



V ESTUDO SOBRE AS RELAÇÕES EMPRESA-GOVERNO EM PORTUGAL, ESPANHA E NA AMÉRICA LATINA

Dezembro, 2014

d+i LLORENTE & CUENCA

Com a colaboração de:



ÍNDICE

Introdução	4
Metodologia	5
Resumo executivo	7
Confiança nas instituições e a situação económica	11
Confiança na economia	22
As relações empresa-governo	25
Medidas perante a situação económica	33
A Liderança na América Latina, Espanha e Portugal	41
Autores do estudo	46
LLORENTE & CUENCA	50



Introdução

d+i LLORENTE & CUENCA, o Centro de Ideias, Análise e Tendências da Consultora LLORENTE & CUENCA, em conjunto com a Inmark Estudos e Estratégias, e com a colaboração em Espanha da APD, apresentam a 5ª edição do Estudo sobre as Relações Empresa-Governo em Portugal, Espanha e na América Latina.

Neste estudo, continuamos a aprofundar a análise das relações existentes entre as empresas e o governo em nove países da América Latina, em Espanha e em Portugal. Mostramos a perceção dos empresários e gestores de cada país sobre os temas que afetam o desenvolvimento económico atual, e contrastamo-la com a opinião dos políticos sobre o seu próprio papel e o papel das empresas na economia. Apresentamos conclusões relativas a cada um dos países analisados no estudo, ao contexto em que estão situados e, como elemento de comparação, ao conjunto dos outros países analisados.

Nesta quinta edição incluímos um novo país (República Dominicana), mantemos as três secções de análise das edições anteriores (relações empresa-governo, medidas de atuação e liderança), e incorporamos um novo tópico, sobre a confiança dos inquiridos na evolução da economia, assim como nas principais instituições do país.

O projeto de pesquisa foi dirigido pela equipa técnica da Inmark Estudos e Estratégias, coordenado por Manuel López Hernández, presidente da Empresa.

A LLORENTE & CUENCA agradece a todos os participantes o esforço e a dedicação revelados nesta pesquisa.

Metodologia

O universo do estudo é constituído, por um lado, pelos altos directivos de empresas que integram o tecido empresarial de cada um dos países e, por outro, pelos políticos dos onze países incluídos nesta pesquisa.

Territorialmente, estudaram-se as relações entre as empresas e o governo em nove países latino-americanos: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Panamá, Peru e República Dominicana (que agrupamos sob a denominação de América Latina), e em Espanha e Portugal (agrupamento que denominamos de Península Ibérica).

A metodologia utilizada foi de carácter quantitativo, mediante a realização de uma pesquisa estatística, utilizando como técnica de recolha de informação a sondagem online¹ (em Espanha através da plataforma da Inmark Estudos e Estratégias).

Como suporte de recolha de informação foram usados dois questionários de estrutura idêntica, adaptando os textos ao tipo de interlocutor (empresários ou políticos).

Para o desenvolvimento do trabalho de campo elaboraram-se diretórios de email nos diferentes países, utilizando para isso as bases de dados internas da LLORENTE & CUENCA, da Inmark Estudos e Estratégias e da APD, complementadas com a aquisição de diretórios de empresas especializadas e a colaboração de diferentes parceiros em cada um dos países onde realizámos a pesquisa.

A pesquisa é composta por 2.522 entrevistas, das quais 2.187 são respostas de empresários e 335 de políticos. Este valor representa uma margem máxima de erro para as distribuições gerais de $\pm 1,99\%$ ($\pm 2,14\%$, no caso das respostas de empresários, e de $\pm 5,46\%$ na sondagem a políticos), trabalhando com um nível de confiança de 95,5% e no caso mais desfavorável que $p=q=50$.

O gráfico seguinte apresenta a distribuição da amostra realizada em cada país.

Uma vez finalizado o estudo, e antes do tratamento da informação, procedeu-se à calibragem da amostra, a fim de dar a cada país o peso que tem no conjunto da comunidade estudada e, ao mesmo tempo, corrigir os desequilíbrios decorrentes da conceção da amostra. O critério de ponderação utilizado foi o PIB (Purchasing Power Parity²), seguindo os critérios assinalados no quadro seguinte.

De seguida indicam-se as características das empresas representadas na amostra, com dois níveis de segmentação: segundo o contexto geográfico (América Latina e Península Ibérica) e segundo o conjunto total (comunidade latino-americana).

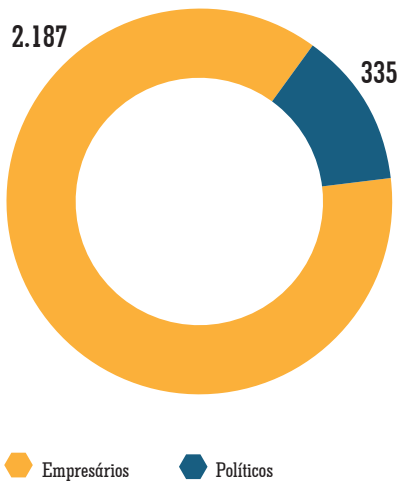
¹ Em alguns casos, quer pela complexidade no contato, quer pelo pedido expresso de alguns entrevistados, complementou-se a ficha técnica com entrevistas telefónicas ou pessoais.

² A paridade cambial é o valor da soma de todos os bens e serviços produzidos no país, valorizado a preços dos Estados Unidos no ano visado.

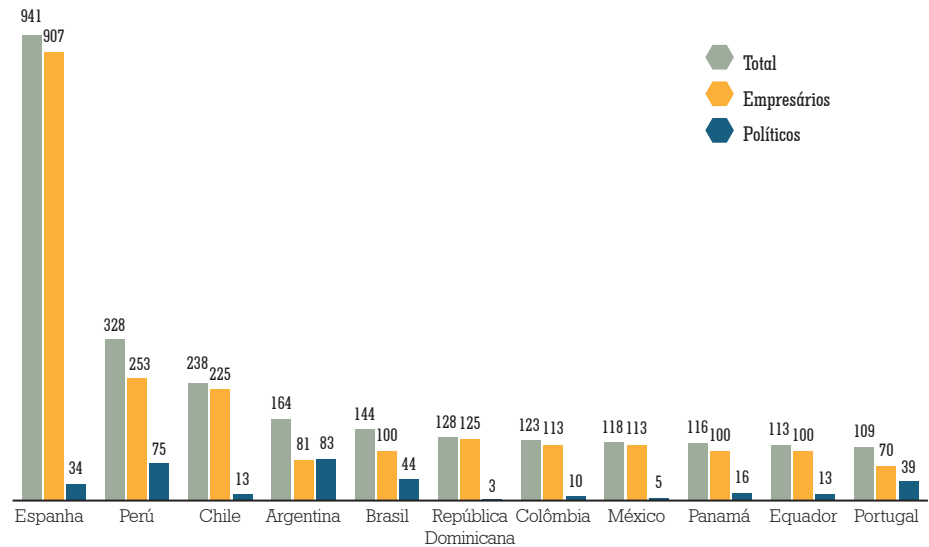
PAÍSES	ENTREVISTAS REALIZADAS	PIB (PPP) 2013 (MILHÕES DE \$)*	DISTRIBUIÇÃO PROPORCIONAL PIB	PONDERAÇÃO	MARGEM DE ERRO
ARGENTINA	164	771.000	237	1.447617	7.81
BRASIL	144	2.416.000	744	5.166276	8.33
COLÔMBIA	123	335.400	103	0.839655	9.02
CHILE	238	526.500	162	0.681184	6.48
EQUADOR	113	157.600	49	0.429458	9.41
ESPAÑA	941	1.389.000	428	0.454523	3.26
MÉXICO	118	1.845.000	568	4.814570	9.21
PANAMÁ	116	61.540	19	0.163359	9.28
PERÚ	328	344.000	106	0.322944	5.52
PORTUGAL	109	243.300	75	0.687320	9.58
REPÚBLICA DOMINICANA	128	101.000	31	0.242971	8.84
TOTAL	2.522	8.190.340	2.522	1.000000	1.99

* Fonte: The World Facebook. CIA. (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>)

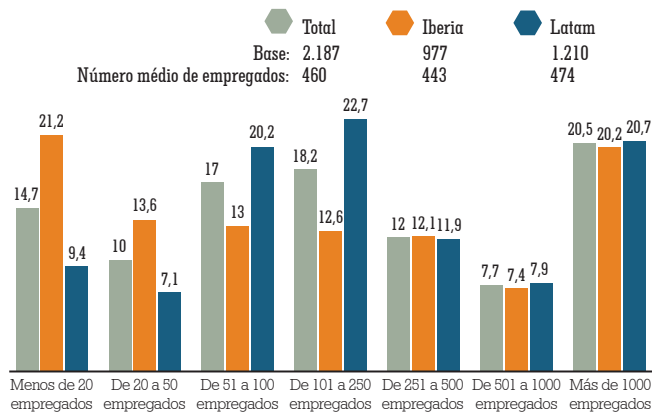
Interlocutores (nº de entrevistas)



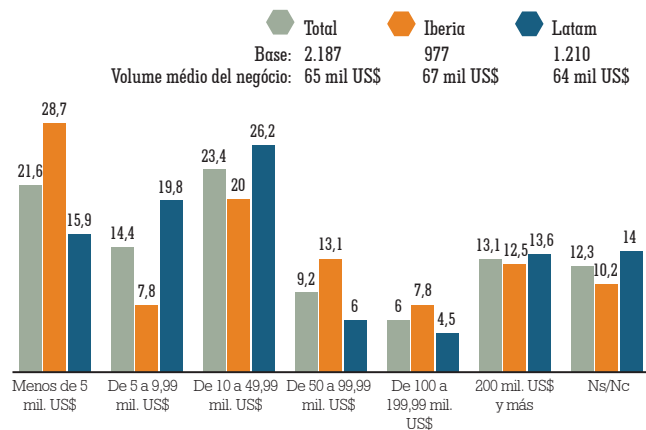
País (nº de entrevistas)



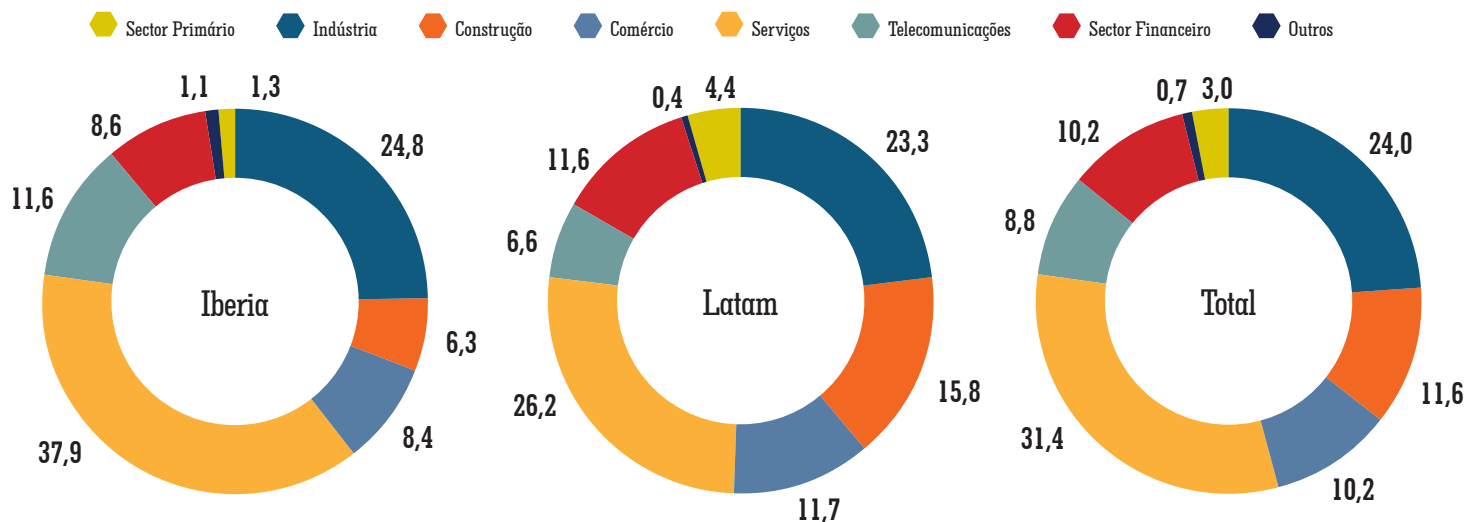
Número de empregados



Volume de negócios em 2013



Área de atividade da empresa



Resumo executivo

CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E NA EVOLUÇÃO DA ECONOMIA

O nível de confiança atual de empresários e políticos nas instituições é moderadamente baixo, embora apresente algumas variações entre as duas zonas estudadas (América Latina e Península Ibérica) e entre as instituições públicas e privadas.

Os empresários da América Latina mostram maior confiança nas suas instituições que os seus pares da Península Ibérica, também superior à declarada pelos políticos latino-americanos. Os empresários ibéricos, por seu lado, são mais críticos em relação ao sistema institucional atual do que os seus políticos. Em geral, o índice de confiança de todos os grupos estudados é inferior ao nível de aprovação (que é de 3, numa escala de 1 a 5).

As instituições privadas (bancos, meios de comunicação, sindicatos, organizações empresariais) suscitam, em geral, maior confiança do que as instituições públicas (governo, partidos políticos, justiça, forças armadas), entre os empresários da América Latina. Os empresários da zona Ibérica, assim como os políticos das duas regiões, confiam mais nas instituições públicas que nas privadas.

Os bancos (sistema financeiro) são as instituições que geram maior confiança entre os empresários da América Latina (a seguir às suas próprias organizações empresariais), sendo as forças armadas a instituição em que os empresários ibéricos mais confiam. Por seu lado, os políticos de ambas as zonas depositam maior confiança nas forças armadas do seu país.

As instituições que menos confiança geram entre os empresários da América Latina são, por esta ordem: os partidos políticos, os sindicatos, o governo e a justiça. Na Península Ibérica, as instituições que têm as piores posições são: os sindicatos, os partidos políticos, os meios de comunicação e os bancos. Por seu lado, os políticos da América Latina referem ter fraca confiança nos sindicatos, nos próprios partidos políticos, nos meios de comunicação e nos bancos. Os políticos de Espanha e Portugal coincidem com as descrições anteriores, embora passem para a quarta posição os partidos políticos.

Destaca-se a grande diferença na valorização do sistema financeiro entre os empresários da América Latina e os da Península Ibérica (médias de 3,53 e de 2,42, respetivamente), assim como o contraste entre a valorização que os empresários fazem dos meios de comunicação entre uma zona e a outra (3,19, e 2,42). Pelo contrário, a justiça suscita mais confiança aos empresários ibéricos que aos latino-americanos (embora com uma diferença menor, de 2,64 na Península Ibérica face a 2,37 na América Latina, nos dois casos abaixo do nível de aprovação). Os políticos de ambas as zonas, no entanto, coincidem na valorização das instituições.

Por outro lado, a perceção que os empresários e os políticos têm sobre a situação económica atual apresenta também diferenças entre as duas regiões, já que a perspetiva atual na América Latina é negativa, enquanto nos países ibéricos (Espanha e Portugal) predomina uma visão mais otimista.

No entanto, na América Latina, os empresários são mais positivos do que os políticos dos respetivos países, não mencionando uma deterioração tão acentuada da economia como os representantes públicos. Na Península Ibérica existe uma maior coincidência entre aquilo que os empresários e os políticos pensam sobre a melhoria económica registada na sua região.

