTACIÓN

La implementación de la regulación del lobbying en los países analizados desde sus inicios presentó algunas dificultades.

En Perú, se puede acceder al listado denominado “Agendas Oficiales” en determinadas reparticiones del estado en el que se detallan ciertas reuniones mantenidas por los sujetos obligados, pero muestra claramente que no son la totalidad de las reuniones. Por ejemplo, para la Superintendencia Nacional de Registros Públicos se accede a la agenda oficial del organismo de las distintas sedes. (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2023). Por otro lado el registro de lobistas parece haber quedado en el tiempo ya que desde el 2018 que no se actualiza habiendo quedado con solo 6 registros. (Listado de Gestión de Intereses, 2018).

El registro creado por la Resolución N° MD-2348 de Colombia, también parece haber quedado obsoleto, ya que no presenta actualizaciones desde el 2018 y en este último informe están registrados poco más de 20 representantes que a su vez estarían vencidos sus registros. (Cámara de Representantes, Colombia. 2023).

El Decreto 1172/2003 de Argentina, establece la implementación de un registro de audiencias. Hoy este instrumento está activo y en él se registran las audiencias que los sujetos

obligados mantienen, pero no cumplen con la premisa de documentar las audiencias de Gestión de Intereses, son más bien un listado de actividades en las agendas de los funcionarios, quien se reúne con otros funcionarios y apuntan el encuentro. Esta metodología trastoca el espíritu del registro, convierte a un instrumento de transparencia en un simple listado de reuniones. (Ministerio del interior. Argentina. 2023).

A pesar de esto, el registro fue utilizado por los medios de comunicación para acceder a ciertos datos ya que quedaron inscriptas las reuniones que los miembros del gobierno argentino tuvieron con la empresa constructora brasileña Odebrecht y los temas tratados en cada una de ellas. (Indart, R. 2017).

En Chile, se encuentra el sitio de internet perteneciente al Consejo de Transparencia (InfoLobby) en la que se observan los registros de: "Sujetos Pasivos, Sujetos Activos (Lobistas), Audiencia, Viajes y Donativos.

A modo de ejemplo en la actualidad InfoLobby contiene 377.901 registros de representados; 556.149 registros de viajes; 51 registros de cargos; 628.041 registros de audiencias; 52.759 registros de donativos; y 112.435 registros de lobistas. Datos hasta abril 2023. (Consejo de la Transparencia. 2023).

En el Senado de México se puede acceder al registro de cabilderos, denominado Padrón de Cabilderos, tanto de personas físicas como morales. (Senado de México. 2023).

En tanto en la Cámara de Diputados de México la implementación del registro de cabilderos muestra los datos de unos 107 cabilderos registrados como personas morales, y unos 164 cabilderos registrados como personas físicas.

Como se observa en los párrafos anteriores la implementación va creciendo y de esta forma está alcanzando un estándar adecuado, esto se puede observar en Chile y en un escalón más abajo Argentina, los niveles de Colombia, Perú y México, aún está por debajo de lo esperado, teniendo en cuenta los años transcurridos desde su creación.

CAPÍTULO CUATRO: ESTADO LEGAL DEL LOBBYING EN ARGENTINA

Desde hace un tiempo se viene discutiendo en Argentina sobre la sanción de una ley de lobbying como herramienta necesaria para lograr mayor transparencia en el funcionamiento del Estado, generar una cultura de la integridad y recuperar así la confianza social en las instituciones públicas.

La regulación del lobbying se ha justificado, primordialmente, en la necesidad de que se conozcan los encuentros que determinados funcionarios públicos mantienen con ciertas personas cuando éstas representan un determinado interés.

Actualmente, como se mencionó en la regulación comparada, la gestión de intereses –o lobbying– está regulada en el decreto 1172/2003 de “Acceso a la Información Pública. El Decreto 1172 contiene cinco reglamentos entre los que se encuentra el de “Publicidad de la Gestión de Intereses” en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional.

Una de las mayores críticas del régimen vigente radica en su escueto ámbito de aplicación no sólo por los órganos administrativos alcanzados por las obligaciones de reporte y registración, sino también por la forma en que la actividad de gestión de intereses debe realizarse (“en modalidad de audiencia”) para ser susceptible de ser informada al público en general.

