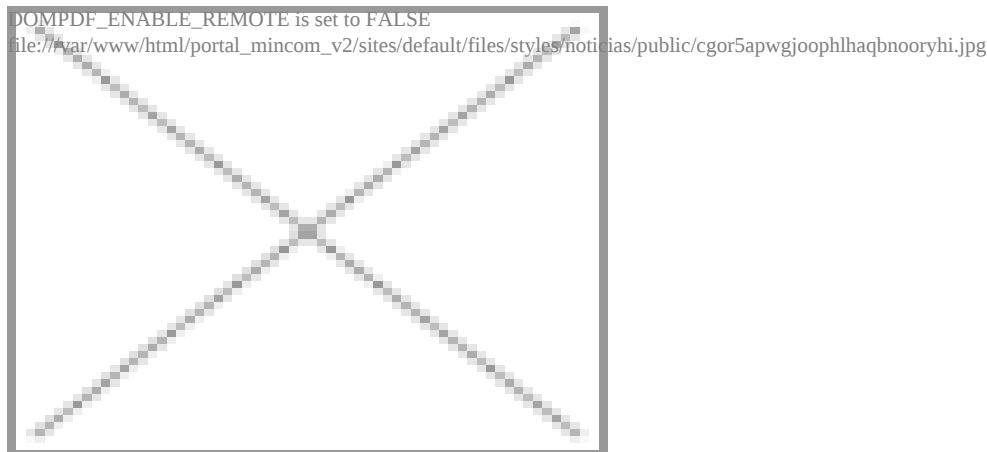




Source:

ComputerWorld

Un análisis realizado por Observatorio Corporativo Europeo y LobbyControl, basado en el Registro de Transparencia de la UE, muestra que la industria tecnológica está aumentando aún más su poder, elevando sus gastos en 'lobbying' casi en un 34% en apenas dos años: de 113 millones de euros en 2023 a 151 millones en la actualidad.

El ordenamiento jurídico digital de la UE se encuentra bajo una presión sin precedentes por parte de la Administración Trump y una ola de desregulación interna. Es la conclusión a la que llega un análisis realizado por el Observatorio Corporativo Europeo (CEO por sus siglas en inglés), grupo de investigación que trabaja para sacar a la luz y cuestionar el acceso privilegiado y la influencia que disfrutaban las empresas y sus grupos de presión en la elaboración de políticas de la UE y la ONG alemana LobbyControl, basado en el Registro de Transparencia de la UE.

Esto, tal y como se puede leer en el mencionado informe, “explica que el gasto en lobbying —actividad consistente en influir en la toma de decisiones de las instituciones públicas o gobiernos en favor de un interés específico—, de la industria digital ha pasado de 113 millones de euros en 2023 a 151 millones de euros anuales en la actualidad, lo que supone un aumento del 33,6% en solo dos años. Este aumento es aún más pronunciado si se compara con 2021, cuando se evaluó por primera vez la potencia de la industria tecnológica, que creció un 55,6% en sólo cuatro años”.

Lo queda claro de estas cifras es que el poder de presión de las grandes tecnológicas no hace más que afianzar su control sobre aspectos clave de la sociedad, desde la información que consume la gente hasta la infraestructura digital de la que dependemos.

Según explica Alberto Bellé, analista principal de Foundry, a COMPUTERWORLD, “el lobby es el nuevo marketing de las tecnológicas. Éstas han aprendido que tan importante es desarrollar un producto como crear las condiciones para que se utilice. En suma, el lobby se ha convertido en su forma más sofisticada de marketing, dirigido al legislador. Es un marketing invisible, que no vemos en anuncios ni en campañas, sino en los resultados”.

El informe refleja lo ocurrido el último año. De él se extrae que “los grupos de presión de la industria tecnológica han utilizado sus presupuestos para impulsar de manera agresiva la desregulación del reglamento digital de la UE. Tan intensa está siendo la batalla que ya se refleja en el hecho de que las grandes tecnológicas soportan de media más de una reunión de presión al día con funcionarios de la Comisión Europea”.

Lo peor es que esta ofensiva de presión parece estar dando sus frutos. Recientemente, distintos responsables políticos han pedido una pausa en la Ley de Inteligencia Artificial, así como también hay una campaña concertada para debilitar los derechos de protección de datos de las personas en virtud del RGPD (Reglamento General de Protección de Datos). Además, la Ley de Mercados Digitales (DMA) y la Ley de Servicios Digitales (DSA) de la UE están siendo constantemente cuestionadas por las grandes empresas tecnológicas, incluso a través de la administración Trump.