Em qualquer caso, dada a amplitude e a diversidade territorial da América Latina, existem também diferentes visões da situação económica atual. Assim, na Colômbia os empresários consideram que a economia está a melhorar, enquanto no Chile, na Argentina ou no Peru a ideia é de um claro retrocesso. Nos restantes países da América Latina, domina a sensação de estabilidade. Ainda na América Latina, mas em relação ao futuro, os empresários são também mais otimistas do que os políticos. Pode justificar este resultado o facto dos empresários considerarem que não irão ocorrer grandes mudanças na economia (56,5%), ao passo que os políticos têm uma visão muito mais pessimista (40,7% acredita que virá a piorar). Os países em que se teme um maior retrocesso económico são o Chile, a Argentina e o Brasil, as maiores economias da região.

Em Espanha e Portugal, empresários e políticos estão mais alinhados em relação às boas expectativas da sua economia a curto prazo, embora os empresários estejam também aqui mais otimistas: 65,6% acredita que a economia melhorará nos próximos meses, uma opinião que é partilhada por 49,7% dos políticos na Península Ibérica.

AS RELAÇÕES EMPRESAS-GOVERNO

Ainda que, em termos gerais, os políticos estejam habitualmente mais satisfeitos sobre o nível das relações entre as empresas e o governo do que os empresários, a opinião global mostra a necessidade de estas relações serem muito mais fluídas do que são atualmente.

Existe um evidente clima de desconfiança entre as empresas e o poder público, a colaboração entre o poder público e a atividade empresarial é considerada reduzida e, como resultado, a capacidade de influência das empresas no desenvolvimento das políticas económicas está muito limitada.

Os empresários da Península Ibérica expressam uma posição mais crítica em relação ao governo do que os seus pares latino-americanos, mostrando-se mais insatisfeitos com o contacto que mantêm com o executivo do seu país, com a colaboração do governo com a atividade empresarial e com a contribuição da política externa para o desenvolvimento das empresas, sempre em níveis inferiores ao nível de aprovação.

Mas o maior sintoma de que existem problemas na relação entre estes dois fatores básicos da economia, tanto na América Latina como na Península Ibérica, é a fraca confiança que os empresários depositam nos seus governos: um índice de 2,3 em ambas as zonas, o que indica a necessidade de melhorar as pontes entre estes dois polos para garantir um melhor entendimento dos seus papéis.

Quanto às dimensões que envolvem as relações entre empresas e governos, o estudo conclui que:

- O conhecimento que as empresas têm sobre as políticas económicas e empresariais do governo recebe a melhor classificação (de entre todas as questões colocadas), apesar de se considerar que existe ainda uma ampla margem de melhoria. Os empresários do Panamá, México e Brasil (na América Latina) e Portugal (na Península Ibérica) são os que se mostram mais insatisfeitos com o nível de informação que possuem. Os políticos têm, em geral, boa impressão do fluxo de informação com as empresas, embora em Portugal se mostrem menos satisfeitos do que os empresários.
- O nível de contacto entre as empresas e o governo também pode ser melhorado. Em geral, só um empresário em cada cinco considera satisfatório este indicador, tanto na América Latina como na Península Ibérica, embora a opinião dos políticos seja mais favorável (na América Latina aprovam e em Espanha este indicador é quase positivo). Os empresários da América Latina têm, de uma maneira geral, maior contacto com o seu governo, mostrando-se mais satisfeitos os da Colômbia e Chile e menos os do Equador e Brasil.
- A divergência entre empresários e políticos é clara quanto à influência das empresas nas políticas do governo: 41,9% dos políticos pensa que esta influência é alta ou muito alta, opinião que só 16,8% dos gestores empresariais partilham. Os empresários argentinos, espanhóis e brasileiros são os que consideram ter menor influência, face aos empresários da Colômbia e Panamá.
- A confiança dos empresários nos governos é muito baixa: apenas 8,1% dos entrevistados reconhece crédito à política do governo do seu país. Esta questão parece associada às duas anteriores: a falta de diálogo e a falta de influência sentida pelos gestores nas suas relações com o governo. A desconfiança é ainda maior na Península Ibérica do que na América Latina, com um índice de aprovação próximo de 2, tanto em Espanha como em Portugal. Entre os países latino-americanos, o menor índice de confiança regista-se na Argentina e no Brasil, sendo a Colômbia e o Panamá os países onde este índice mais se aproxima de um valor de aprovação. Os políticos, em geral, percebem essa falta de confiança de maneira muito diversa, já que os equatorianos, argentinos e espanhóis não acham que seja tão grave, enquanto os do Brasil e Peru o afirmam.
- O clima de desconfiança existente entre as empresas e o governo determina que o grau de colaboração entre governo e empresas seja insatisfatório sobretudo do ponto de vista dos empresários. Quase metade destes (46,5%) considera que a contribuição do governo para a atividade empresarial é baixa ou muito baixa, uma opinião que os políticos partilham em menor medida. Os empresários da América Latina fazem uma avaliação mais positiva (índice 2,61) sobre a ajuda que lhes presta o seu governo do que os seus pares da Península Ibérica (índice 2,43). A melhor avaliação empresarial do trabalho do governo dá-se na Colômbia (é o único país onde executivo é aprovado neste parâmetro), enquanto os mais insatisfeitos com a colaboração governamental são os empresários argentinos e espanhóis (em ambos os países regista-se um índice de 2,3). Em Espanha, os políticos aprovam o trabalho do seu executivo (com um índice de 3,29), uma avaliação partilhada pelos representantes públicos do Equador e Panamá (onde o índice supera o valor de 3,5).

- No que toca ao apoio dos governos às empresas em matéria de política externa e apoio à atividade internacional das empresas, os empresários e políticos da América Latina registam um inédito consenso na sua insatisfação. Na Península Ibérica, no entanto, os dois grupos divergem de maneira destacada sobre esta questão. A polarização é mais evidente em Espanha, onde os empresários criticam claramente o seu governo (o índice é de 2,55), e os políticos aprovam o desempenho governamental neste domínio também de forma clara (com um índice de 3,29). No Brasil e Peru, tanto empresários como políticos são críticos relativamente à contribuição exterior do seu governo, coincidência que se repete na Colômbia e Chile, mas de forma positiva. A maior divergência entre os dois grupos regista-se no Equador e na Argentina. É neste último país, que tanto os empresários como os políticos se mostram muito mais críticos que os equatorianos.

MEDIDAS PERANTE A SITUAÇÃO ECONÓMICA

Tanto os empresários como os políticos assinalam como prioridade das medidas governativas a melhoria da respetiva gestão pública. Quanto às restantes áreas de atuação, os empresários realçam a reforma laboral e a regulação, enquanto os políticos consideram que os esforços do executivo se devem concentrar nas medidas fiscais e de política social.

Os tipos de medidas menos mencionados pelos empresários são de política monetária e de política social. Aos políticos parece também não lhes inquietar demasiado a política monetária, tal como acontece com a reforma do mercado de trabalho.

Sendo a melhoria da gestão pública a área mais importante para a maior parte dos países, a reforma dos marcos reguladores desperta um maior interesse junto dos empresários do Chile, Equador e Panamá. Para os argentinos, o maior interesse está nas medidas fiscais. Os empresários da Colômbia, Chile e Equador assinalam como a sua segunda preferência as políticas sociais, uma posição que em Espanha é ocupada pela reforma laboral e em Portugal pelas medidas fiscais.

Os políticos portugueses mostram interesse pelas medidas fiscais, enquanto os espanhóis destacam antes de tudo as mudanças na regulação. A segunda opção dos políticos da Argentina, Brasil e Panamá recai sobre as medidas fiscais, e os da Colômbia, Chile e Equador colocam em segundo lugar as medidas relacionadas com a reforma do mercado de trabalho.

Entre as medidas concretas propostas por esta pesquisa (cuja diversidade reflete a complexidade do conjunto analisado), a que mais menções recebe é “Incentivar a economia empreendedora, apoiando iniciativas empresariais” (as medidas sobre regulação são mencionadas por cerca de 60% dos inquiridos, tanto na América Latina como na Península Ibérica). Também cabe destacar o amplo consenso que geram as medidas para “Aumentar a competitividade e produtividade das empresas, impulsionando a capacidade dos trabalhadores” (medidas de caráter laboral que são mencionadas por cerca de 50% dos inquiridos nas duas regiões em análise).

Das restantes medidas propostas, cabe assinalar que a necessidade de reduzir a corrupção preocupa 56% dos empresários espanhóis (mas apenas 17,6% dos políticos espanhóis inquiridos, no momento da realização da sondagem). Mais de metade dos políticos latino-americanos entrevistados (51,2%) menciona esta medida como importante. Outra medida que revela divergências entre as regiões analisadas é a garantia do acesso à educação, que interessa mais aos empresários da América Latina (em média 39,2%, com maior prevalência no Peru, Chile e Colômbia) e sobretudo aos seus políticos (até 46,2% de menções, com maior impacto no Panamá, Brasil e Peru). Por seu lado, só 17,8% dos políticos ibéricos menciona esta questão.

Quanto à urgência das medidas a tomar, observa-se que, em geral, os empresários estão mais centrados nas de impulso económico e de gestão pública, enquanto os políticos prestam maior atenção ao controlo da economia e à política social. Por regiões, destaca-se o caráter de urgência atribuído às medidas de reorganização do Estado e os incentivos às empresas na Península Ibérica. Também é assinalável a prioridade que os empresários e, sobretudo, os políticos latino-americanos, atribuem às medidas sociais.

Incluiu-se no estudo uma pergunta específica para que os empresários e políticos situassem a sua preferência em relação ao modelo de regulação da economia, com dois polos: o Estado e o mercado. O resultado evidencia que a maior parte dos entrevistados (pertencentes a ambos os grupos) tem uma postura eclética relativamente a esta questão e prefere um modelo que privilegia o equilíbrio entre o Estado e o mercado, embora nas suas posições relativas os empresários estejam sempre um pouco mais próximos do mercado e os políticos mais próximos do Estado.

Por países, observa-se que os empresários do Peru e Chile são os mais partidários da liberalização da economia, enquanto os restantes países analisados da América Latina apresentam valores inferiores aos de Espanha e Portugal. Os políticos argentinos são os mais inclinados para a regulação estatal, sendo os mais liberais os do Peru e da Colômbia.

A LIDERANÇA POLÍTICA E ECONÓMICA NA AMÉRICA LATINA, ESPANHA E PORTUGAL

Para os empresários, a honra ou integridade (que inclui a incorruptibilidade) é a principal característica que deve possuir um bom político (para 44,9% é o traço mais importante, percentagem que se eleva para 81,4% quando se pergunta pelos três aspetos que devem caracterizar um líder político). Das restantes qualidades necessárias, o coletivo empresarial assinala prioritariamente a eficiência, a capacidade de identificar e solucionar os problemas e a formação.

Para os políticos, as qualidades que devem fazer parte de um bom empresário não diferem, em termos qualitativos, das que assinalam os empresários para um líder político. Após a honra, prioritária em ambos perfis, os políticos assinalam a capacidade de identificar e solucionar os problemas, assim como a eficiência (que era a segunda característica mais importante do líder político). Dois em cada três entrevistados reiteram estes três aspetos quando inquiridos sobre o seu perfil privilegiado para um empresário.

Também a formação académica dos empresários tem importância para os políticos (embora menos que a dos políticos para os empresários), os políticos apreciam a capacidade de diálogo dos empresários acima do compromisso com o seu trabalho, que para os empresários é mais importante nos políticos.

Também perguntámos aos empresários entrevistados pela sua preferência relativamente a um líder político à escala mundial e outro no espaço latino-americano. A conclusão é que na atualidade não existe uma liderança sólida em nenhum dos dois âmbitos. De fato, 36,7% dos empresários participantes no estudo assinalaram que não há nenhum líder internacional a destacar, percentagem que se eleva até 42,1% quando se lhes pede que indiquem um político latino-americano como líder destacado.

Entre os empresários que citaram um político concreto como exemplo de liderança mundial, os mais referenciados são Angela Merkel (mencionada por 35,4% dos entrevistados). Barack Obama é o seguinte líder mais mencionado (com 24,4%). Para além deste dois nomes, são ainda referidos José Mújica, Michelle Bachelet, David Cameron e Francisco I.

No âmbito latino-americano, a presidente chilena Michelle Bachelet é a líder mais mencionada, seguida do presidente do Uruguai, José Mújica. As seguintes posições no ranking de líderes latino-americanos são ocupadas por Juan Manuel Santos, Enrique Peña Nieto, Álvaro Uribe e Luiz Inácio Lula da Silva.

Por sua vez, os políticos que participaram no estudo situam Bill Gates como o empresário mais respeitado a nível internacional (um em cada quatro políticos consideram-no o mais destacado). A posição seguinte no ranking, embora longe das adesões recebidas por Bill Gates, é ocupada pelo já falecido Steve Jobs, sendo os seguintes lugares para Mark Zuckerberg, Carlos Slim e Amancio Ortega.

Dentro da América Latina, Carlos Slim é o empresário mais reconhecido pelos políticos entrevistados, seguido de Jorge Paulo Lemann e Gustavo Cisneros.

Confiança nas instituições e a situação económica

CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES

O nível de confiança nas instituições apresenta variações entre as duas regiões (América Latina e Península Ibérica), assim como entre as instituições públicas e privadas, diferenças que se revelaram significativas.

Em geral, os empresários da América Latina expressam uma maior confiança (índice 2,73 em 5) que os da Península Ibérica (2,39) sobre as instituições, embora a confiança se mantenha em ambos casos abaixo do valor de referência (valor situado em 3, na escala utilizada para o índice de 1 a 5). De destacar também que os empresários da América Latina referem uma ligeira maior confiança em relação ao sistema que os políticos entrevistados nessa zona (os políticos do México e a República Dominicana não expressaram a sua opinião a esse respeito), enquanto no caso da Península Ibérica os políticos melhoram o valor conquistado pelos empresários (com um índice de 2,82 face a 2,39).

As instituições privadas (bancos, meios de comunicação, sindicatos, organizações empresariais) recebem maior apoio em ambas zonas que instituições públicas (governo, partidos políticos, justiça, exército), sobretudo por parte dos empresários da América Latina (3,04 e 2,43), enquanto os empresários da Península Ibérica revelam uma escassa confiança nas instituições privadas (2,27) e maior confiança nas suas instituições públicas (com uma nota de 2,51, ainda longe do nível de referência). Os políticos de ambas as regiões mostram maior confiança nas instituições públicas do que nas privadas, sendo que nestas últimas os valores são muito semelhantes, à volta de 2,56. No que respeita às instituições públicas, os políticos da América Latina também não lhes concedem o nível de referência (ficando na casa dos 2,71), valor este que é atingido pelos políticos ibéricos (com um índice de 3,09).

Quanto a instituições concretas, podemos ver no gráfico seguinte que na América Latina são os bancos os que geram maior confiança nos empresários (depois das próprias organizações empresariais), enquanto na Península Ibérica é o Exército a instituição em que mais confiam os empresários (as suas próprias organizações empresariais ocupam o terceiro lugar, depois da justiça), enquanto os políticos tanto na América Latina como na Península Ibérica confiam sobretudo no Exército do seu país.

As instituições que geram menos confiança entre os empresários da América Latina são, por esta ordem: os partidos políticos, os sindicatos, o governo e a justiça (que está muito longe do valor referência, com 2,37). Na Península Ibérica, as menos valorizadas são: os sindicatos, os partidos políticos, o governo e os bancos (com 2,42). Os políticos da América Latina assinalam a sua fraca confiança nos sindicatos, nos próprios partidos políticos, nos meios de comunicação e nos bancos, enquanto que os políticos ibéricos coincidem nas quatro instituições às quais concedem menor valorização, ainda que posicionem os próprios partidos políticos na quarta posição.

Cabe realçar a grande diferença existente na confiança que os empresários depositam nos bancos na América Latina (média de 3,53) e na Península Ibérica (média de 2,42), assim como o contraste no apreço empresarial entre uma zona e a outra pelos meios de comunicação (3,19 na América Latina, e 2,42 na Península Ibérica). Também difere, embora em menor medida, o nível de confiança que oferece a justiça aos empresários nas duas zonas (2,64 na Península Ibérica, e 2,37 na América Latina). No entanto, o nível de confiança dos políticos de ambos lados do Atlântico em cada uma das suas instituições oferece diferenças muito menos significativas.