Además del proyecto de ley, existen en el Congreso de la Nación otras iniciativas presentadas por distintos legisladores:

- 1) Diputada Margarita Stolbizer (GEN) (expte. 2486-D-2016);
- 2) Diputados Ana Carrizo, Mario Barletta, Patricia Giménez y Alejandro Echegaray (UCR) (expte. 2488-D-2016) del 6 de mayo de 2016;
- 3) Diputada María Agustina Cremer de Busti (Unión por Entre Ríos) del 30 de noviembre de 2016 (expte. 8505-D-2016);
- 4) Diputada Graciela Camaño (Federal Unidos por una Nueva Argentina) del 20 de marzo de 2017 (expte. 0914-D-2017).

Estas iniciativas dan cuenta del vacío normativo existente en esta temática y de la coincidencia de distintas fuerzas o agrupaciones políticas para que exista una adecuada reglamentación del lobbying a través de una ley y no mediante un reglamento.

El proyecto de ley define a la gestión de intereses como “toda actividad destinada a influir sobre el proceso de toma de decisiones de quien ejerce una función pública en los términos del art. 1 de la Ley N° 25.188 y sus modificatorias, a favor de un interés propio o ajeno, sea de modo remunerado o gratuito, habitual u ocasional, planificado o incidental” (art. 2, inc. a).

Por ende, el “gestor de intereses” será quien ejerza de manera habitual u ocasional la gestión de intereses (art. 2, inc. b). Esta actividad debe desarrollarse en el marco de determinados principios rectores, que son los siguientes: integridad, igualdad de trato y publicidad de los actos de gobierno (arts. 3 y 9).

El proyecto de ley dispone que el régimen propuesto se aplicará a los diferentes organismos del Estado Nacional (art. 1), detallando concretamente los funcionarios o empleados alcanzados por la normativa atendiendo al ámbito estatal en el cual se desempeñan (art. 6).

Así, se incluyen como sujetos obligados a:

- 1) Miembros del Congreso. Esto es, diputados y senadores y a sus asesores, funcionarios con rango equivalente a director, presidente y auditores generales de la Auditoría General de la Nación, al Defensor del Pueblo y Procurador Penitenciario –;
- 2) Poder Ejecutivo Nacional, incluyendo a los autoridades superiores de los órganos y entes comprendidos en la Administración Pública Nacional centralizada y descentralizada, funcionarios de rango semejante y a sus asesores directos, interventores, empleados que representen al Estado Nacional en las Sociedades del Estado o con participación estatal y sus gerentes, principales funcionarios de las Universidades Nacionales, embajadores o funcionarios de rango semejante y al Síndico General de la Nación u los Síndicos adjuntos;

- 3) Poder Judicial, incluyendo a los magistrados, secretarios y funcionarios de rango semejante, y a los miembros del Consejo de la Magistratura y del Jurado de Enjuiciamiento de Magistrados de la Nación, a los miembros del Tribunal de Enjuiciamiento del Ministerio Público de la Defensa y del Tribunal de Enjuiciamiento del Ministerio Público Fiscal de la Nación.

Como se observa, el ámbito de aplicación del proyecto de ley es más amplio que el del Decreto 1172.

El proyecto de ley establece que las audiencias de gestión de intereses pueden realizarse en forma personal o también mediante videoconferencia (art. 2 inc. d). Asimismo, enuncia que los procesos de toma de decisión sobre los cuales la gestión de intereses es regulada pueden ser el curso y resolución de expedientes administrativos; la elaboración de un anteproyecto o proyecto de ley u otra norma; el procedimiento de contratación de bienes o servicios; la elaboración e implementación de políticas públicas, y el procedimiento para obtener un acuerdo senatorial (art. 4).

El proyecto de ley aclara que no se considera gestión de intereses –y, por ende, no deberían cumplirse con las obligaciones de registración y publicidad allí previstas– a las audiencias solicitadas por personas humanas para asuntos privados, salvo que involucre intereses económicos que afecten el interés público; a las entrevistas laborales y solicitudes de asesoramiento técnico, y a las audiencias solicitadas por funcionarios públicos o diplomáticos extranjeros en ejercicio de sus funciones oficiales (art. 5).

El proyecto de ley no incluye dentro de estas excepciones aquellas situaciones en las que el tema objeto de la audiencia hubiera sido expresa y válidamente calificado como información de contenido reservado o secreto.

