

El periodista Antonio López Romero ha presentado su libro digital “El camino del lobby: el caso de Almería”

Antonio López Romero, periodista almeriense afincado en Sevilla, presentó ayer martes el libro digital “El Camino del Lobby: El Caso de Almería”, obra que el mismo autor califica como “un documento para el debate sobre la diferencia existente entre el peso económico de la provincia y su influencia social, en contraste con otros territorios en los que ambos factores aparecen mucho más equilibrados”.

Antonio López Romero fue presentado por el Profesor Titular de Economía Aplicada y Vicedecano de la Facultad de Empresariales Andrés Sánchez Picón, especialista en el mundo agrario y económico de Almería que desarrolla su trabajo en la UAL, y que ha colaborado en esta obra, junto a un nutrido número de profesionales de la empresa y la comunicación. “El libro me parece interesante desde una doble perspectiva; mirando tanto hacia adentro como hacia afuera”, ha destacado el profesor. En este sentido, defendió que “en Almería tendríamos que pensar a largo plazo, con una planificación estratégica, y, por otro lado, habría que cuidar la proyección exterior del modelo de desarrollo almeriense”.

La intervención del autor se centró en la inexistencia de un grupo de presión organizado en Almería como la explicación a ese fenómeno, que condiciona a su vez otras carencias, y ha señalado a la clase empresarial y en especial a la del sector de frutas y hortalizas como la llamada en el futuro a liderar y a ocupar un espacio ocupado por otros líderes de opinión. “El libro es una especie de camino hacia la pregunta ¿se puede formar en Almería un lobby que invierta la situación”, ha explicado López Romero en este sentido. Tampoco la clase política ha quedado al margen de las reflexiones del periodista, pues según éste, los políticos almerienses no han pertenecido a los sectores productivos más importantes de la provincia, hecho que también ha contribuido a la escasa influencia de la misma.

A lo largo de la obra se detallan los orígenes de esta práctica empresarial, su concepto, su regulación legal en muchos países, y se aportan datos del quien es quien de los “lobbies” en España y como actúan, a manera de ejemplo de que esta práctica puede transplantarse a un sector económico líder como el que está implantado en Almería desde los últimos 35-40 años. Según el autor, en muchos países de América del Sur se está regulando el lobby para alejarlo del tráfico de influencias. “En la obra se dan recetas para iniciar este camino”, ha señalado.

Para López Romero Almería no ha aprovechado los Juegos Mediterráneos de 2005 como un escaparate para dar a conocer la provincia. Según el autor, el hecho de que AgrupaEjido sea la única empresa de este sector que aparezca como patrocinadora "dice mucho" acerca del panorama descrito. "Su responsabilidad como empresarios debe ir más allá", señaló.

"Es muy difícil poner las bases para crear una cultura del lobby", ha asegurado el autor. Para ello, según éste, habría que limar asperezas entre empresas y tendrían que darse "negociaciones de despacho", que no existen en Almería.