De seguida, analisamos as opiniões dos entrevistados face a cada uma das principais instituições dos seus respetivos países.

Nível de confiança empresarial nas instituições

			Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma bastante ou confiança (3-4)	Total confiança (5)	ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
						Empresários	Políticos	Total
PÚBLICAS	GOVERNO	IBERIA	56,5	42,2	1,2	2,36	3,00	2,41
		LATAM	61,1	37,1	1,8	2,34	2,64	2,40
		TOTAL	60,1	38,2	1,7	2,34	2,67	2,40
	POLÍTICOS/ PARTIDOS POLÍTICOS	IBERIA	84,2	15,8	0,0	1,71	2,78	1,80
		LATAM	82,4	17,2	0,4	1,80	2,36	1,90
		TOTAL	82,8	16,8	0,3	1,76	2,40	1,88
	JUSTIÇA	IBERIA	42,8	56,7	0,5	2,64	2,85	2,66
		LATAM	59,4	38,9	1,7	2,37	2,75	2,45
		TOTAL	55,7	42,9	1,4	2,43	2,76	2,49
	EXÉRCITO/ FORÇAS ARMADAS	IBERIA	20,9	63,8	15,3	3,34	3,73	3,37
		LATAM	21,2	66,7	12,0	3,22	3,10	3,20
		TOTAL	21,2	66,1	12,8	3,25	3,16	3,23
PRIVADAS	BANCOS/ ENTIDADES FINANCEIRAS	IBERIA	54,4	43,9	1,7	2,42	2,62	2,44
		LATAM	12,3	76,3	11,4	3,53	2,63	3,35
		TOTAL	21,8	69	9,2	3,28	2,63	3,16
	MEIOS DE COMUNICAÇÃO	IBERIA	55,4	43,8	0,8	2,42	2,35	2,41
		LATAM	21,5	75,1	3,4	3,19	2,39	3,03
		TOTAL	29,1	68,1	2,8	3,02	2,39	2,90
	SINDICATOS	IBERIA	85	14,7	0,2	1,66	2,29	1,71
		LATAM	78,9	20,1	0,7	1,87	2,30	1,96
		TOTAL	80,3	18,9	0,6	1,82	2,30	1,91
	ORGANIZAÇÕES	IBERIA	47,9	51,2	1,0	2,56	2,93	2,59
		LATAM	11,8	78,5	9,7	3,56	2,94	3,43
		TOTAL	19,9	72,4	7,7	3,33	2,94	3,26

Públicas

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)



ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,51	3,09	2,56
2,43	2,71	2,49
2,45	2,75	2,50

Privadas

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)



ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,27	2,55	2,29
3,04	2,57	2,94
2,87	2,56	2,81

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

CONFIANÇA NO GOVERNO

Pode dizer-se que o nível de confiança dos empresários no governo do seu país, tanto na América Latina como na Península Ibérica, é em geral baixo, dado que não alcança o nível médio de referência (3) em nenhuma das duas zonas (em ambas, a nota média encontra-se em torno dos 2,35). A confiança dos políticos é mais elevada, como é lógico neste caso, embora exista diferença entre os dados da América Latina (com uma nota média de 2,64) e os da Península Ibérica (onde a avaliação média alcança 3).

Se examinarmos os intervalos em que se situa o nível de confiança dos empresários, concluiremos que, tanto na Península Ibérica como na América Latina, predominam os que indicam que não têm nenhuma confiança no seu governo (61,1% na América Latina e 56,5% na Península Ibérica), enquanto os que assinalam uma total confiança supõem valores muito reduzidos (1,8% e 1,2%, respetivamente).

O país da América Latina onde existe uma maior confiança no governo por parte dos empresários é o Chile (onde se consegue o nível de referência), seguido da Colômbia, Equador e Panamá, enquanto os países com menor confiança empresarial no governo são, por esta ordem: Argentina, República Dominicana, Brasil e México (com notas inferiores a 2,25 em todos eles). Na Península Ibérica, observa-se que os empresários espanhóis são ligeiramente mais críticos que os portugueses, embora em ambos países a nota esteja muito abaixo do valor referência.

Os empresários argentinos assinalam que o seu governo não lhes oferece nenhuma confiança (72,8% das respostas), uma opção que também tem um grande eco no Brasil e México. Pelo contrário, as percentagens deste nível de confiança em países como a Colômbia, Chile ou Equador são minoritárias (em torno de 30% nos três países). Na Península Ibérica, a maioria dos empresários espanhóis desconfia do seu governo (56,1%), embora em Portugal esta percentagem não alcance metade dos entrevistados (48,6%).

Quanto aos políticos, entre os países que apresentaram dados (todos os estudados, exceto México e República Dominicana), observa-se que as classificações sobre a confiança no governo são mais elevadas e os governos recebem aprovação em todos os casos exceto no Brasil e Peru, onde os políticos também têm reservas em relação ao governo.

Destacamos as grandes diferenças entre a perceção dos empresários e a dos políticos em países da América Latina como o Equador (2,75 e 4,08, uma distância de 1,33) e Argentina (2,14 e 3,28, uma distância de 1,14), assim como na Espanha (2,35 e 3,53, uma distância de 1,18).

Nível de confiança empresarial no Governo

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)

	Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	56,5	42,2	1,2
LATAM	61,1	37,1	1,8
TOTAL	60,1	38,2	1,7

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,36	3,00	2,41
2,34	2,64	2,40
2,34	2,67	2,40

		DADOS EMPRESÁRIOS			ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)	Empresários	Políticos	Total
IBERIA	ESPAÑA	56,1%	41,3%	1,2%	2,35	3,53	2,39
	PORTUGAL	48,6%	50,0%	1,4%	2,47	2,69	2,55
LATAM	ARGENTINA	72,8%	24,7%	2,5%	2,14	3,28	2,71
	BRASIL	68,0%	32,0%	0,0%	2,18	2,27	2,18
	COLÔMBIA	27,4%	69,0%	3,5%	2,97	3,20	2,99
	CHILE	30,2%	62,2%	7,6%	3,05	3,54	3,08
	EQUADOR	34,0%	66,0%	0,0%	2,75	4,08	2,90
	MÉXICO	69,9%	28,3%	1,8%	2,21	-	2,20
	PANAMÁ	55,0%	44,0%	1,0%	2,50	3,69	2,66
	PERÚ	52,2%	47,0%	0,8%	2,44	2,51	2,46
	REP. DOMINICANA	67,2%	30,4%	2,4%	2,15	-	2,20

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

CONFIANÇA NOS POLÍTICOS/PARTIDOS POLÍTICOS

A confiança que suscitam os políticos e os seus partidos entre os empresários é muito baixa, ao ponto de não alcançarem o valor de referência em nenhum dos países estudados, nem da América Latina nem da Península Ibérica. A sua imagem está danificada inclusive entre os próprios políticos, que se aprovam a si próprios unicamente em poucos países, enquanto em outros se concedem pouca confiança, o que dá um resultado global muito inferior ao aprovado na América Latina (2,36) e um pouco mais aproximado na Península Ibérica (2,78).

Em ambas as zonas, a grande maioria dos empresários não reconhece confiança nos partidos (opção marcada por mais de 80% nas duas regiões), embora a opção dos políticos seja divergente: 55,6% não lhes concede nenhuma confiança na América Latina, contra 37,4% da Península Ibérica. Não existe nenhuma resposta entre os empresários da Península Ibérica que indique total confiança nos partidos, sendo uma opção residual entre os latino-americanos (apenas 0,9%).

O país da América Latina onde os empresários têm maior confiança nos partidos é o Chile (como sucedia com o governo), seguidos do Equador, Colômbia e Panamá (embora neste último país a classificação não chegue a 2), enquanto existe menor confiança empresarial nos partidos nos seguintes países, por esta ordem: República Dominicana, Peru, Brasil e México. Destaca-se que a confiança nos políticos no Peru é inferior à que suscita o seu governo, ocorrendo justamente o contrário na Argentina. Quanto à Península Ibérica, observa-se que os empresários portugueses veem melhor os seus políticos que os seus vizinhos espanhóis, embora em Portugal também não se supere a nota média de 2, sendo que a confiança em Espanha está ao nível do Brasil.

Por intervalos, destaca-se que no Peru a desconfiança empresarial nos partidos chega aos 90,9%, dado ao que se aproxima à maioria das respostas que revelam nenhuma confiança obtida na Espanha (85,2%). No país onde mais se confia nos partidos, o Equador, a opção que assinala uma confiança nula dos empresários chega aos 63%.

Dentro da América Latina os políticos só se aprovam a si próprios na Argentina e Equador, e recebem o maior descontentamento, por esta ordem, no Peru, Brasil e Chile (do México e a República Dominicana não há dados). Na Península Ibérica, os políticos espanhóis dão-se a nota mais alta de todos os países estudados (3,38), embora em Portugal estão muito abaixo da aprovação (2,44).

Existem divergências muito grandes na perceção entre os empresários e os políticos da América Latina na Argentina (1,75 e 3,29, uma diferença de 1,54), no Panamá (1,82 e 2,88, uma diferença de 0,94) e no Equador (2,16 e 3,00, uma diferença de 0,84). Na Península Ibérica, a diferença que se regista em Espanha é ainda maior (1,68 e 3,38, uma diferença de 1,70, mais do duplo).

Nível de confiança empresarial em Partidos Políticos / Políticos

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)

	Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	84,2	15,8	0,0
LATAM	82,4	17,2	0,4
TOTAL	82,8	16,8	0,3

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
1,71	2,78	1,80
1,78	2,36	1,90
1,76	2,40	1,88

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	85,2%	14,8%	0,0%
	PORTUGAL	75,7%	24,3%	0,0%
LATAM	ARGENTINA	85,2%	14,8%	0,0%
	BRASIL	82,0%	18,0%	0,0%
	COLÔMBIA	68,1%	31,9%	0,0%
	CHILE	68,0%	30,7%	1,3%
	EQUADOR	63,0%	37,0%	0,0%
	MÉXICO	88,5%	10,6%	0,9%
	PANAMÁ	88,0%	12,0%	0,0%
	PERÚ	90,9%	9,1%	0,0%
	REP. DOMINICANA	88,0%	11,2%	0,8%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
1,68	3,38	1,74
1,96	2,44	2,13
1,75	3,29	2,53
1,67	1,95	1,76
2,09	2,50	2,12
2,18	2,38	2,19
2,16	3,00	2,26
1,73	-	1,73
1,82	2,88	1,97
1,57	1,81	1,63
1,56	-	1,59

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. À sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

A JUSTIÇA

Os empresários da América Latina mostram uma confiança um pouco maior na justiça, o que oferece um índice de confiança de 2,64 que se aproxima do nível de referência (3). Na Península Ibérica, no entanto, este índice afasta-se bastante do nível de aprovação (2,37). Os políticos das duas regiões manifestam uma avaliação mais positiva mas também não aprovam a justiça, com um nível de adesão muito parecido (a nota está em torno de 2,8).

A percentagem de empresários latino-americanos que indica não ter nenhuma confiança na justiça chega aos 59,4%, e só 1,7% lhe concede total confiança. Na Península Ibérica, uma minoria confessa uma confiança nula (42,8%), sendo ainda menos os que declaram uma confiança absoluta nesta instituição (0,5%).

Como sucede com as anteriores instituições analisadas (governo e partidos), o Chile é o país da América Latina onde os empresários têm maior confiança na justiça, seguido do Equador, Colômbia e Brasil (país em que a nota não chega à aprovação, embora se destaque que a justiça goza aqui de muito mais confiança empresarial do que o governo ou os partidos políticos). A mais baixa confiança empresarial na justiça, dentro da América Latina, dá-se no Peru, Panamá, México e a República Dominicana. Na Península Ibérica, os empresários não aprovam a justiça e mantêm níveis de confiança muito similares (em torno de 2,6), embora ligeiramente mais elevados na Espanha do que em Portugal.

Até 79,8% dos empresários peruanos assinalam que não têm nenhuma confiança na justiça do seu país (não há nenhum que assinale a opção de uma total confiança), percentagem a que se aproxima o Panamá. No Chile, pelo contrário, apenas um terço os que declara esta opinião, com 6,7% de empresários absolutamente confiantes na justiça. Perto de metade dos empresários espanhóis e portugueses não confiam na justiça (em torno a 42% em ambos países), com poucas respostas a reiterarem uma total confiança.

A melhor visão dos políticos da América Latina sobre a justiça é indicada no Panamá (com uma destacada nota global de 3,31, muito acima da média), seguida do Chile, Argentina e Equador (onde quase se atinge o nível de referência). Na Península Ibérica, é muito representativo o alto nível de confiança na justiça dos políticos espanhóis (a maior nota do conjunto, 3,38), com uma grande diferença respeito aos políticos portugueses, que não a aprovam (2,54). A instituição da justiça não reúne o agrado entre os políticos da América Latina sondados no Peru e na Colômbia (neste último país, os políticos têm menor confiança na justiça que os empresários, o que sucede também no Chile, mas por muita menos diferença).

Em geral, a opinião de empresários e políticos sobre a justiça aproxima-se bastante em alguns países (em contraste ao que sucede com as instituições anteriormente analisadas), mas há grandes diferenças em outros, como sucede sobretudo, dentro da América

Nível de confiança empresarial na Justiça

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)

	Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	42,8	56,7	0,5
LATAM	59,4	38,9	1,7
TOTAL	55,7	42,9	1,4

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,64	2,85	2,66
2,37	2,75	2,45
2,43	2,76	2,49

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	42,8%	56,8%	0,4%
	PORTUGAL	42,9%	55,7%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	56,8%	43,2%	0,0%
	BRASIL	59,0%	39,0%	2,0%
	COLÔMBIA	39,8%	59,3%	0,9%
	CHILE	33,3%	60,0%	6,7%
	EQUADOR	36,0%	64,0%	0,0%
	MÉXICO	69,0%	30,1%	0,9%
	PANAMÁ	79,0%	21,0%	0,0%
	PERÚ	79,8%	20,2%	0,0%
	REP. DOMINICANA	64,8%	33,6%	1,6%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,65	3,38	2,68
2,54	2,54	2,54
2,32	2,88	2,60
2,45	2,80	2,56
2,68	2,30	2,65
2,97	2,92	2,97
2,69	2,85	2,71
2,14	-	2,16
2,06	3,31	2,23
1,91	1,87	1,90
2,28	-	2,23

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. À sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

Latina, no Panamá (2,06 e 3,31, uma diferença de 1,25) e Argentina (2,32 e 2,88, uma diferença de 0,56); na Península Ibérica, o caso de Espanha é também significativo, com uma ligeira diferença de avaliação da justiça entre empresários e políticos (2,65 e 3,38, uma diferença de 0,73), estando acima da aprovação só a avaliação dos políticos.