Es más, lo que podría quedar en nada con la puesta de juego de estas normas fundamentales es la década de avances en materia de derechos digitales. Por lo que desde el CEO se pide “seguir adelante con esta “oportunidad política que las grandes empresas tecnológicas han estado esperando y preparando”.

El valor de las cifras

Las cifras recopiladas y analizadas por CEO y LobbyControl revelan dos tendencias notables en comparación con el estudio anterior de hace dos años. En primer lugar, el gasto se concentra en las grandes empresas tecnológicas, que han aumentado aún más sus presupuestos. “Sólo diez empresas son responsables de 49 millones de euros en gastos, frente a los 40 millones de hace dos años, lo que representa un tercio del gasto total en lobbying de la industria tecnológica. Como en años anteriores, las grandes empresas tecnológicas estadounidenses lideran el gasto en lobbying en Europa”, se explica en el informe.

Como ejemplo, se destaca que las empresas que han aumentado de manera más notable sus presupuestos son Amazon (en más de 4,2 millones de euros), Microsoft y Meta (ambas en más de 2 millones de euros) y el grupo de presión empresarial DigitalEurope (en más de 1,2 millones de euros), que cuenta con muchas de las mismas grandes empresas tecnológicas como miembros.

A esto hay que añadir la gran cantidad de recién llegados a Bruselas desde 2023 con el claro propósito de ejercer presión sobre las instituciones. “Mientras que hace dos años 565 empresas y asociaciones digitales influían en los responsables de la toma de decisiones de la UE, ahora este número ha aumentado a 733 actores del sector digital”.

Este aumento se explica, en parte, por una mayor presencia de la industria de la IA, con empresas como OpenAI, Anthropic, Mistral AI y Aleph Alpha que se han establecido en Bruselas. El Código de prácticas de IA de uso general también ha dado lugar a una feroz batalla de presión en la que han participado cientos de empresas en el proceso de redacción. Por último, el refuerzo de las normas de transparencia de la UE en diciembre de 2024, que exige a las empresas registrarse también si quieren reunirse con funcionarios de nivel medio de la Comisión, es lo que podría haber llevado a que más compañías se inscriban en el registro de grupos de presión de la UE.

La tecnología supera a otros ‘lobbies’ corporativos

La influencia financiera de las grandes empresas tecnológicas a la hora de invertir en acceso político no tiene parangón según se apunta en el informe, ya que su poder de presión eclipsa al de cualquier otro sector. En este sentido, Meta es la empresa que más gasta en lobbying en la UE. 10 millones de euros invierte en ello. Cabe destacar que cinco de las seis empresas que más gastan en lobbying en Europa son tecnológicas.

Como comparación, las diez principales empresas digitales gastan tres veces más que las diez que más gastan en las industrias farmacéutica, financiera y automovilística, y el doble que el sector energético.

¡Que vienen los ‘lobistas’ tecnológicos!

El aumento del gasto también se traduce en un aumento del número de lobistas. Mientras que el sector digital empleaba a 699 lobistas a tiempo completo en 2023, esta cifra ha aumentado ahora a 890. En consecuencia, ahora mismo hay más lobistas a tiempo completo que influyen en las políticas digitales de la UE que diputados en el Parlamento Europeo. “De ellos, 437 tienen acreditaciones que les otorgan un acceso casi ilimitado al Parlamento Europeo”, apunta el informe.

De todas formas, el Parlamento Europeo ha comenzado a imponer algunas normas sobre el uso de estas acreditaciones tras una serie de escándalos de corrupción de alto nivel relacionados, en parte o en su totalidad, con la industria tecnológica.

Si hemos de clasificar a los lobistas por la cantidad de pases en su poder de acceso al Parlamento, en primer lugar estaría DigitalEurope con 27 pases de lobby, seguida de Google (16), Microsoft (11) y de la asociación de lobby de telecomunicaciones GSMA Europe (10).

Más de una reunión al día

Más allá de la presión política y el peso que las amenazas de la administración Trump están ejerciendo sobre el enfoque de la UE respecto a las grandes tecnológicas, el continente ahora mismo está inmerso en una frenética desregulación en la que las prioridades de las empresas dominan cada vez más la agenda.

“Con todo, las grandes tecnológicas quieren aumentar aún más su nivel de influencia política sobre la política digital. Como dato, el sector digital no solo cuenta con los mayores presupuestos para lobbying y un gran número de lobistas, sino que también tiene un increíble nivel de acceso a las instituciones”, se detalla en el informe.

