

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. UN POCO DE HISTORIA

LOS ORÍGENES

PROFESIONALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

CONSOLIDACIÓN Y RECONOCIMIENTO

2. LOBBY, CONSIDERACIONES PREVIAS

SOBRE LA DEFINICIÓN

SOBRE LA ÉTICA PROFESIONAL

SOBRE LAS PUERTAS GIRATORIAS

SOBRE LA REGULACIÓN

LA REGULACIÓN EN EL ENTORNO OCDE: LECCIONES APRENDIDAS Y BENCHMARK PARA ESPAÑA

La Union Europea

Francia

Irlanda

Chile

PROPUESTAS PARA LA REGULACIÓN

EL LOBBY EN NÚMEROS

3. HERRAMIENTA Y FUNCIONES DEL LOBISTA

CONOCER

INFORMAR

ALINEAR

FLUJO DE INFLUENCIA

4. CLAVES PARA HACER LOBBY

EL LOBBY COMO PALANCA PARA CAMBIAR (O PRESERVAR) EL STATU QUO

EL PROCESO DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y EL LOBBY: ANTICIPACIÓN

POLÍTICOS Y TÉCNICOS: COMPETENCIAS Y ESTRATEGIA SÁNDWICH

TOMA DE DECISIONES. EVIDENCIA CIENTÍFICA SOBRE IDEOLOGÍA

LA POLÍTICA: IDIOSINCRASIA Y ENDOGAMIA

LA FIGURA DEL “CHAMPION”

5. EL LOBISTA

ACTIVIDAD

PERFIL

6. PLAN ESTRATÉGICO DE REPUTACIÓN E INFLUENCIA (PERI)

ANÁLISIS PREVIO Y SOPORTE CONTINUO

Definición de objetivos

Análisis del entorno
Creación de la historia de valor
Gestión de agentes de interés
DISEÑO DE LA ESTRATEGIA
Alianzas
Contenidos
Difusión
EVALUACIÓN

7 CASOS PRÁCTICOS: EL VALOR DE LA ACTIVIDAD DESDE LA EXPERIENCIA DEL LOBISTA

VALOR PARA LAS ORGANIZACIONES

VALOR PARA LOS DECISORES

VALOR PARA LA DEMOCRACIA

8. CONCLUSIONES

EL LOBBY MERECE SU SITIO

CONFIANZA

REPUTACIÓN

FORMACIÓN Y COLEGIACIÓN

BIBLIOGRAFÍA