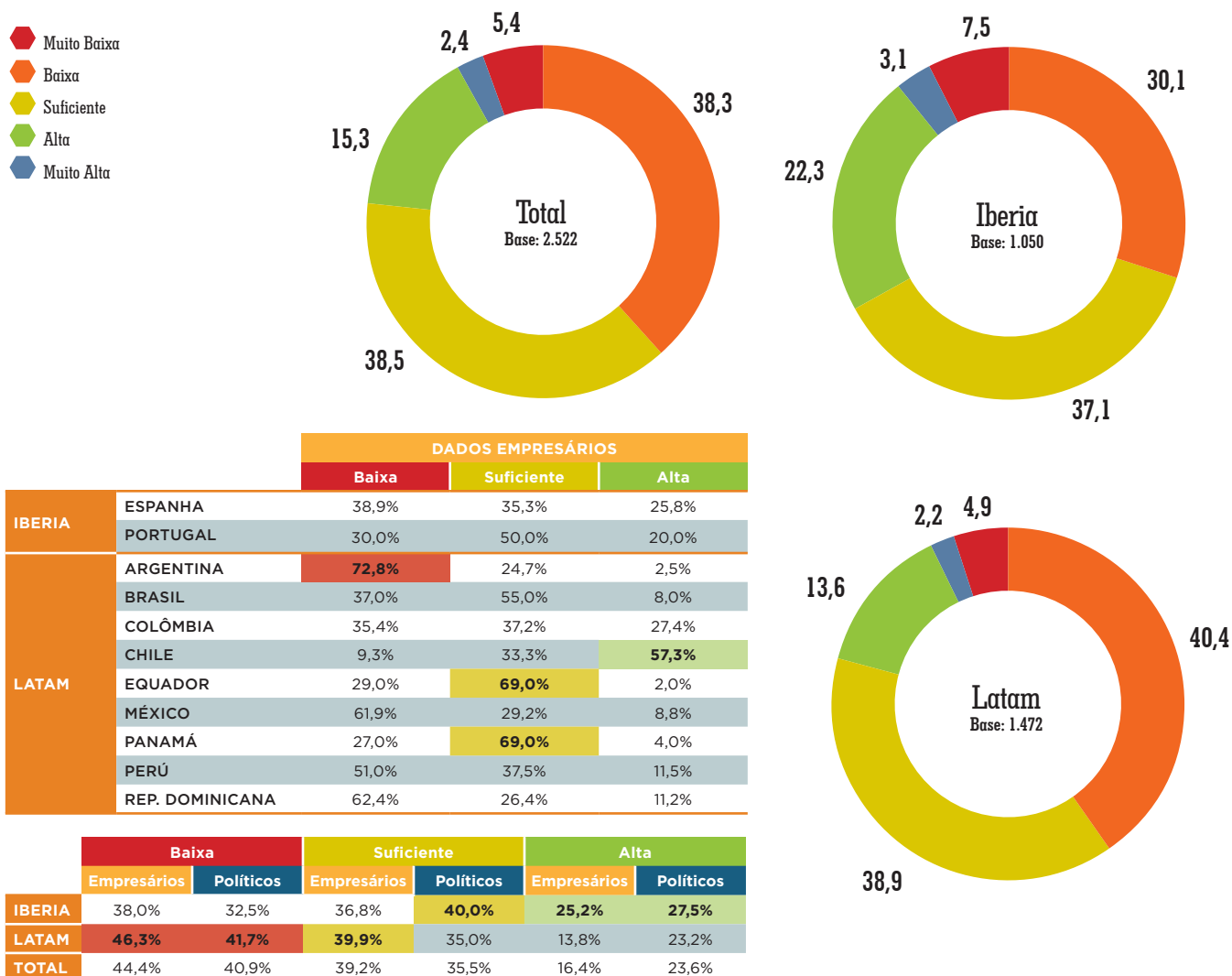
Para aprofundar este tema, perguntou-se aos entrevistados qual era a sua perceção sobre a segurança jurídica às empresas no seu país. Os resultados obtidos encaixam com a perceção geral que se tem da justiça, com um nível abaixo da aprovação por parte dos empresários, tanto na América Latina como na Península Ibérica, o que indica a existência de uma sensação de insegurança jurídica.

Destaca-se a sensação de baixa segurança jurídica que existe entre os empresários da Argentina, a República Dominicana, México e Peru, dentro da América Latina, assim como entre os representantes das empresas espanholas. É também de assinalar que apenas os empresários do Chile se mostrem convencidos de que dispõem no seu país de uma alta segurança jurídica.

Por sua parte, os políticos mostram-se mais convencidos, como era de esperar, acerca da segurança jurídica dos seus países, embora se destaque que, em países da América Latina como o México, Argentina, Peru ou Colômbia, os próprios políticos qualifiquem a situação como de baixa segurança jurídica, algo que também sucede na zona da Península Ibérica, com os de Portugal. Pelo contrário, os políticos do Panamá e Equador, na América Latina, e da Espanha mostram uma opinião maioritária confiante sobre a alta segurança jurídica dos seus países.

Na Espanha é muito significativa a diferença de perceção entre os empresários e os políticos, dado que entre os primeiros predomina a qualificação de baixa segurança e entre os segundos, a de alta segurança, algo que sucede também, em sentido contrário e em menor medida, na Colômbia (onde os empresários consideram maioritariamente como suficiente a segurança jurídica do país, e são os políticos os que a qualificam como baixa).

Perceção empresarial da segurança jurídica



O EXÉRCITO/FORÇAS ARMADAS

Como se indicava acima, o Exército é a instituição pública mais valorizada tanto na América Latina como na Península Ibérica, tanto por empresários como por políticos. O nível de confiança é muito similar, por parte dos empresários, em ambas as regiões (entre 3,34 e 3,22), enquanto se observa uma certa diferença na perceção dos políticos: os da América Latina concedem uma menor avaliação ao Exército (3,10) que os da Península Ibérica (3,73).

Assim como os intervalos de confiança empresarial são similares em ambas as regiões, os políticos que desconfiam do seu Exército na América Latina são mais do que na Península Ibérica (25,3% e 17,3%). Em concordância, os que mostram uma total confiança são também menos, mas neste intervalo a diferença é muito maior (7,0% e 24,8%).

Também é o Chile o país da América Latina onde os empresários têm maior confiança no Exército (como sucede com o resto de instituições públicas, embora neste caso a nota chegue a um altíssimo 4,04 em 5), seguido neste ponto da Colômbia, Equador e México (onde a nota está acima de 3,20). A confiança empresarial no Exército nos países ibéricos é também muito alta, superior em Portugal (3,49) dado que na Espanha (3,32). Na América Latina existe uma menor confiança no Exército entre os empresários da República Dominicana, Peru, Argentina e Panamá (países onde só se está acima do nível de aprovação neste último).

São os empresários dominicanos e peruanos os que indicam menos confiança no seu Exército (43,9%), seguidos dos argentinos (30,9%). Uma percentagem relativamente alta dos empresários espanhóis (22,4%) refere não ter nenhuma confiança no seu Exército, (semelhante à registada no México ou Brasil), enquanto apenas 8,6% dos portugueses o faz.

Os políticos da América Latina que têm maior confiança no seu Exército são os da Colômbia (onde também se chega a 4), seguidos pelos do Equador (embora a nota desça 0,31 pontos, para os 3,69), Chile, Argentina e Brasil (não há dados disponíveis nem do México nem da República Dominicana). A nota mais baixa relativamente ao Exército entre os políticos foi dada no Panamá (muito afastada do valor de aprovação, ficando-se em 2,06), assim como no Peru (onde se aproxima do nível de referência). A avaliação do Exército pelos políticos da Península Ibérica é também alta, acima de 3,6, tanto em Espanha como em Portugal.

Não existem grandes diferenças entre a opinião de empresários e a dos políticos sobre o Exército na maior parte dos países. Na América Latina destaca-se que os empresários com melhor avaliação das Forças Armadas são os do Chile (4,04 e 3,23, uma diferença de 0,81), enquanto na Colômbia sucede o contrário (3,55 e 4,00, uma diferença de 0,45), sendo no Panamá onde se regista a maior distância entre a opinião de uns e outros (3,11 e 2,06, uma diferença de 1,05). Na Península Ibérica, a visão dos políticos é bastante similar à dos seus empresários, embora na Espanha haja uma certa distância (3,32 e 3,79, uma diferença de 0,47).

Nível de confiança empresarial no Exército / Forças armadas

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)

	Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	20,9	63,8	15,3
LATAM	21,2	66,7	12,0
TOTAL	21,2	66,1	12,8

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
3,34	3,73	3,37
3,22	3,10	3,20
3,25	3,16	3,23

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	22,4%	61,7%	15,9%
	PORTUGAL	8,6%	81,4%	10,0%
LATAM	ARGENTINA	30,9%	65,4%	3,7%
	BRASIL	21,0%	70,0%	9,0%
	COLÔMBIA	13,3%	74,3%	12,4%
	CHILE	7,6%	54,7%	37,8%
	EQUADOR	7,0%	89,0%	4,0%
	MÉXICO	21,2%	66,4%	12,4%
	PANAMÁ	14,0%	85,0%	0,0%
	PERÚ	43,9%	53,0%	3,2%
	REP. DOMINICANA	44,8%	54,4%	0,8%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
3,32	3,79	3,33
3,49	3,69	3,56
2,84	3,18	3,01
3,14	3,02	3,10
3,55	4,00	3,59
4,04	3,23	3,99
3,38	3,69	3,42
3,21	-	3,22
3,11	2,06	2,97
2,70	2,71	2,70
2,53	-	2,55

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

OS BANCOS/ENTIDADES FINANCEIRAS

A avaliação da primeira instituição privada submetida à análise, o sistema financeiro, difere consideravelmente tanto entre as duas zonas (quanto à visão dos empresários) como entre empresários e políticos, sendo praticamente idêntica, no entanto, entre os políticos de ambas zonas.

Os empresários da América Latina têm uma alta confiança nos bancos e instituições financeiras (3,53), enquanto os da Península Ibérica não lhes concedem a aprovação (2,42, o que representa uma diferença de 1,11 em relação aos seus pares latino-americanos). Há, além disso, bastantes diferenças entre as suas opiniões e as dos políticos em cada uma dessas regiões: maior confiança empresarial que política na América Latina e, ao contrário, menor confiança nos bancos por parte dos empresários do que por parte dos políticos na Península Ibérica.

Em intervalos de adesão, a diferença é também é assinalável: apenas 12,3% dos empresários latino-americanos indicam nenhuma confiança nos bancos, percentagem que escala até um maioritário 54,4% na Península Ibérica. A opção de uma total confiança é também muito díspar: 11,4% entre os empresários da América Latina e apenas 1,7% entre os seus pares ibéricos.

Entre os países da América Latina estudados, é no Equador onde os bancos registam uma maior confiança dos empresários (muito próxima de 4), também com níveis elevados no Panamá, República Dominicana e Peru (com uma nota de 3,70). A menor confiança dos países latino-americanos regista-se na Argentina, Brasil, Chile e México (embora sempre acima de 3,20). Na Península Ibérica, a confiança empresarial nos bancos encontra-se bastante deteriorada na Espanha, onde são desaprovados, embora em Portugal a nota seja um pouco melhor (não chegando a superar a menor dos países latino-americanos).

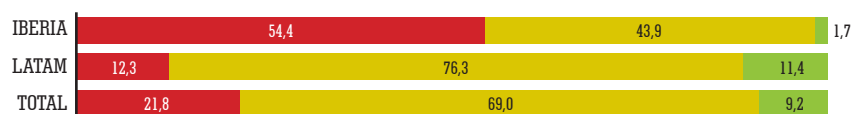
O intervalo de total desconfiança relativamente aos bancos é muito pouco significativo no Panamá e Equador (com apenas 2 e 3%, respetivamente), embora seja na Colômbia onde se mostra uma maior percentagem de total confiança (23,0%, e 20,0% no Equador). Em Espanha, a opção que indica nenhuma confiança nos bancos ascende a um nível muito alto (57,4%), percentagem que fica na metade em Portugal, onde 11,4% dos empresários professam absoluta confiança nos bancos com apenas 0,6% na Espanha.

Por sua parte, os políticos da América Latina que mantêm maior confiança nos bancos são os do Panamá, Peru e Colômbia, recolhendo-se as notas mais baixas no Brasil e Argentina. Os políticos da Península Ibérica não aprovam os seus bancos e dão-lhes exatamente a mesma nota: 2,62.

As maiores diferenças entre a opinião de empresários e de políticos neste ponto está na América Latina, no Equador (3,98 e 2,77, uma diferença de 1,22), Brasil (3,41 e 2,39, uma diferença de 1,02) e Argentina (3,20 e 2,66, uma diferença de 0,54), enquanto na Península Ibérica a maior diferença dá-se em Portugal (3,16 e 2,62, uma diferença de 0,54).

Nível de confiança empresarial nas Instituições Bancos / Financeiras

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)



ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,42	2,62	2,44
3,53	2,63	3,35
3,28	2,63	3,16

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	57,4%	42,0%	0,6%
	PORTUGAL	28,6%	60,0%	11,4%
LATAM	ARGENTINA	19,8%	74,1%	6,2%
	BRASIL	15,0%	80,0%	5,0%
	COLÔMBIA	14,2%	62,8%	23,0%
	CHILE	13,3%	71,6%	15,1%
	EQUADOR	3,0%	77,0%	20,0%
	MÉXICO	9,7%	76,1%	14,2%
	PANAMÁ	2,0%	86,0%	12,0%
	PERÚ	7,1%	78,3%	14,6%
	REP. DOMINICANA	7,2%	78,4%	14,4%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,34	2,62	2,35
3,16	2,62	2,96
3,20	2,66	2,93
3,41	2,39	3,10
3,73	3,30	3,70
3,59	2,85	3,55
3,98	2,77	3,84
3,59	-	3,59
3,75	4,00	3,78
3,70	3,33	3,62
3,75	-	3,76

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. À sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Os empresários têm um alto nível de confiança nos meios de comunicação na América Latina (3,19), enquanto na Península Ibérica essa confiança é muito menor e não chega ao valor de referência (2,42). Por outro lado, os políticos dos dois âmbitos geográficos coincidem na sua avaliação dos meios de comunicação social, muito abaixo do nível de referência em ambos casos (cerca de 2,3). Podemos dizer, portanto, que os meios de comunicação são pouco valorizados, em geral, na Península Ibérica, enquanto na América Latina gozam de muito maior apreço entre os setores económicos que entre os políticos.

Os empresários ibéricos que declaram confiança muito baixa ou baixa (1-2) nos meios de comunicação chegam aos 55,4%, sendo apenas de 21,5% entre a classe patronal da América Latina. Esta última também não concede a sua total confiança aos média (esta opção é escolhida por 3,4% dos entrevistados), mas em todo caso são muitos mais do que na Península Ibérica (0,8%).

Ao nível territorial, encontramos algumas diferenças entre os países da América Latina estudados, apesar de vermos que os meios de comunicação social gozam de aprovação em todos. Os empresários do Equador, Panamá, Brasil e Argentina são os que professam a maior confiança no sistema mediático do seu país (sempre acima da nota de 3), e em Portugal os meios de comunicação social também obtêm a aprovação dos empresários (a um nível semelhante ao da Argentina, com uma nota de 3,13). Menor confiança suscitam os média nos empresários do Peru, República Dominicana e Chile (todos abaixo da nota de 3), embora em níveis superiores ao que se regista em Espanha (onde se fica em 2,34, a nota mais baixa de todos os países estudados).

A percentagem de empresários espanhóis cuja confiança nos média é inferior a 3 chega a 59%, o que contrasta fortemente com os 4% que se regista no Equador ou os 6% obtidos no Panamá. Na América Latina são os peruanos os mais reticentes em relação aos seus meios de comunicação social (39,5% declara não ter nenhuma confiança).

Quanto aos políticos, na América Latina destaca-se a pouca confiança na imprensa declarada no Equador e Brasil, assim como no Chile e Argentina (países onde a confiança nos meios de comunicação chumba a avaliação). Menor ainda é a confiança dos políticos portugueses no seu sistema mediático (2,31, o mesmo nível que no Equador). A maior confiança política na imprensa dá-se no Panamá (superior a 3), Peru e Colômbia, enquanto na Espanha os políticos desconfiam maioritariamente dos média nacionais (com uma nota média de 2,41).

É assinalável a grande distância entre a avaliação de empresários e políticos que se dá no Equador, onde se regista a nota mais alta e a mais baixa atribuída por ambos os setores (3,73 e 2,31, uma diferença de 1,42), um fenómeno registado também, embora em menor medida, no Brasil (3,40 e 2,34, uma diferença de 1,06) e Argentina (3,17 e 2,55, uma diferença de 0,62). A diferença de avaliação entre empresários e políticos em Portugal é, além disso, muito relevante (3,13 e 2,31, uma diferença de 0,82).