La aplicación del régimen de lobbying estará a cargo de las autoridades encargadas de ejecutar la ley 27.275 de “Acceso a la Información Pública”, es decir, la Agencia de Acceso a la Información Pública en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional y los entes que se creen en el ámbito del Congreso, el Poder Judicial, Ministerios Públicos y Consejo de la Magistratura (art. 7). También se

le atribuye a cada autoridad de aplicación facultades para dictar las normas aclaratorias o complementarias necesarias para la aplicación del régimen (art. 12).

Según el proyecto de ley, los sujetos alcanzados por el régimen deben inscribir en el Registro de las Audiencias de Gestión de Intereses aquellas audiencias mantenidas de modo planificado o incidental. En ese registro debe constar, como mínimo, la siguiente información: lugar, fecha y hora de la audiencia, ya sea presencial o remota; nombre de los solicitantes y de los participantes; nombre o razón social del interesado o aclaración si se trató de intereses colectivos o difusos, y síntesis de la audiencia (art. 8).

El proyecto de ley no establece un registro de gestores de intereses o lobistas, como sí está regulado en otros países.

Finalmente, el proyecto de ley establece que los sujetos obligados incumplidores serán sancionados de acuerdo al régimen aplicable por su responsabilidad disciplinaria, administrativa, civil o penal. Asimismo, se prevé el deber de la autoridad de aplicación de notificar los incumplimientos que tome conocimiento y remitirlos a los órganos competentes para ejercer el debido control (art. 11). (Dates y Sama, 2017).

CONCLUSIONES

El presente trabajo monográfico consistente en la revisión de la legislación del lobbying en los distintos países muestra, que la transparencia que intenta instaurar sobre la actividad, no elimina la asimetría entre los diferentes actores de la sociedad civil. Aporta a los controles democráticos, pero no es suficiente. Por ello, la regulación amplia permitiría mejorar la participación como mecanismo democrático.

En el análisis comparado, se ve reflejado que la legislación, registros y su implementación, conlleva críticas y debates, ya que es dispar el cumplimiento de dichas leyes o decretos, sin embargo en todos los casos traen aparejado efectos positivos para la actividad y su legitimidad, aportando mayor transparencia y mayor participación.

Se puede concluir que en todos los marcos normativos se busca proteger tres tipos de derechos: el derecho de acceso a la información que exige la transparencia en las decisiones públicas, el derecho a la participación en la formación de las decisiones y el derecho a la igualdad de oportunidades para representar los propios intereses o los de terceros. (Córdova, D. 2018).

Asimismo es importante destacar que el eje de la regulación del lobbying no es la lucha contra la corrupción ya que si el debate sobre la norma se centra en intentar que la regulación sirva para «descubrir al corrupto», se ha visto que desemboca en el fracaso. Si bien las regulaciones se han centrado más en regular al sujeto obligado del lobbying que en garantizar que las decisiones públicas sean conocidas por el conjunto de la sociedad civil y cuál fue la participación social e igualdad de oportunidades. Los proyectos de ley pueden comenzar a dirigir sus esfuerzos en este sentido.

Por otra parte, la implementación de los distintos registros en los países analizados ha servido para transparentar ciertas decisiones públicas, así como también para incentivar la participación de las asociaciones de la sociedad civil y en cierta medida fomenta la igualdad de oportunidades de influir, de estas organizaciones para con el gobierno de cada país.

Las conclusiones han ayudado a resolver dudas sobre el lobbying como una profesión legalmente reconocida, pero también han abierto otras preguntas no resueltas que pueden dar lugar a futuros análisis.

La falta de un acabado cumplimiento del Decreto 1172, su reducido ámbito de aplicación y la necesidad de mejorar los mecanismos de transparencia y publicidad de los actos estatales hacen necesaria, cuanto menos, una revisión del régimen vigente.

La propuesta del Poder Ejecutivo Nacional para que se sancione una ley de lobbying debe entenderse en el contexto de una serie de medidas que el gobierno viene impulsando para fortalecer el proceso de transparencia de la acción estatal, como por ejemplo: la reglamentación del régimen de obsequios a funcionarios públicos (decreto 1179/2016); la instauración de sistemas de gestión electrónica en contrataciones públicas (decretos 1030 y 1332/2016); y las normas sobre conflictos de intereses (decretos 201 y 202/2017).

Una regulación legal razonable del lobbying redundará en una mejor y mayor eficiencia y racionalidad en la toma de decisiones públicas, más allá de los saludables beneficios que una adecuada publicidad de los actos estatales tiene sobre el funcionamiento de la vida republicana y democrática del país.