Los datos hablan por sí solos: entre enero y junio de 2025, las grandes tecnológicas se han reunido con altos cargos de la Comisión Europea en 146 ocasiones, lo que supone una media de más de una reunión (1,17) por cada día laborable. Amazon ha sido la que más reuniones ha mantenido (43), seguida de Microsoft (36), Google (35), Apple (29) y Meta (27).

“El tema sobre el que más se ha presionado en la primera mitad de 2025 ha sido, con diferencia, la inteligencia artificial, con 58 reuniones de la Comisión Europea en las que se ha mencionado el tema (el 40% de todas las reuniones). El Código de prácticas sobre la IA de uso general fue un tema que suscitó un intenso cabildeo. Otros temas destacados fueron la implantación de centros de datos y servicios en la nube (23 reuniones), la Ley de Servicios Digitales (17 reuniones), la próxima Ley de Equidad Digital (16 reuniones) y la Ley de Mercados Digitales (16 reuniones)”.

La cosa no acaba ahí: las grandes empresas tecnológicas también han intentado ejercer su influencia en el Parlamento Europeo, con un total de 232 reuniones con eurodiputados durante los primeros seis meses de 2025. Es decir, una media de casi dos reuniones (1,87) por día laborable. Meta encabeza la lista con 63 reuniones, seguida de Amazon (49), Google (47), Apple (47) y Microsoft (34).

Como curiosidad, el informe cita los diputados que con más frecuencia se han reunido con los grupos de presión de las grandes tecnológicas durante ese periodo, pues todos pertenecían al Partido Popular Europeo (PPE): Jörgen Warborn (7 reuniones), Aura Salla (6) y Pablo Arias Echeverría (5). “Las numerosas reuniones mantenidas por Aura Salla con las grandes tecnológicas son especialmente notables, teniendo en cuenta que ella misma fue lobista de Meta y ha sido criticada por repetir las posiciones de la industria”, menciona el informe al respecto.

“Además, es digno de mención —y decepcionante— que los eurodiputados sigan reuniéndose con los lobistas de Amazon, a pesar de que se les retiraron las acreditaciones en febrero de 2024 después de que la empresa se negara a asistir a una audiencia parlamentaria sobre las condiciones de trabajo en sus almacenes”, prosigue el informe.

Corren buenos tiempos para los ‘lobistas’

En los últimos años, ha quedado claro que las grandes empresas tecnológicas se apoyan en una amplia red de lobby para reforzar sus mensajes a nivel de la UE. “Desde empresas de lobby hasta grupos de presión, think tanks y consultoras económicas —destaca el informe—, financiar y apoyar a terceros para que se hagan eco de sus mensajes es una piedra angular de su estrategia de influencia”. Y es que, el aumento del gasto ha llevado a las grandes empresas tecnológicas a reforzar esta red para mantener y ampliar su poder monopolístico.

Valga como dato que el gasto combinado en consultorías ha alcanzado ahora más de 9 millones de euros al año, lo que supone una enorme ventaja para las empresas de cabildeo, las consultoras económicas y las agencias de relaciones públicas. Amazon es la que más gasta, con un total de 2,84 millones de euros, seguida de Apple con 2,3 millones y Meta con 1,5 millones, según se detalla en el informe.

“Del mismo modo, los think tanks desempeñan un papel clave en la red de organizaciones terceras de las grandes tecnológicas para amplificar su narrativa e influir en la agenda política”, prosigue.

Otro de los puntos en los que incide el informe en este sentido es el aumento en el número de instituciones que reciben su apoyo en comparación con 2021. Si antes Google y Meta destacaban por el número de think tanks que patrocinaban, esta práctica ha ganado adeptos entre otras grandes tecnológicas. Por ejemplo, Bruegel, el Centro para la Reforma Europea, el Centro de Estudios Políticos Europeos (CEPS) y el Centro de Regulación en Europa (CERRE) reciben ahora financiación de las cinco grandes empresas tecnológicas. “Y eso que, lamentablemente, los detalles sobre el nivel de financiación de los think tanks por parte de las grandes tecnológicas no son públicos”, recuerdan Corporate Europe Observatory y LobbyControl en el informe.