Nível de confiança dos empresarial nos Meios de comunicação

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)

	Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	55,4	43,8	0,8
LATAM	21,5	75,1	3,4
TOTAL	29,1	68,1	2,8

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,42	2,35	2,41
3,19	2,39	3,03
3,02	2,39	2,90

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	59,0%	40,8%	0,2%
	PORTUGAL	24,3%	70,0%	5,7%
LATAM	ARGENTINA	22,2%	72,8%	4,9%
	BRASIL	13,0%	83,0%	4,0%
	COLÔMBIA	27,4%	69,9%	2,7%
	CHILE	32,0%	63,6%	4,4%
	EQUADOR	4,0%	93,0%	3,0%
	MÉXICO	23,9%	73,5%	2,7%
	PANAMÁ	6,0%	86,0%	8,0%
	PERÚ	39,5%	58,9%	1,6%
	REP. DOMINICANA	32,8%	64,8%	2,4%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,34	2,41	2,34
3,13	2,31	2,83
3,17	2,55	2,86
3,40	2,34	3,08
3,00	2,80	2,98
2,93	2,54	2,91
3,73	2,31	3,57
3,15	-	3,08
3,52	3,06	3,46
2,73	2,84	2,76
2,80	-	2,80

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

OS SINDICATOS

A opinião geral sobre os sindicatos entre empresários e políticos destaca-se pela baixa confiança que suscitam, mais acentuada entre os empresários (sobretudo os da Península Ibérica), embora os políticos também não aprovem as organizações sindicais do seu país. Os sindicatos ocupam a penúltima posição (após os partidos) no ranking de confiança nas instituições entre a classe patronal da América Latina, e a última posição na opinião dos empresários ibéricos. Na opinião dos políticos, os sindicatos ocupam a última posição no ranking de confiança em ambas as zonas.

É muito elevada a percentagem de empresários que declara não ter nenhuma confiança nos sindicatos, sobretudo na Península Ibérica (onde esta opinião alcança 85,0% das respostas. Os políticos de ambas as zonas mostraram também a sua desconfiança maioritária (acima de 50%), embora a confiança total nos sindicatos chegue a 2,7% na América Latina (sendo praticamente inapreciável na Península Ibérica).

Por países, dentro da América Latina a menor valorização empresarial dos sindicatos regista-se na República Dominicana, México, Peru, Brasil e Equador (em todos eles, a nota é inferior a 2), obtendo melhor avaliação no Chile, Colômbia, Argentina e Panamá (sempre muito abaixo do nível de aprovação (3)). Em Portugal, também não são aprovados (com uma nota de 2,2), e na Espanha recebem uma nota especialmente baixa (1,6, apenas superior à nota obtida República Dominicana, do conjunto de países analisados).

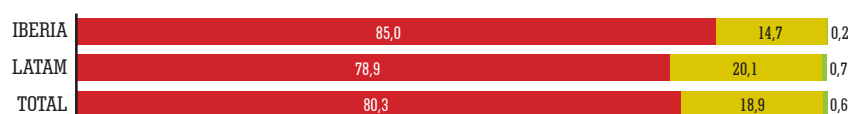
De assinalar que para uma altíssima percentagem de empresários equatorianos (88%), os sindicatos não são merecedores de confiança alguma, percentagem a que se aproximam, dentro da América Latina, os do Brasil ou do México, a um nível similar ao que se regista na Espanha (87,4%), com mostras de total confiança praticamente inexistentes em todos estes países. Em Portugal, em contraste, 64,3% dos empresários declaram não ter nenhuma confiança, sendo que a opção de total confiança também é, no entanto, pouco expressiva.

Destaca-se, por outra parte, a alta nota que concedem os políticos argentinos aos sindicatos do seu país (3,01, a mais alta do conjunto), sendo os únicos que os aprovam, embora os equatorianos quase os aprovem também. Muito pior nota é concedida pelos políticos do Panamá e Peru (abaixo de 2) e do Brasil (ligeiramente acima de 2). Na Península Ibérica, o nível de confiança política é similar, muito abaixo da aprovação (em torno de 2,3).

O maior contraste entre as posições de empresários e políticos dá-se (entre os países sondados) no Equador (1,91 face a 2,77, uma diferença de 0,86), embora seja destacável a diferença que existe na Argentina (0,75). Também existe um certo contraste na Espanha, onde os sindicatos encontram bastante maior reconhecimento entre os políticos do que entre os empresários (2,26 e 1,60, uma diferença de 0,66).

Nível de confiança empresarial nos Sindicatos

■ Nenhuma ou pouca confiança (1-2)
 ■ Alguma ou bastante confiança (3-4)
 ■ Total confiança (5)



ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
1,66	2,29	1,71
1,87	2,30	1,96
1,82	2,30	1,91

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	87,4%	12,5%	0,1%
	PORTUGAL	64,3%	34,3%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	58,0%	40,7%	1,2%
	BRASIL	86,0%	13,0%	1,0%
	COLÔMBIA	61,1%	38,9%	0,0%
	CHILE	53,8%	43,6%	2,7%
	EQUADOR	88,0%	12,0%	0,0%
	MÉXICO	85,0%	14,2%	0,0%
	PANAMÁ	80,0%	20,0%	0,0%
	PERÚ	84,2%	15,8%	0,0%
	REP. DOMINICANA	86,4%	12,8%	0,8%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
1,60	2,26	1,62
2,21	2,31	2,25
2,26	3,01	2,64
1,83	2,09	1,91
2,22	2,30	2,23
2,44	2,31	2,43
1,91	2,77	2,01
1,63	-	1,62
2,01	1,44	1,93
1,74	1,73	1,74
1,54	-	1,55

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. À sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

AS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS

Como é natural, a perspetiva dos empresários sobre as organizações empresariais é muito mais favorável, sobretudo na América Latina, onde se lhes concedem uma nota especialmente alta (3,56, à frente do sistema financeiro e das Forças Armadas). Destacamos que na Península Ibérica a nota que a classe patronal concede aos seus próprios representantes não chegue ao nível aprovação (2,56). Os políticos, por sua parte, atribuem uma alta avaliação a esta instituição privada, próxima da nota 3 em ambas as zonas, que é, em todo o caso, muito superior à que lhes merecem os sindicatos (a diferença está em torno de 0,60).

O intervalo dos que declaram nenhuma confiança na Península Ibérica é muito significativo (47,9%) e muito superior ao que assinalam os empresários latino-americanos (só 11,8%). O mesmo, sucede de forma oposta com as mostras de total confiança, que na América Latina chegam quase aos 10% dos entrevistados, enquanto na Península Ibérica se ficam num residual 0,8%.

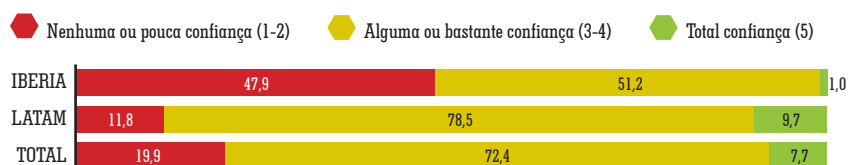
Os países da América Latina cujos empresários mais valorizam as suas organizações representativas são o Equador (acima de 4, uma nota muito alta), Panamá, México e Brasil. Na Península Ibérica, os empresários portugueses tem uma alta confiança nos seus representantes (3,20). É no Chile, Argentina e Peru onde os empresários indicam menos confiança, dentro da América Latina, (embora sempre acima da nota média de 3). Em Espanha, as organizações empresariais não reúnem a confiança (2,48) dos próprios empresários.

De fato, a opção nenhuma confiança nas organizações empresariais é assinalada por um em cada cinco empresários espanhóis. Ainda mais (praticamente um em cada quatro) elegem esta opção no Brasil e México, mas nestes dois países mais de metade dos empresários mostra a sua total confiança nas suas organizações, o que indica uma polarização importante entre várias alternativas associativas. Em Portugal, como ocorre em países latino-americanos como a República Dominicana, Equador ou Panamá, é muito pouca a percentagem de empresários que desconfiam das suas entidades representativas.

Os políticos da América Latina inquiridos mantêm, em geral, uma confiança apreciável nas organizações empresariais do seu país, embora se destaque que os políticos do Chile não aprovelem estas entidades (2,46), enquanto no Equador e no Brasil se mantêm abaixo da média (que é de 2,93). A máxima avaliação política destas organizações dá-se na Colômbia, Panamá e Argentina. Os políticos de Portugal aprovam as suas organizações de empresários (3,13), enquanto na Espanha não obtêm aprovação (2,59).

Há diferenças importantes na avaliação de empresários e políticos das organizações empresariais sobretudo no Equador (4,06 e 2,69, uma diferença de 1,37) e no Chile (3,36 e 2,46, uma diferença de 0,90), ao passo que na Península Ibérica as perceções de empresários e políticos acerca destas organizações quase não diferem.

Nível de confiança dos empresários nas Organizações Empresariais



ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,56	2,93	2,59
3,56	2,94	3,43
3,33	2,94	3,26

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	51,3%	47,6%	1,1%
	PORTUGAL	18,6%	81,4%	0,0%
LATAM	ARGENTINA	16,0%	76,5%	7,4%
	BRASIL	12,0%	81,0%	7,0%
	COLÔMBIA	14,2%	72,6%	13,3%
	CHILE	15,1%	77,8%	7,1%
	EQUADOR	1,0%	78,0%	21,0%
	MÉXICO	10,6%	77,0%	12,4%
	PANAMÁ	0,0%	95,0%	5,0%
	PERÚ	12,3%	78,7%	9,1%
	REP. DOMINICANA	9,6%	85,6%	4,8%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,48	2,59	2,49
3,20	3,13	3,17
3,40	3,08	3,24
3,53	2,82	3,31
3,51	3,80	3,54
3,36	2,46	3,31
4,06	2,69	3,90
3,65	-	3,62
3,77	3,69	3,76
3,50	3,21	3,44
3,51	-	3,49

Índice de confiança: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (nenhuma confiança) e 5 (confiança total).

Confiança na economia

PERCEÇÃO ATUAL DA ECONOMIA

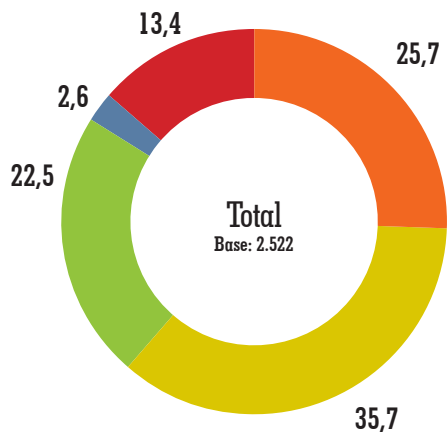
A percepção da situação económica atual apresenta grandes diferenças entre a América Latina e a Península Ibérica, que correspondem aos diferentes ciclos em que se encontram as economias numa zona e na outra. Assim como na Espanha e Portugal a visão da economia é claramente positiva, com uma opinião maioritária de que está a melhorar, na América Latina existem perspetivas diversas entre os diferentes países, embora o tom geral seja muito menos otimista que na Península Ibérica.

Também os empresários latino-americanos são mais positivos, em geral, do que os políticos desses países, embora isso se deva ao fato dos empresários não terem uma percepção do agravamento da economia um agravamento tão sensível como a dos políticos. Em contraste, existe uma grande coincidência entre empresários e políticos da Península Ibérica sobre a melhoria económica registada nessa zona.

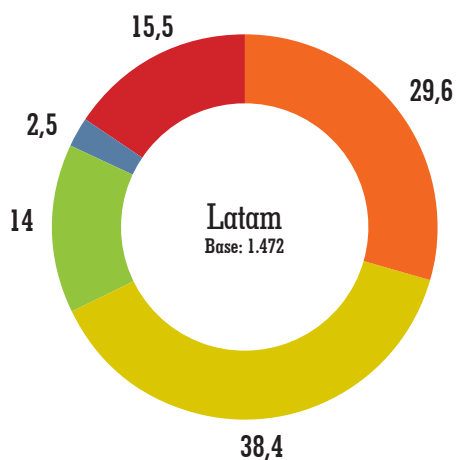
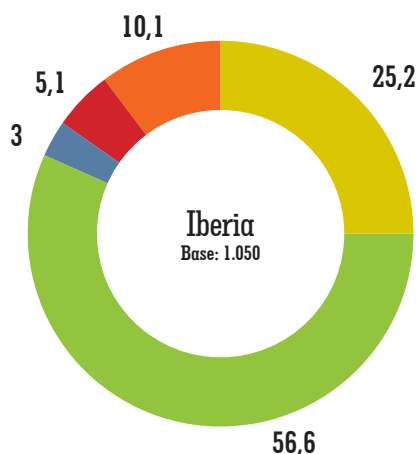
Como se pode observar, entre os países da América Latina estudados existe uma grande disparidade na percepção da situação económica. Na Colômbia os empresários captam uma melhoria da economia, ao passo que em países como o Chile, Argentina ou Peru o sentimento aponta para um claro agravamento. No Panamá, Equador, México, Brasil ou República Dominicana domina a sensação de estabilidade entre os empresários, o que acaba por propender a opinião maioritária da zona para esta opção. Tanto em Espanha como em Portugal, a visão atual é de clara melhoria económica.

Quanto aos políticos, percebe-se uma certa polarização nos latino-americanos, que apontam maioritariamente para uma expectativa de melhoria ou de agravamento, com poucas apostas pelo meio-termo, enquanto a maioria dos políticos espanhóis e portugueses coincidem com os empresários em considerar que a situação é agora mais positiva.

Para os empresários, as condições gerais da economia de seu país...



- Pioraram muito
- Pioraram bastante
- Não mudaram
- Melhoraram bastante
- Melhoraram muito



		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Pioraram	Não mudaram	Melhoraram
IBERIA	ESPAÑA	14,8%	24,6%	60,6%
	PORTUGAL	14,3%	34,3%	51,4%
LATAM	ARGENTINA	74,1%	22,2%	3,7%
	BRASIL	37,0%	45,0%	18,0%
	COLÔMBIA	8,0%	29,2%	62,8%
	CHILE	78,2%	15,6%	6,2%
	EQUADOR	9,0%	78,0%	13,0%
	MÉXICO	35,4%	54,9%	9,7%
	PANAMÁ	13,0%	79,0%	8,0%
	PERÚ	54,9%	25,7%	19,4%
	REP. DOMINICANA	25,6%	43,2%	31,2%

		Pioraram		Não mudaram		Melhoraram	
		Empresários	Políticos	Empresários	Políticos	Empresários	Políticos
IBERIA		14,7%	20,6%	25,6%	20,5%	59,7%	58,9%
LATAM		41,1%	60,0%	43,1%	20,4%	15,8%	19,7%
TOTAL		35,2%	56,4%	39,2%	20,4%	25,6%	23,2%

PERSPECTIVAS DE FUTURO

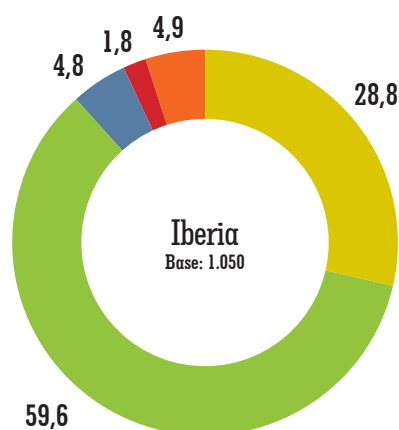
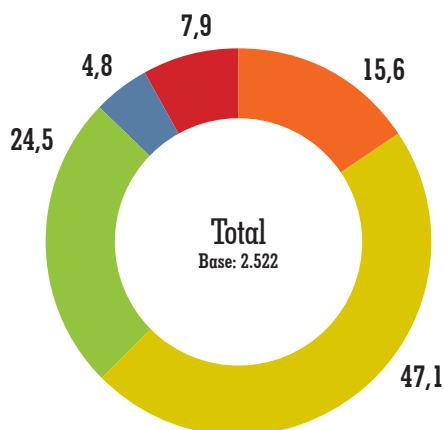
Quanto ao futuro da economia dos países estudados, observa-se o mesmo contraste entre as duas zonas e entre empresários e políticos quanto à avaliação da situação económica atual. Assim, na Península Ibérica observa-se um maior otimismo, sobretudo entre os empresários, enquanto na América Latina a visão é mais negativa, essencialmente em alguns países e com maior pendor para os políticos que para os empresários.