REFERENCIAS

- BLANCO, Lorenzo, (2000), *Práctica de Relaciones Públicas. El planeamiento*. Buenos Aires: Editorial Ugerman.
- CASTILLO ESPARCIA, Antonio, (2011), *Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa*. Zamora: Editorial Comunicación Social.
- L'ETANG, Jacquie, (2009), *Relaciones Públicas: Conceptos, Práctica y Crítica*. Barcelona: Editorial UOC.
- WILCOX, Dennis L., Et. Al, (2006), *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Editorial Pearson.
- XIFRA, Jordi, (1998). *El lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas*. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- Xifra, Jordi. (2001). *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*, Madrid: Tecnos
- XIFRA, Jordi, (2003), *Teoría y estructura de las Relaciones Públicas*. España: S.A. McGraw-Hill. Interamericana de España.
- XIFRA, Jordi, (2008), *Las relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Wilcox, D., Cameron G. y Xifra J. (2006). *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas* (8ª edición) Cap. 18. Madrid: Pearson Addison Wesley.
- Sousa Santos, B. y Rodríguez Garavito, C. (2007). *El derecho, la política y lo subalterno en la globalización contrahegemónica*. En B. Sousa Santos. *El derecho y la globalización desde abajo: hacia una legalidad cosmopolita* (pp. 7–27). Cuajimalpa: Anthropos.
- Lilian Aragón Sori, 2022. *La importancia del Lobby en el campo de las Relaciones Públicas*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://master-rrpp.com/la-importancia-del-lobby-en-el-campo-de-las-relaciones-publicas/#:~:text=M%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20contactos,actividad%20del%20lobbista%E2%80%9D%20destaca%20Llorens>

- Gabriel Paez, (2019). Grupo de presión. Economipedia.com.
<https://economipedia.com/definiciones/grupo-de-presion.html>
- Rubio, R. (2007). Los Ciudadanos ¿Protagonistas de la Globalización?.
https://www.academia.edu/5684626/Los_ciudadanos_protagonistas_de_la_globalizaci%C3%B3n_en_El_derecho_en_el_contexto_de_la_globalizaci%C3%B3n_
- European Comission for Democracy Through Law. (2013). Report On The Role Of Extra-Institutional Actors In The Democratic System (Lobbying) adoptado por la Comisión de Venecia en su Sesión Plenaria No.94 (Venecia).
- Asociación Docentes Universitarios Graduados en Relaciones Públicas, (2016). *Selecciones de Relaciones Públicas II*. Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina – ADUGREP.
- Ruiz Mora, I. (2012). *Las relaciones con los públicos y su reflejo en las memorias de Responsabilidad Social*. Revista Internacional de Relaciones Públicas, Vol. II, Nº 4, 173-200. Recuperado el 30 de mayo de 2023.
<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/104>
- Corporate Excellence & Aula de Liderazgo Público, (2012). Asuntos Públicos. Marco Conceptual y Modelo de Gestión. Ranking Global Issues 2012.
- Corporate Excellence & Political Intelligence, (2015). La gestión estratégica de los asuntos públicos. <https://www.corporateexcellence.org/>
- Alejandro Ruiz Balza. 2013. *Lobbying, Influencia y Gestión Comunicacional*. Buenos Aires: Comunicólogos. Recuperado de:
<https://comunicologosblog.blogspot.com/2013/10/lobbying.html>
- Public Affairs Council. (2016). What is Public Affairs?. Recuperado de:
<https://pac.org/news/pamgmt/video-what-is-public-affairs>