No obstante, Alberto Bellé es de la opinión de que “igual que se regula la publicidad, hay que vigilar el lobby”. En su opinión, éste “es legal, y funciona desde hace muchos años en Bruselas, no es una cuestión de abolirlo sino de regularlo. Así como la publicidad está obligada a identificar al anunciante, a no ocultar el patrocinio y a cumplir normas de veracidad, el lobby tiene que someterse a reglas, no puede operar desde la opacidad”. Y es que, a su juicio, “el principal riesgo es que los ciudadanos pierdan la confianza en las instituciones europeas”.

La ola de desregulación refuerza los monopolios tecnológicos y amenaza los derechos digitales

Corporate Europe Observatory y LobbyControl destacan que el fuerte aumento del gasto en lobbying de la industria tecnológica supone un importante incremento de su poder justo en un momento en que el reglamento digital de la UE se encuentra bajo una intensa presión política tanto interna como externa.

Si bien la Comisión Von der Leyen I aprobó una legislación destinada a frenar los peores excesos del tóxico modelo de negocio de las grandes tecnológicas y a reducir su poder monopolístico, ese legado está ahora en peligro.

Lo preocupante es que las grandes tecnológicas han conseguido convertir en arma al Gobierno de Estados Unidos para que se oponga con firmeza a las normas digitales de la UE. En enero, el director ejecutivo de Meta, Mark Zuckerberg, calificó la Ley de Servicios Digitales de “censura”; “y en la Conferencia de Seguridad de Múnich, celebrada en febrero, el vicepresidente JD Vance se hizo eco de esas declaraciones, afirmando que “en Europa la libertad de expresión está en retroceso”, recuerda el informe.

En febrero, la Administración Trump aprobó una orden ejecutiva que amenazaba con imponer aranceles a los Gobiernos extranjeros en respuesta a los impuestos o multas a las grandes tecnológicas. Y en agosto, el secretario de Estado estadounidense, Marco Rubio, instruyó a los diplomáticos para que socavaran la Ley de Servicios Digitales de la UE.

Al mismo tiempo, la ola de desregulación interna de la UE ha abierto la puerta al debilitamiento de la regulación digital. El asesor de la Comisión, Mario Draghi, ha cuestionado el Reglamento sobre protección de datos y la Ley de IA, aprovechando una falsa disyuntiva entre regulación e innovación. “Este enfoque, basado en gran medida en los argumentos de la industria, corre el riesgo de consolidar aún más la posición monopolística de las grandes empresas tecnológicas”, precisa el informe.

Como era de esperar, las grandes empresas tecnológicas se han sumado rápidamente a la nueva ola desreguladora en Bruselas. Mientras que Apple exigió recientemente que se eliminara la Ley de Mercados Digitales, el grupo de presión de las grandes tecnológicas, la Asociación de la Industria Informática y de las Comunicaciones (CCIA), ha pedido una pausa en la aplicación de la Ley de IA.

A finales de este año, la Comisión Europea presentará su Paquete Ómnibus Digital, una serie de enmiendas a las leyes digitales destinadas a hacerlas más “favorables a la innovación”. La próxima legislación, como la Ley de Equidad Digital —que tiene por objeto combatir el diseño adictivo de las plataformas tecnológicas y el uso de patrones oscuros—, ya está sometida a una fuerte presión de los grupos de presión para que se elimine por completo, incluso cuando la Organización Mundial de la Salud advierte que la adicción a Internet está aumentando.

En consecuencia, “la ola de desregulación autóctona en Europa, la agresiva presión de la administración Trump y el aumento exponencial del gasto en lobbying por parte de la industria tecnológica son una mezcla tóxica que amenaza años de progreso en la regulación de Internet y el control del poder monopolístico de las grandes tecnológicas. En lugar de promover la desregulación, la Comisión debería proteger el interés público frente a la influencia de estas empresas y reforzar la aplicación de su actual estrategia digital”, concluye el informe.

A lo que Alberto Bellé aporta esta reflexión para tener en cuenta: “Europa es muy rigurosa en materia de residuos o emisiones, para las empresas y sector primario europeo. En el terreno digital, si regula con suavidad, corre el riesgo de favorecer a los gigantes americanos. Los ciudadanos y empresas europeos pueden experimentar una desventaja competitiva: sufren más coste regulatorio, mientras actores extranjeros con más capacidad de lobby obtienen una regulación más favorable”.

Disponible en;

<https://www.computerworld.es/article/4083792/los-presupuestos-de-los-gru...> [1]

Links

[1] <https://www.computerworld.es/article/4083792/los-presupuestos-de-los-grupos-de-presion-de-las-grandes-tecnologicas-alcanzan-niveles-record.html>