O otimismo na Península Ibérica leva a que dois em cada três empresários (65,8%) manifestem a sua confiança em que a economia nesta zona irá melhorar nos próximos meses. Quase metade dos políticos ibéricos, confia em que a situação melhorará (49,7%), e outros 44,4% pensam que, pelo menos, estabilizará nos próximos meses.

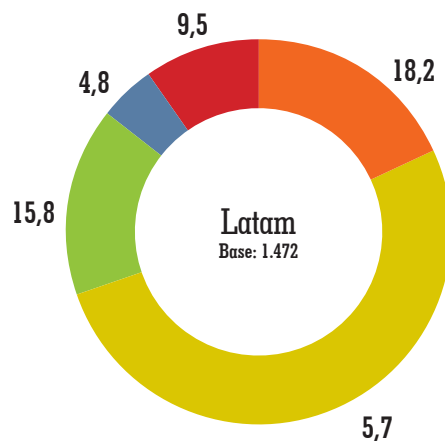
Os empresários latino-americanos são maioritariamente propensos a pensar que a situação se irá manter igual idêntica à agora observada (56,5%), embora até 40,7% dos políticos daquela região considerem que a economia irá piorar a curto prazo. Os países em que se observa um maior temor quanto ao futuro são os mesmos em que se deteta um agravamento da situação no último ano: Chile, Argentina, Brasil e Peru, as maiores economias da zona.

As perspectivas futuras para os empresários

- Piorarão muito
- Piorarão bastante
- Não mudarão
- Mudarão bastante
- Mudarão muito



		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Piorarão	Não mudarão	Mudarão
IBERIA	ESPAÑA	6,6%	24,6%	68,8%
	PORTUGAL	8,6%	51,4%	40,0%
LATAM	ARGENTINA	44,4%	46,9%	8,9%
	BRASIL	30,0%	58,0%	12,0%
	COLÔMBIA	4,4%	34,5%	61,1%
	CHILE	58,7%	20,9%	20,4%
	EQUADOR	10,0%	76,0%	14,0%
	MÉXICO	10,6%	71,7%	17,7%
	PANAMÁ	1,0%	78,0%	20,0%
	PERÚ	23,7%	38,3%	37,9%
	REP. DOMINICANA	16,0%	54,4%	29,6%



	Piorarão		Não mudarão		Mudarão	
	Empresários	Políticos	Empresários	Políticos	Empresários	Políticos
IBERIA	6,8%	6,0%	27,4%	44,4%	65,8%	49,7%
LATAM	24,3%	40,7%	56,5%	33,3%	19,2%	26,0%
TOTAL	20,4%	37,5%	50,0%	34,3%	29,6%	28,2%

As relações empresa-governo

PANORAMA GLOBAL DAS RELAÇÕES EMPRESA-GOVERNO

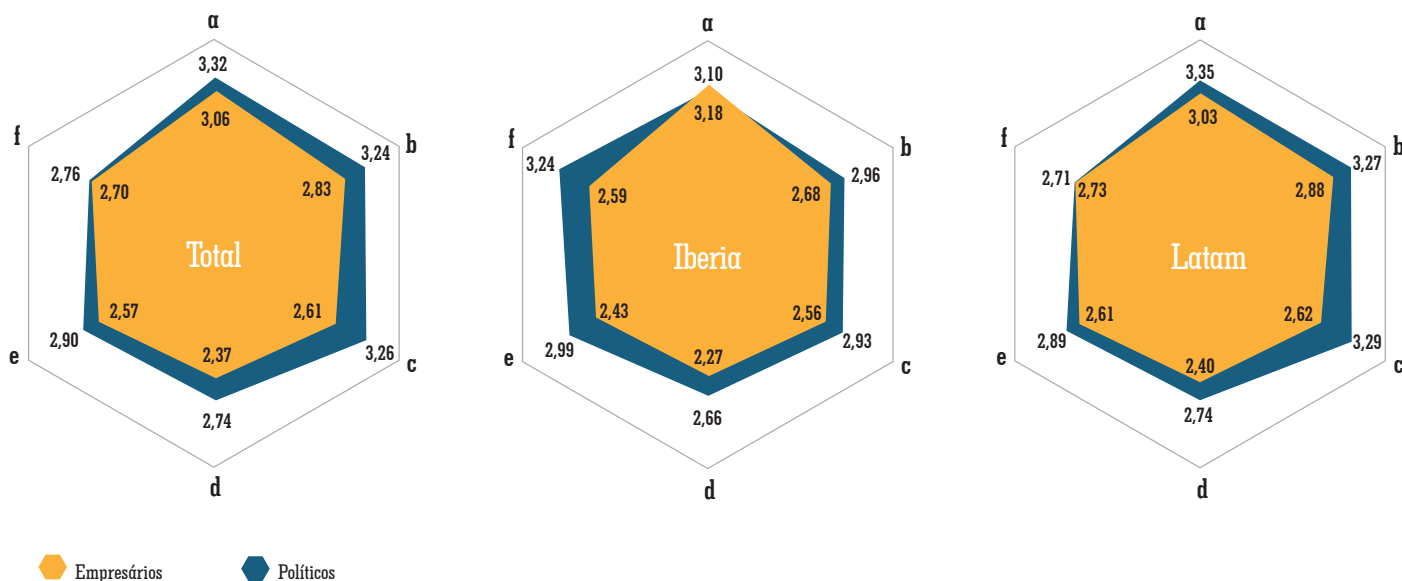
A qualidade das relações entre as empresas e o governo é vista de forma diferente pelos empresários e pelos políticos. Em termos gerais, os políticos costumam estar mais satisfeitos do que os empresários quanto aos níveis de parceria e interação que existem entre as empresas e o governo, apesar da opinião mais consensual (na que coincidem ambos os grupos) seja que as suas relações estão ainda longe de ter a fluidez desejável.

De fato, cerca de 40% dos inquiridos considera que o nível de relação é baixo, contra 20% que pensa que é alto ou muito alto.

Perante às respostas obtidas, podemos comprovar que atualmente as relações entre as empresas e os governos não passam por um bom momento. Existe um evidente clima de desconfiança entre os empresários e o poder público e a cooperação do governo com a atividade empresarial é considerada reduzida, o que resulta numa capacidade de influência muito limitada das empresas no desenvolvimento das políticas económicas dos países inseridos nesta pesquisa. As políticas públicas de apoio à expansão internacional das empresas ficam também aquém das expectativas dos empresários.


Em geral, existem maiores reservas quanto à qualidade das relações com o governo por parte dos empresários da Península Ibérica. Os empresários da América Latina mostram-se um pouco mais satisfeitos com o contato que mantêm com o executivo dos seus países, (média de 2,88 de 1 a 5, comparado com a uma média de 2,68 na Península Ibérica, o que representa valores inferiores ao de aprovação, (3)) e com a colaboração do governo com a atividade empresarial (2,61 vs. a apenas 2,43 na Península Ibérica). Os empresários latino-americanos demonstraram também um maior grau de satisfação relativamente à contribuição da política externa do seu governo na agilização da sua atividade no exterior, quando comparados com o setor empresarial da Península Ibérica (nota média de 2,73 e 2,59).

As relação das empresas e o governo



- a. O conhecimento que têm as empresas a respeito das políticas económicas e empresariais do governo
- b. O contacto das empresas e do governo do seu país
- c. A influência as empresas têm no desenho das políticas económicas do governo

- d. A confiança que a política do governo gera nas empresas
- e. A colaboração do governo do país com a actividade do sector empresarial
- f. A contribuição da política externa do governo no desenvolvimento da actividade das empresas no estrangeiro



Quanto aos indicadores em que os empresários se mostram mais críticos em relação aos seus governos, a confiança e a influência das empresas sobre a política económica, obtêm resultados bastante similares na América Latina e na Península Ibérica, com o nível de desconfiança a registar notas médias em torno de 2,3 em ambas as zonas (um verdadeiro chumbo em ambos lados do Atlântico). A insatisfação relativamente à capacidade de serem tidos em conta, resulta numa nota média de 2,62 na América Latina e de 2,56 na Península Ibérica.

Só o indicador sobre o conhecimento das empresas acerca das políticas económicas dos governos reúne um nível de aprovação moderadamente alto em ambas zonas (superior a 3), o que indica os esforços realizados pelos empresários da comunidade latino-americana para dispor de informação suficiente e atualizada sobre os planos dos seus governos.

Os políticos dos países da América Latina, de que dispomos de informação, mostram-se em geral mais satisfeitos que os da Península Ibérica (e muito mais que os seus empresários) quanto ao nível das relações entre as empresas e os governos, de onde resulta a boa avaliação obtida (3,27 e 2,96 na Península Ibérica) na mesma linha da capacidade de influência empresarial (cotada em 3,29 frente aos 2,93 ibéricos). Quanto à confiança gerada nas empresas pela política do governo e a colaboração que o executivo dedica à sua atividade, os resultados são muito parecidos em ambas zonas (bastante inferiores ao nível de aprovação da confiança, perto de 3 na colaboração). No que toca ao nível de conhecimento das empresas sobre os planos do governo, os políticos de ambas as zonas consideram-no bastante satisfatório (acima de 3).

Destaca-se a divergência entre os políticos da Península Ibérica e os da América Latina em relação ao apoio que acham que a política externa do seu país presta às empresas: os Ibéricos atribuem uma nota muito maior (3,24) do que os da América Latina (2,71), ao contrário do que ocorre com os empresários (embora com menos divergência entre estes, como vimos). Este fenómeno sucede também quanto à consideração da influência das empresas e quanto à avaliação do nível de parceria do governo (embora neste caso com maior divergência entre empresários que entre políticos). Nas restantes de questões, os políticos e os empresários de cada zona estão por norma alinhados, embora os últimos estejam sempre mais reticentes.

ANÁLISE DAS RELAÇÕES EMPRESA-GOVERNO

Fluxos de informação empresa-governo

O conhecimento das empresas sobre as políticas económicas e empresariais do governo recebe a melhor avaliação dos inquiridos, apesar de se observar a existência de uma ampla margem de melhoria (a nota média dos empresários supera por pouco os 3 e a dos políticos chega aos 3,3). Prova do fato, é que um em quatro empresários e políticos consideram o que fluxo de informação é ainda baixo ou muito baixo.

Por países, na América Latina os empresários que declaram um maior conhecimento das políticas do seu governo são os do Chile, Colômbia, Peru e República Dominicana (em todos estes países, a nota média supera os 3,1). Por outro lado, manifestam estar menos informados os empresários do Panamá, México, Brasil e Equador (neste país, ainda abaixo dos 3). Na Península Ibérica, os empresários de Portugal afirmam ser os que têm um menor conhecimento dos planos do seu executivo de todo o conjunto (com 2,79). Os vizinhos espanhóis declaram dispor de um nível de informação mais satisfatório (3,22).

A opinião dos políticos sobre o conhecimento empresarial das políticas públicas está a par com a dos empresários, embora sempre com uma qualificação muito acima da atribuída por estes. Destaca-se a grande distância que separa as opiniões de ambos coletivos no Panamá (com uma nota de 2,83 por parte dos empresários e 3,88 dos políticos), na Argentina (3,01 e 3,93) e no Equador (2,94 e 3,62, respetivamente). Só em Portugal a opinião dos políticos sobre esta questão é pior do que a dos empresários, com uma nota média de apenas 2,77.

Percepção das empresas sobre as políticas económicas e empresariais do Governo

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)



ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
3,18	3,10	3,17
3,03	3,35	3,09
3,06	3,32	3,11

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	ESPAÑA	21,7%	70,8%	7,5%
	PORTUGAL	37,1%	61,4%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	33,3%	56,8%	9,9%
	BRASIL	25,0%	74,0%	1,0%
	COLÔMBIA	8,8%	74,3%	17,8%
	CHILE	13,8%	68,4%	17,8%
	EQUADOR	25,0%	75,0%	0,0%
	MÉXICO	37,2%	59,3%	2,7%
	PANAMÁ	34,0%	64,0%	2,0%
	PERÚ	15,8%	77,9%	6,3%
	REP. DOMINICANA	25,6%	65,6%	8,8%

ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
3,22	3,68	3,24
2,79	2,77	2,78
3,01	3,93	3,48
2,89	3,00	2,92
3,64	3,70	3,64
3,69	3,85	3,70
2,94	3,62	3,02
2,83	-	2,84
2,83	3,88	2,97
3,32	3,56	3,38
3,10	-	3,14

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Contato empresa-governo

Todos os inquiridos referem que o nível de contato entre as empresas e o governo pode ser melhorado. São mais os que consideram que o nível de contacto é baixo ou muito baixo (32,5%) do que os que opinam que é alto ou muito alto (23,4%).

No entanto, as percepções são bastante diferentes quando se fala com um político ou com um empresário, tanto na América Latina como na Península Ibérica. Os empresários de ambas zonas coincidem na reivindicação de uma relação mais intensa (só um em cada cinco dentro do conjunto estudado as considera satisfatórias), Perante esta mesma questão, os políticos mostram-se mais satisfeitos com a situação existente, sobretudo os da América Latina, avaliando em 3,27 a relação atual, enquanto os da Península Ibérica parecem abrigar mais alguma dúvida (a sua avaliação aproxima-se de 3 mas não a supera).

Se procedermos a uma análise territorial, veremos que os empresários dos países da América Latina dispõem de um maior contato com o seu governo do que os da Península Ibérica, destacando-se especialmente os da Colômbia, Chile e Panamá (acima da nota média de 3), enquanto a Espanha não chega ao nível de aprovação (a menor nota de todo o conjunto) e Portugal não chega aos 3. Os países latino-americanos com os empresários mais insatisfeitos com o contato com o governo são: Equador, Brasil e Argentina.

Os políticos da América Latina opinam, em geral, que o nível de relação é bastante bom (os inquiridos dão notas médias acima de 3), com maior intensidade nos casos do Chile, Colômbia e Argentina. Na Espanha, a nota dos políticos é também elevada (3,5), enquanto, pelo contrário, os portugueses se ficam nos 2,64 (sendo esta a nota mais baixa do conjunto, inclusivamente inferior à atribuída pelos empresários de Portugal).

Percepção empresarial sobre o contacto entre as empresas e o governo no seu país

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)



ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,68	2,96	2,70
2,88	3,27	2,96
2,83	3,24	2,91

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	ESPAÑA	43,7%	54,0%	2,3%
	PORTUGAL	24,3%	71,4%	4,3%
LATAM	ARGENTINA	38,3%	58,0%	3,7%
	BRASIL	32,0%	67,0%	1,0%
	COLÔMBIA	18,6%	75,2%	6,2%
	CHILE	18,2%	76,9%	4,9%
	EQUADOR	33,0%	67,0%	0,0%
	MÉXICO	33,6%	60,2%	5,3%
	PANAMÁ	27,0%	64,0%	9,0%
	PERÚ	34,0%	64,8%	1,2%
	REP. DOMINICANA	40,0%	52,8%	7,2%

ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,65	3,50	2,68
2,94	2,64	2,83
2,77	3,45	3,11
2,75	3,18	2,88
3,27	3,60	3,29
3,24	3,85	3,27
2,74	3,31	2,81
2,87	-	2,86
3,08	3,44	3,13
2,79	3,25	2,89
2,92	-	2,95

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Influência das empresas nas políticas económicas

Em geral, os empresários e os políticos diferem de maneira ostensiva quanto à sua consideração da influência das empresas nos governos. Tanto na América Latina como na Península Ibérica, os políticos acham que esta influência é muito maior do que pensam os empresários (41,9% do conjunto de políticos pensa que é alta ou muito alta, e apenas 16,8% dos empresários concorda).