- Facundo Etchevere, (2021). *¿Cualquier profesional puede hacer Asuntos Públicos?*
Recuperado de: <https://medium.com/usina/cualquiera-puede-hacer-asuntos-p%C3%BAblicos-a02cc91eeb35>
- Tapia, Ruth. 2004. COMUNICACIONES CORPORATIVAS: LOBBYING. UNIVERSIDAD DE CHILE INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN ESCUELA DE PERIODISMO.
- Julio Mauricio Muñoz Villa, 2013. *SENTIDO Y DEVENIR DEL ESTADO*. Recuperado de: <http://sentidoydevenirdelestado.blogspot.com/2013/07/lobbying-breves-notas-sobre-sus.html>
- Ruiza Balza 2003. *Lobbying*. Buenos Aires: Comunicólogos. Recuperado de: <https://www.comunicologos.com/enciclopedia/t%C3%A9cnicas/lobbying/>
- Pedro H. Serrano Espelta et al (2015). *Práctica de compliance en Latinoamérica: estado actual de la legislación anticorrupción y otras*. Grupo Iberoamericano de la Práctica de Compliance. Bogotá: Brigard & Urrutia Abogados. Autores Editores.
- Congreso de Perú. (2003). Ley N° 28024 que regula la gestión de intereses en la administración pública. Recuperado de: https://www.ana.gob.pe/sites/default/files/archivos/gestion-compartida/ley_28024_0_0.pdf
- Argentina. (2003). Decreto 1172/2003 Acceso a la Información Pública. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1172-2003-90763>
- Argentina, Jefatura de Gabinete de Ministros. (2017). Proyecto de Ley Gestión de Intereses. Recuperado de: <https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/textoCompleto.jsp?exp=2904-D-2019&tipo=LEY>
- Resolución N° MD-2348 de 2011. Cámara de Representantes. Por la cual se establece el registro público de cabilderos para la actuación de grupos de interés en el trámite de las iniciativas legislativas. Colombia. 2011. Recuperado de <http://www.camara.gov.co/participacion-ciudadana/registro-publico-de-cabilderos>

- Colombia, Comisión Primera Cámara de Representantes. (2017). Proyecto de Ley No.296 de 2017. Recuperado de:
<https://www.camara.gov.co/camara/visor?doc=/sites/default/files/2017-12/296%20%20-%2017%20C%20PON%201ER%20DTEcabildeo.docx>
- Brasil. Camara dos Deputados. (2007). Informe de Tramitación Proyecto de Ley 1202/2007. Recuperado de
<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=353631>
- Chile. (2014). Ley 20730 que regula la publicidad en la actividad de lobby y demás gestiones que representen intereses particulares, con el objeto de fortalecer la transparencia y probidad en las relaciones con los órganos del Estado. Id Norma 1060115. Recuperado de : <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1060115>
- Lobbying Disclosure Act, (1995). Recuperado de:
<https://lobbyingdisclosure.house.gov/lda.html#:~:text=To%20provide%20for%20the%20disclosure,SECTION%201>
- Reglamento Cámara de Diputados de México. 2023. *TEXTO VIGENTE Última reforma publicada* DOF 07-03-2023. Recuperado de:
https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/Reg_Diputados.pdf
- Reglamento del Senado de la Republica, (2010). México. Recuperado de:
<https://www.senado.gob.mx/comisiones/cogati/docs/RSR.pdf>
- Córdova, David. (2018). Regulación del lobby en América Latina Entre la transparencia y la participación. Recuperado de:
<https://nuso.org/articulo/regulacion-del-lobby-en-america-latina/>
- Espinosa Jácome, Víctor Augusto La Regulación del Lobbying: Una tarea pendiente en Ecuador. Revista de la Facultad de Jurisprudencia, núm. 4, 2018, Julio-, pp. 53-86 Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.

- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, España, 2023. ¿Qué es la Unión Europea?
<https://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/EspanaUE/es/Organismo/Paginas/Que-es.aspx>
- Indart, R. (2017). Cómo fueron las 23 reuniones de Odebrecht con la gestión K. Recuperado de: <https://www.perfil.com/noticias/politica/como-fueron-las-23-reuniones-de-odebrecht-con-la-gestion-k.phtml>
- Sánchez, C. (2019). *Normas APA – 7ma (séptima) edición*. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/>
- Müller Federico, 2006 Comunicación Integral. PUNTO 6. Recuperado de: <https://www.rrppnet.com.ar/lobby.htm>
- Córdova, D. (2017). Análisis comparado de la regulación del lobby en Iberoamérica: de la transparencia de los intereses en las decisiones públicas (Tesis Doctoral) .Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/40971/1/T38308.pdf>
- Eliecer Guevara, Jorge. 2021. Senado de Colombia. Bogotá. *Proyecto de Ley No. _____ de 2021 “Por medio del cual se regula el ejercicio del cabildeo y se crea el Registro Público de Cabilderos”*- Recuperado de: <http://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos%20de%20ley/2020%20-%202021/PL%20410-21%20Cabildeo.pdf>
- Ley N° 28024. 2020. Ley que regula la gestión de intereses en la administración pública. Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/530446/LEY_N%C2%BA_28024-gestion-intereses.pdf.pdf?v=1582056065
- Gomez Pinzon 2023. Regulación del cabildeo en Colombia. Recuperado de: <https://gomezpinzon.com/regulacion-del-cabildeo-en-colombia/>