

Índice General

	<i>Página</i>
PRÓLOGO	19
INTRODUCCIÓN	21

PARTE PRIMERA: LA GESTIÓN

CAPÍTULO 1

LEY Y FORMALIDADES	27
--------------------------	----

CAPÍTULO 2

LAS PERSONAS	31
2.1. El director	31
2.2. El equipo	34
2.3. La profesionalización	37

CAPÍTULO 3

LA COMUNICACIÓN	41
3.1. La comunicación interna	42
3.2. La comunicación externa	46

CAPÍTULO 4	
EL PRESUPUESTO	51
CAPÍTULO 5	
LOS ASOCIADOS	59
5.1. Captación de asociados	60
5.2. Retención de asociados	63
5.3. Fidelización	67
CAPÍTULO 6	
ESTRATEGIA	71
CAPÍTULO 7	
CÓMO CONSEGUIR LA UNIDAD INTERNA	75
CAPÍTULO 8	
LA GOBERNANZA	79
CAPÍTULO 9	
LAS REUNIONES	89
CAPÍTULO 10	
«INTRA ASOCIACIONISMO»	97
CAPÍTULO 11	
LA GESTIÓN DE LAS CRISIS	103

PARTE SEGUNDA: EL LOBBY

CAPÍTULO 12	
EL ORIGEN DEL TÉRMINO	111
CAPÍTULO 13	
DEFINICIÓN DE LOBBY	113
CAPÍTULO 14	
LO QUE NO ES LOBBY	115
CAPÍTULO 15	
REGULACIÓN	117
CAPÍTULO 16	
EL LOBBY EN EL ASOCIACIONISMO DE EMPRESA FAMILIAR	121
CAPÍTULO 17	
TIPOS Y ACTORES	125
CAPÍTULO 18	
FASES Y HERRAMIENTAS EFECTIVAS	129
CAPÍTULO 19	
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	137
CAPÍTULO 20	
EMPRESA FAMILIAR DE CASTILLA Y LEÓN: ALGUNOS CASOS PRÁCTICOS	141
CONCLUSIONES	151

	<i><u>Página</u></i>
ANEXOS	153
BIBLIOGRAFÍA INSPIRADORA	165
LINKS DE INTERÉS	167
EPÍLOGO	169