Por zonas, os empresários da América Latina e da Península Ibérica coincidem em considerar baixa a sua capacidade de serem tidos em conta pelos governos (com uma nota média em torno de 2,6). No entanto, os políticos da América Latina consideram-se mais influentes na esfera governativa do que os seus colegas da Península Ibérica (nota média a esta questão de 3,29, frente à de 2,93 dos políticos ibéricos).

Por países, destaca-se a baixa nota atribuída pelos empresários espanhóis à capacidade de influência (2,54) relativamente aos portugueses (2,81, bastante acima da média do conjunto). Na América Latina observa-se que os empresários argentinos consideram a sua influência muito inferior ao nível de aprovação (2,26), destacando também o desagrado dos empresários no Brasil (2,53), Equador (2,62) e México (2,65).

A melhor avaliação quanto à capacidade de influência empresarial, e mais alta do conjunto, regista-se na Colômbia, sendo também de destacar o Panamá e o Chile (que se encontra ao nível de Portugal, com uma nota média de 2,83).

A disparidade nas avaliações dos políticos na Argentina, Brasil e Chile é considerável (sempre com os políticos muito acima dos empresários na sua valorização da influência destes). Na América Latina os políticos que acham que as empresas têm uma influência menor são os do Equador e Panamá (ambos abaixo de 3), e os da Espanha e Portugal (com uma nota média similar à obtida no Equador).

Percepção empresarial sobre a influência que as empresas têm no desenho das políticas económicas do governo

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)



ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,56	2,93	2,60
2,62	3,29	2,76
2,61	3,26	2,73

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	ESPAÑA	51,2%	45,3%	3,5%
	PORTUGAL	34,3%	64,3%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	65,4%	32,1%	2,5%
	BRASIL	48,0%	49,0%	3,0%
	COLÔMBIA	32,7%	61,9%	5,3%
	CHILE	37,3%	60,0%	2,7%
	EQUADOR	40,0%	60,0%	0,0%
	MÉXICO	41,6%	53,1%	4,4%
	PANAMÁ	30,0%	67,0%	3,0%
	PERÚ	41,1%	54,5%	4,3%
	REP. DOMINICANA	50,4%	44,0%	5,6%

ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,54	2,94	2,55
2,81	2,92	2,85
2,26	3,11	2,69
2,53	3,45	2,81
2,93	3,20	2,98
2,83	3,69	2,87
2,62	2,29	2,65
2,65	-	2,71
2,88	3,00	2,90
2,74	3,16	2,83
2,66	-	2,67

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Confiança na política do governo

Em todo o conjunto estudado, o nível de confiança dos empresários no governo é muito baixo, sendo este o dado mais significativo de quantos aparecem na pesquisa em relação a questões de confiança. De fato, só 8,1% dos empresários que participam na sondagem reconhecem um alto crédito à política do governo do seu país. Trata-se, sem dúvida, de um resultado ligado às questões anteriores, sobretudo à pouca relação entre empresas e governos e a falta de influência dos empresários nas políticas públicas relacionadas com a atividade económica.

A falta de confiança empresarial, evidente em ambas as zonas estudadas (não se chega ao nível de aprovação em nenhuma destas), é maior na Península Ibérica do que na América Latina, um fenómeno replicado pelos políticos, embora com avaliações mais próximas ao nível de referência de aprovação nos dois âmbitos geográficos analisados.

Destaca-se que nenhum dos países considerados supera o nível que marca a aprovação (nota de 3) por parte dos empresários, sendo a Colômbia e o Panamá os que mais se aproximam, enquanto a Argentina e Brasil registam o maior afastamento desse valor. Na Espanha, o índice de avaliação empresarial também está mais perto do 2 que do 3, com um nível similar ao registado em Portugal.

Os políticos do Equador, Panamá e Argentina acreditam que o nível de confiança empresarial no governo é superior ao valor de aprovação. Na Argentina, a diferença entre a percepção dos empresários e a dos políticos volta a ser muito expressiva, com uma avaliação de 2 e de 3 respetivamente. Na América Latina, os políticos mais céticos são os do Brasil e Peru, e na Península Ibérica os portugueses, que, ao contrário dos políticos espanhóis, pontuam este indicador acima de 3.

Percepção empresarial sobre a confiança que a políticas do Governo gera nas empresas

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)



ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,27	2,66	2,30
2,40	2,74	2,47
2,37	2,74	2,44

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	ESPAÑA	61,6%	37,7%	0,7%
	PORTUGAL	58,6%	40,0%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	74,1%	25,9%	0,0%
	BRASIL	58,0%	42,0%	0,0%
	COLÔMBIA	31,0%	67,3%	1,8%
	CHILE	50,2%	48,9%	0,9%
	EQUADOR	36,0%	64,0%	0,0%
	MÉXICO	47,8%	51,3%	0,9%
	PANAMÁ	35,0%	64,0%	1,0%
	PERÚ	48,6%	51,0%	0,4%
	REP. DOMINICANA	60,8%	36,8%	2,4%

ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,26	3,06	2,29
2,31	2,44	2,36
2,00	3,00	2,51
2,22	2,64	2,35
2,90	2,80	2,89
2,45	2,92	2,47
2,60	3,38	2,69
2,53	-	2,52
2,75	3,38	2,84
2,45	2,68	2,51
2,34	-	2,38

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Colaboração entre governo e empresa

A percepção do grau de contribuição do governo para o desenvolvimento da atividade empresarial inscreve-se dentro do atual clima de desconfiança relativamente ao trabalho do poder executivo em geral. Em todo o conjunto de países é possível observar que a cooperação entre as empresas e os governos é considerada insatisfatória, sobretudo do ponto de vista dos empresários. Dentro do coletivo empresarial, quase metade (46.5%) considera que o nível de colaboração do governo é baixo ou muito baixo, uma opinião que os políticos partilham em menor medida (37,4%).

Por zonas, os empresários da América Latina concedem uma maior avaliação (2,61) à ajuda que prestada pelo governo que os seus pares da Península Ibérica (2,43), sempre abaixo do nível de aprovação. Naturalmente, os políticos de ambas zonas têm uma melhor opinião também neste ponto, mas mesmo assim a nota atribuída não alcança o nível de aprovação (aproximando-se de 3 nos dois âmbitos estudados).

Na América Latina, a avaliação mais baixa sobre o trabalho governamental em prol das empresas regista-se na Argentina, Brasil e Equador, enquanto na Península Ibérica são os empresários espanhóis os que estão menos satisfeitos com a atuação do seu governo (a um nível próximo do da Argentina, o mais baixo dos países latino-americanos). Na Colômbia, pelo contrário, os empresários aprovam os esforços do seu executivo (é o único país onde isto sucede, com uma nota de 3,1), aproximando-se do nível de aprovação no Panamá e Chile. A opinião dos empresários de Portugal (2,74) está mais próxima da aprovação que a dos seus colegas espanhóis.

Em muitos dos países participantes os políticos aprovam o nível de colaboração do seu governo com as empresas. De destacar, o alto índice registado no Equador, Panamá e Chile (acima de 3,5). Também na Espanha, ao contrário do que ocorre com os seus empresários, os políticos aprovam o trabalho do seu executivo (3,29). Não ocorre o mesmo em Portugal, onde os políticos são muito mais críticos (o índice fica nos 2,82), um fenómeno que se repete em países da América Latina como o Brasil e Peru (onde os políticos também não aprovam o seu governo nesta matéria).

Percepção empresarial sobre a colaboração do Governo do na atividade do sector empresarial

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)

	ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		Empresários	Políticos	Total	
	Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)				
IBERIA	54,7	44,5	0,8	2,43	2,99	2,47
LATAM	44,2	53,8	2,0	2,61	2,89	2,67
TOTAL	46,5	51,7	1,8	2,57	2,90	2,63

		DADOS EMPRESÁRIOS			ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)	Empresários	Políticos	Total
IBERIA	ESPAÑA	56,6%	42,7%	0,8%	2,39	3,29	2,42
	PORTUGAL	38,6%	60,0%	1,4%	2,74	2,82	2,77
LATAM	ARGENTINA	55,6%	43,2%	1,2%	2,36	3,16	2,76
	BRASIL	51,0%	48,0%	1,0%	2,42	2,73	2,51
	COLÔMBIA	26,5%	67,3%	6,2%	3,10	3,30	3,11
	CHILE	38,7%	59,1%	2,2%	2,76	3,54	2,80
	EQUADOR	35,0%	65,0%	0,0%	2,64	3,77	2,77
	MÉXICO	40,7%	56,6%	2,7%	2,73	-	2,71
	PANAMÁ	23,0%	77,0%	0,0%	2,93	3,75	3,04
	PERÚ	45,5%	53,0%	1,6%	2,57	2,89	2,64
	REP. DOMINICANA	49,6%	48,0%	2,4%	2,61	-	2,66

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Apoio à atividade internacional

Na importante questão sobre como a política diplomática dos governos contribui para a internacionalização das empresas existe um inédito consenso entre empresários e políticos da América Latina, que coincidem em considerar esta contribuição pouco satisfatória. Na Península Ibérica, pelo contrário, não há acordo entre os dois coletivos, com opiniões que se encontram muito afastadas, já que os empresários se mostram especialmente críticos e os políticos apoiam com clareza a atuação do seu governo no exterior.

Este fenómeno de polarização é mais perceptível na Espanha, onde os empresários dão uma nota muito aquém da aprovação enquanto os políticos superam este nível por várias décimas (2,55 e a 3,29, uma distância de 0,74 no índice). Em Portugal re-produz-se a situação, embora com uma divergência menor entre as opiniões do setor económico e do setor político, já que os empresários quase aprovam o seu governo e os políticos são um pouco menos favoráveis do que os espanhóis a este respeito (as notas são de 2,91 e 3,21, respetivamente).

Na América Latina, as posições dos dois coletivos inquiridos (empresários e políticos) coincidem na maior parte dos países, tanto os que expressam opiniões críticas (Brasil ou Peru, abaixo do nível de aprovação) como os que apoiam o seu governo nesta questão (Colômbia ou Chile, embora os políticos sejam mais entusiastas com o que faz o seu governo, como é lógico).

Existe um grande contraste entre o que pensam os empresários e os políticos sobretudo na Argentina (onde, como é habitual, as suas posições estão muito afastadas, e vemos que, embora os políticos também não aprovem o seu governo, os empresários são muito críticos e, dando uma nota próxima a 2, a nota destacadamente mais baixa de todo o conjunto). É um fenómeno que sucede também no Equador, onde a divergência entre ambos coletivos é ainda maior (os empresários dão uma nota de 2,66 e os políticos de 3,69), mas com a diferença que todos são muito mais otimistas que na Argentina.

Percepção empresarial sobre a contribuição da política externa do Governo no desenvolvimento da atividade das empresas no estrangeiro

■ Muito baixa/Baixa (1-2)
 ■ Média/Média-alta (3-4)
 ■ Muito alta (5)



ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,59	3,24	2,64
2,73	2,71	2,73
2,70	2,76	2,71

		DADOS EMPRESÁRIOS		
		Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	ESPAÑA	49,0%	49,9%	1,1%
	PORTUGAL	27,1%	70,0%	2,9%
LATAM	ARGENTINA	70,4%	29,6%	0,0%
	BRASIL	36,0%	62,0%	2,0%
	COLÔMBIA	26,5%	69,9%	3,5%
	CHILE	28,9%	63,1%	8,0%
	EQUADOR	34,0%	66,0%	0,0%
	MÉXICO	34,5%	61,9%	3,5%
	PANAMÁ	26,0%	74,0%	0,0%
	PERÚ	37,5%	59,7%	2,8%
	REP. DOMINICANA	57,6%	41,6%	0,8%

ÍNDICE DA RELAÇÃO EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,55	3,29	2,58
2,91	3,21	3,08
2,04	2,89	2,47
2,69	2,59	2,66
3,02	3,40	3,05
3,12	3,77	3,16
2,66	3,69	2,78
2,79	-	2,75
2,85	3,13	2,89
2,75	2,76	2,75
2,37	-	2,42

Índice de relação: média ponderada das valorizações realizadas numa escala de 1-5, pelos políticos e empresários que responderam à questão. A sua interpretação semântica oscila entre 1 (muito baixa) e 5 (muito alta).

Medidas perante a situação económica

MEDIDAS GERAIS

Pedimos a empresários e políticos da América Latina, Espanha e Portugal que se pronunciassem, dentro de uma ampla lista, acerca das medidas que propõem para enfrentar os desafios da economia nos seus respectivos países. Em geral, assinalaram medidas de todos os âmbitos de atuação, o que indica um elevado interesse na ação pública dentro do campo da economia. No entanto, são as medidas referentes à melhoria da gestão pública as que recebem um maior número de menções, tanto por parte dos empresários como dos políticos inquiridos (95,8% e 95,1% dos entrevistados, respetivamente, selecionaram este indicador, uma percentagem praticamente idêntica que indica o acordo existente neste ponto).

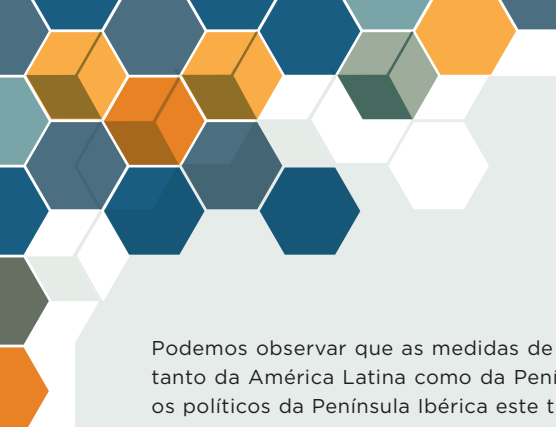
Depois do consenso que regista esta linha de atuação, vemos que nos restantes indicadores existem algumas diferenças qualitativas na atenção que geram. Assim como os empresários alertam sobretudo para a necessidade de tomar medidas em relação à reforma laboral e ao marco regulador (91,4% de menções em ambos pontos), os políticos incidem mais nas medidas de política social (89,4%) e de medidas fiscais (87,8%).

O tipo de medidas menos mencionadas pelos empresários são as de política monetária (com apenas 80,2% de menções) e de política social (89,1%, esta percentagem muito mais próxima da registada pelas medidas mais mencionadas). Os políticos demonstram também o seu menor interesse para questões relativas à política monetária (assim como os empresários, mas com apenas 74,2%) e à reforma do mercado de trabalho (que agora recebe 80,7% das menções mas que em 2012 ocupava o primeiro lugar entre a preferência dos políticos).

Para facilitar a análise territorial, selecionamos as três medidas mais mencionadas por empresários e políticos de cada um dos países estudados, como se vê no quadro seguinte.

Medidas mais urgentes que devem ser acordadas entre empresas e o Governo para enfrentar os desafios económicos do país...

