

ASUNTOS PÚBLICOS

Lobby y diplomacia corporativa

Julio César Herrero y Luis Marañón
Editores



ASUNTOS PÚBLICOS

Lobby y diplomacia corporativa

Julio César Herrero y Luis Marañón
Editores

R. 220937

ÍNDICE

PRÓLOGO. LA PULSIÓN CÍVICA DE INFLUIR EN EL ESPACIO PÚBLICO	11
1. LA DEFENSA Y REPRESENTACIÓN DE INTERESES EN EL ESPACIO PÚBLICO: POLÍTICA, EMPRESA Y SOCIEDAD.....	13
1.1. Definición, alcance y relevancia de los Asuntos Públicos	13
1.2. Los grupos de interés y el ecosistema de los Asuntos Públicos.....	17
1.3. Bibliografía	29
2. ESTRATEGIA APLICADA A LA GESTIÓN DE ASUNTOS PÚBLICOS.....	31
2.1. Concepto de estrategia.....	32
2.2. Principios operativos de la estrategia de asuntos públicos.....	36
2.3. Dimensiones del espacio público de toma de decisiones	38
2.4. La gestión integral de asuntos públicos	41
2.5. La elaboración de la estrategia de asuntos públicos	47
2.6. Bibliografía	55
3. RELACIONES INSTITUCIONALES E INCIDENCIA REGULATORIA	57

3.1. ¿Cómo se toman las decisiones?	57
3.2. Incidencia regulatoria en los diferentes escenarios institucionales: el caso de España.....	66
3.3. Poder Legislativo, Ejecutivo y los entes reguladores.....	73
3.4. El impacto de las decisiones públicas en la empresa: El entorno no-mercado (<i>non-market environment</i>)	76
3.5. Bibliografía	79
4. LA DIPLOMACIA CORPORATIVA Y CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS	81
4.1. Diplomacia corporativa: entre la tradición y la disrupción.....	81
4.2. Un nuevo contexto para el desarrollo de la diplomacia corporativa	84
4.3. Diplomacia corporativa para un mundo con nuevos riesgos y oportunidades.....	89
4.4. Los nuevos entornos públicos y la gestión de las expectativas	99
4.5. Bibliografía	113
5. EL ACTIVISMO DEL CEO Y LAS NUEVAS RELACIONES ENTRE LAS EMPRESAS Y LA SOCIEDAD	115
5.1. Las relaciones empresa y sociedad	116
5.2. El activismo del CEO	127
5.3. Bibliografía	140
6. LAS CAMPAÑAS DE MOVILIZACIÓN Y LAS ACCIONES SOCIALES APLICADAS A LOS ASUNTOS PÚBLICOS	143
6.1. Los movimientos sociales como forma de influencia política.....	143
6.2. Legitimidad democrática.....	145

6.3. Formas de actuación	148
6.4. Elementos y técnicas de movilización social	156
6.5. Bibliografía	167
7. CLAVES DEL ANÁLISIS DE INTELIGENCIA APLICADO A LOS ASUNTOS PÚBLICOS. INTELIGENCIA POLÍTICA Y ECONÓMICA	169
7.1. Inteligencia política	169
7.2. Inteligencia económica	174
7.3. Contrainteligencia política y económica	177
7.4. Bibliografía	179
8. LA COMUNICACIÓN DEL LIDERAZGO PÚBLICO: LÍDERES SOCIALES, POLÍTICOS Y EMPRESARIALES	181
8.1. Liderazgo y poder	181
8.2. El liderazgo como influencia	181
8.3. El liderazgo como relación de poder	183
8.4. El liderazgo como proceso	185
8.5. El liderazgo político	189
8.6. El liderazgo social	197
8.7. El liderazgo empresarial	206
8.8. Bibliografía	209
9. LA ELABORACIÓN DE ARGUMENTOS PARA LA INTERLOCUCIÓN PÚBLICA	213
9.1. La cuestión	213
9.2. El argumento	218
9.3. Las evidencias	225
9.4. El lenguaje	231
9.5. Tipos de argumentos	234

9.6. La refutación	242
9.7. Bibliografía	243
10. LA CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE PERSUASIVO: RECURSOS Y ADAPTACIÓN.....	247
10.1. ¿Cómo funciona la persuasión?	248
10.2. ¿Cómo se prepara una intervención persuasiva? 5 preguntas iniciales	249
10.3. Los elementos de la intervención persuasiva	251
10.4. Seis principios de influencia	257
10.5. Credibilidad, razón y emoción.....	258
10.6. La estructura de una intervención persuasiva.....	262
10.7. Bibliografía.....	266
SOBRE LOS AUTORES	269