%	GESTÃO PÚBLICA		FISCAIS		ENQUADRAMENTO REGULADOR		MERCADO LABORAL		POLÍTICA SOCIAL		POLÍTICA MONETÁRIA	
	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P
ESPAÑA	96,1	88,2	87,4	70,6	89,0	91,2	91,4	88,2	83,8	76,5	65,3	64,7
PORTUGAL	98,6	87,2	98,6	92,3	95,7	79,5	94,3	79,5	94,3	71,8	87,1	66,7
TOTAL IBERIA	96,4	87,6	88,6	84,4	89,7	83,8	91,7	82,7	84,9	73,5	67,6	65,9
ARGENTINA	95,1	96,4	100,0	91,6	86,4	78,3	88,9	75,9	86,4	91,6	90,1	81,9
BRASIL	98,0	95,5	94,0	88,6	93,0	84,1	94,0	81,8	90,0	84,1	83,0	70,5
COLÔMBIA	95,6	90,0	70,8	60,0	80,5	80,0	79,6	90,0	88,5	70,0	68,1	70,0
CHILE	84,4	92,3	76,9	92,3	86,2	92,3	84,9	92,3	84,9	92,3	68,0	76,9
EQUADOR	98,0	92,3	98,0	84,6	99,0	84,6	99,0	92,3	99,0	76,9	95,0	76,9
MÉXICO	96,5	100,0	96,5	100,0	96,5	100,0	93,8	80,0	93,8	100,0	91,2	100,0
PANAMÁ	100,0	100,0	100,0	93,8	99,0	93,8	100,0	87,5	100,0	87,5	100,0	87,5
PERÚ	95,7	96,0	79,1	64,0	83,8	76,0	83,8	80,0	81,8	80,0	73,1	57,3
REP. DOMINICANA	92,0	100,0	87,2	66,7	82,4	100,0	84,0	100,0	83,2	100,0	75,2	100,0
TOTAL LATAM	91,5	95,8	83,8	88,2	94,0	83,1	95,6	80,5	91,9	86,7	90,2	75,0
TOTAL E/P	95,8	95,1	90,9	87,8	91,4	83,1	91,4	80,7	89,1	89,4	80,2	74,2
TOTAL CONJUNTO	95,7		90,3		89,9		89,4		88,4		79,1	



Podemos observar que as medidas de gestão pública são as mais mencionadas pelos empresários da maior parte dos países, tanto da América Latina como da Península Ibérica, coincidindo com os políticos latino-americanos inquiridos, enquanto para os políticos da Península Ibérica este tipo de medidas ocupa o segundo lugar de preferência. As medidas referentes ao marco regulador são mencionadas também mais pelos empresários na América Latina do que na Península Ibérica, com a reforma do mercado de trabalho a contabilizar um grande número de menções em ambas as zonas.

Por países, destaca-se o interesse que desperta a reforma do marco regulador entre os empresários de países da América Latina como o Chile, Equador e Panamá, assim como o lugar preferencial atribuído pelos empresários argentinos às medidas fiscais. Para os empresários da Colômbia, Chile e Equador, as políticas sociais ocupam o segundo lugar de preferência, e essa posição é ocupada na Península Ibérica por diferentes tipos de medidas: os empresários espanhóis estão mais interessados em medidas de reforma laboral e os portugueses fixam a sua atenção nas medidas de caráter fiscal.

Quanto aos políticos, os portugueses mencionam em primeiro lugar as medidas fiscais e os espanhóis realçam as que afetam o marco regulador. A segunda posição no interesse dos políticos da Argentina, Brasil e Panamá está fixada nas medidas fiscais, enquanto os políticos da Colômbia, Chile e Equador estão mais voltados para as relacionadas com a reforma do mercado de trabalho.

Ao aprofundar as medidas específicas propostas pelos empresários e políticos que responderam à sondagem, encontramos que a medida mais mencionada por ambos os coletivos é: “Incentivar uma economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais” (medida sobre o marco regulador mencionada por cerca de 60% dos inquiridos, tanto na América Latina como na Península Ibérica). Também cabe destacar o amplo consenso que geram as medidas para “Aumentar a competitividade e produtividade das empresas impulsionando a capacitação dos trabalhadores” (medida de caráter laboral mencionada em percentagens próximas aos 50% nas duas zonas estudadas).

No quadro seguinte podemos observar como algumas das medidas propostas pelos empresários nos 6 primeiros lugares de preferência não coincidem com as propostas dos políticos, como ocorre com “Fortalecer os mercados internos” (mais reivindicada pelos empresários da América Latina que pelos da Península Ibérica) ou “Reduzir impostos” (que pelo contrário é uma medida que mais mencionada pelos empresários ibéricos). Quanto às preocupações prioritárias dos políticos que não coincidem com as dos empresários, encontramos “Investir em infraestruturas básicas” (quase não mencionada pelos políticos da Península Ibérica) e o “Controlo da inflação” (também quase não mencionada nem por empresários nem por políticos ibéricos).

Outra diferença na quantidade de menções das propostas assinaladas encontra-se no maior ênfase atribuído pelos empresários da Península Ibérica à necessidade de reduzir a corrupção no seu país (sobretudo na Espanha, onde é uma questão que preocupa a 56% dos empresários, e 22,9% em Portugal), algo que contrasta com a menor percentagem de políticos ibéricos que assinalam a luta contra a corrupção entre as medidas preferenciais (neste coletivo, os portugueses estão mais preocupados com a questão, com 30,8% de menções, contra as 17,6% dos políticos espanhóis inquiridos). Este ponto é mencionado por mais de metade dos políticos latino-americanos inquiridos (51,2%).

Também de destacar, as divergências relativas à importância de garantir um melhor acesso à educação, que preocupa mais aos empresários da América Latina (39,2%, com maior prevalência no Peru, Chile e Colômbia) que os da Península Ibérica (sendo os de Portugal os que se mostram menos preocupados com esta questão, com 27,1% de menções), embora a diferença seja maior entre os políticos, já que 46,2% dos latino-americanos (sobretudo os do Panamá, Brasil e Peru) assinala este ponto, e apenas 17,8% dos políticos na Península Ibérica (com níveis de resposta muito parecidos em Portugal e em Espanha).

Medidas mais urgentes que devem ser acordadas entre empresas e o Governo para enfrentar os desafios económicos do país...

LINHA DE AÇÃO	MEDIDA (%)	IBERIA		LATAM		TOTAL	
		E	P	E	P	E	P
GESTÃO PÚBLICA	Investir no melhoramento e desenvolvimento das infraestruturas básicas	12,4	8,6	30,2	47,6	26,2	44,1
	Reorganizar e adequar a estrutura do Estado	54,8	31,3	26,3	34,0	32,7	33,8
	Eliminar obstáculos administrativos	42,9	40,0	29,7	37,3	32,7	37,5
	Fortalecer os mercados internos	18,4	21,6	17,5	27,6	17,7	27,1
	Reduzir a corrupção	52,5	26,0	33,3	51,2	37,6	48,9
FISCAIS	Controlo do deficit e dívida pública	41,9	36,8	17,9	30,7	23,3	31,2
	Controlo da Inflação	8,2	11,9	28,0	47,1	23,6	43,9
	Reduzir os impostos e de produtos/serviços	44,5	48,7	40,6	38,9	41,5	39,8
	Avançar na quantidade/qualidade da cobrança fiscal	28,4	15,1	24,2	27,2	25,2	26,1
ENQUADRAMENTO REGULADOR	Reduzir as tendências protecionistas do Estado	20,9	23,8	20,9	27,5	20,9	27,2
	Potenciar a busca da harmonização normativa regional	23,1	11,3	19,0	27,0	20,0	25,6
	Incentivar a economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais	60,7	57,3	60,1	59,7	60,3	59,5
	Reforçar o investimento em I+D+i	58,4	48,1	21,5	30,7	29,7	32,2
MERCADO LABORAL	Potenciar a moderação salarial	7,3	8,1	12,6	11,3	11,4	11,0
	Aumentar a produtividade e competitividade	53,3	43,8	51,0	45,8	51,5	45,6
	Flexibilizar as relações laborais empresa-trabalhador	36,0	23,8	30,1	20,0	31,4	20,4
	Impulsionar a conciliação entre a vida laboral/familiar	23,5	28,6	9,5	22,0	12,6	22,6
POLÍTICA SOCIAL	Promover a aplicação de políticas de responsabilidade empresarial	25,4	18,9	13,4	22,0	16,1	21,8
	Desenvolver programas/políticas da pobreza/inclusão social	35,4	20,5	34,8	40,9	34,9	39,1
	Prever mecanismos de aspectos demográficos	35,7	33,0	18,8	19,2	22,6	20,5
	Garantir melhor acessibilidade/qualidade na educação	35,9	17,8	39,2	46,2	38,4	43,6
	Sustentabilidade do meio ambiente	15,5	19,5	11,7	37,1	12,6	35,5
POLÍTICA MONETÁRIA	Política monetária expansiva	19,7	18,9	12,2	24,7	13,9	24,2
	Política monetária restrictiva	4,7	1,1	8,8	10,1	7,9	9,2
	Fortalecer os mercados internos	38,3	34,6	44,9	35,5	43,4	35,4
	Manter taxas de câmbio reais e moderadas	12,9	14,1	23,6	20,1	21,2	19,5

PRIORIDADES DE ATUAÇÃO

Perante a amplitude das medidas propostas por empresários e políticos para enfrentar os desafios económicos dos países latino-americanos, na Espanha e em Portugal, solicitou-se aos entrevistados que indicassem qual era a medida prioritária entre todas as mencionadas.

Em geral, os desafios mais urgentes mencionados pelo conjunto dos entrevistados pertencem ao âmbito das medidas de reforma do marco regulador (31,7% dos empresários e 26% dos políticos mencionam-no) e ao das medidas de melhoria da gestão pública (que são assinaladas por 24,4% dos empresários e por 22,8% dos políticos). Estas são classificadas como prioridade máxima tanto na América Latina como na Península Ibérica.

Como se pode observar, com um nível de prioridade menor mencionam-se as medidas relacionadas com a política fiscal, com o mercado de trabalho e com a política social. A necessidade de tomar medidas imediatas de política monetária encontra-se muito baixa em todo o conjunto de entrevistados, 7,0% entre os empresários e 5,6% entre os políticos, tanto na América Latina como na Península Ibérica.

Como mostra o quadro seguinte, a prioridade das reformas do marco regulador é máxima para os empresários dos países da América Latina, exceto para os da Argentina, Brasil e Panamá (onde é a segunda prioridade mais citada) e no Equador (onde não aparece como uma prioridade). Também o é para os empresários de Espanha e Portugal. Em concordância, a urgência das medidas de melhoria da gestão pública ocupa um lugar destacado na opinião dos empresários ibéricos e de grande parte dos empresários dos países da América Latina, exceto no Chile e Panamá (onde não aparece como prioridade).

Medidas mais urgentes que devem ser acordadas entre empresas e o Governo para enfrentar os desafios económicos do país...

%	MARCO REGULATÓRIO		GESTÃO PÚBLICA		FISCAIS		MERCADO DE TRABALHO		POLÍTICA SOCIAL		POLÍTICA MONETÁRIA	
	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P	E	P
ESPAÑA	38,7	52,9	30,5	17,6	8,8	0,0	13,7	14,7	4,3	8,8	1,3	2,9
PORTUGAL	32,9	43,6	17,1	25,6	15,7	15,4	14,3	12,8	7,1	2,6	11,4	0,0
TOTAL IBERIA	38,1	47,0	29,1	22,7	9,5	9,8	13,7	13,5	4,6	4,9	2,4	1,1
ARGENTINA	25,9	15,7	13,6	15,7	32,1	38,6	9,9	7,2	8,6	15,7	8,6	7,2
BRASIL	22,0	27,3	31,0	25,0	17,0	11,4	11,0	2,3	8,0	27,3	11,0	6,8
COLÔMBIA	43,4	30,0	36,3	20,0	3,5	0,0	5,3	0,0	6,2	20,0	2,7	10,0
CHILE	53,8	46,2	8,4	7,7	5,3	7,7	11,1	7,7	16,9	23,1	2,2	0,0
EQUADOR	15,0	30,8	18,0	7,7	21,0	23,1	15,0	23,1	17,0	7,7	14,0	0,0
MÉXICO	28,3	0,0	18,6	40,0	15,0	40,0	17,7	20,0	10,6	0,0	8,8	0,0
PANAMÁ	18,0	18,8	16,0	12,5	13,0	18,8	17,0	18,8	19,0	18,8	17,0	12,5
PERÚ	45,1	45,3	32,0	33,3	4,3	5,3	6,3	5,3	8,7	6,7	2,0	0,0
REP. DOMINICANA	29,6	33,3	25,6	0,0	18,4	33,3	14,4	0,0	6,4	0,0	4,0	33,3
TOTAL LATAM	29,9	23,9	23,1	22,9	15,0	20,3	12,9	5,3	10,0	20,6	8,3	6,1
TOTAL E/P	31,7	26,0	24,4	22,8	13,8	19,4	13,1	6,1	8,8	19,2	7,0	5,6
TOTAL CONJUNTO	30,6		24,1		14,8		11,8		10,7		6,7	

Como particularidades, vemos que os empresários da Argentina (como sucede com os seus políticos) veem como prioritárias as medidas fiscais, uma opinião que partilham com os empresários do Equador. Os do Panamá dão prioridade às medidas de política social, uma linha de ação pública que encontra eco, como segunda prioridade, no Chile, cujos empresários, juntamente com os do México e Panamá, mencionam como terceiro grupo de atuações mais urgentes as relacionadas com o mercado de trabalho. Nisso coincidem os empresários espanhóis, enquanto os portugueses se inclinam, em terceiro lugar, para as medidas fiscais.

Os políticos da maior parte dos países seguem, em linhas gerais, as mesmas pautas que os seus empresários na hora de priorizar as medidas a tomar, embora com algumas divergências assinaláveis, como a maior insistência na necessidade de medidas urgentes de política social que se regista entre os representantes públicos do Brasil, Colômbia e Argentina (onde os empresários não situam este tipo de medidas entre as três prioritárias). Também é de referir que no Panamá os políticos estão preocupados sobretudo com as medidas fiscais, enquanto os seus empresários assinalam a necessidade prioritária de políticas sociais.

Quanto às medidas específicas assinaladas como urgentes, cabe assinalar que existe um forte dispersão nas menções realizadas pelos entrevistados, algo que reflete a diversidade das situações que devem enfrentar os diferentes países estudados e a dificuldade de uma receita comum para a solução imediata dos desafios que enfrentam.

No entanto, é possível estabelecer alguns focos de interesse comum entre empresários e políticos do conjunto estudado, como sucede com a urgência de tomar medidas para “Incentivar a economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais”, mencionada por 14,7% dos empresários e 15,6% dos políticos. Também as medidas para “Reduzir a corrupção” recebem um destacado nível de apoio conjunto, sendo mencionadas por 7,7% de empresários e por 9,0% dos políticos.

À parte destas coincidências, as prioridades marcadas por empresários e políticos divergem de forma geral, já que os empresários estão mais centrados em medidas de impulso económico e de gestão pública, e os políticos mais atentos ao controlo da economia e à política social, como se pode observar no quadro seguinte.

Existem também grandes diferenças por zonas: os empresários da Península Ibérica assinalam como prioridade em maior medida o reforço do investimento em P&D+i, no que coincidem com os políticos dessa zona, enquanto os políticos da América Latina não mostram um especial interesse em priorizar este investimento (apenas 2,6% dos inquiridos). Na prioridade da luta contra a corrupção estão mais interessados os empresários da Península Ibérica que os seus políticos (9,9% e 4,9%), um fenómeno que se inverte, embora em menor medida, na América Latina (7,4% e 9,4%). Os empresários de Espanha e Portugal consideram também especialmente urgente a reorganização e adequação da estrutura do Estado (14,8%, uma percentagem que quase dobra a dos seus políticos e triplica a dos empresários da América Latina).

Pelo contrário, o interesse pelas políticas sociais é muito mais acentuado na América Latina do que na Península Ibérica, entre os empresários e sobretudo entre os políticos inquiridos. É de destacar que os representantes públicos da Península Ibérica assinalem com tão alta percentagem os incentivos às empresas como a medida mais urgente (30,3%, o dobro dos restantes entrevistados, com uns destacados 41% entre os políticos portugueses). Existem outros temas, como o controlo da inflação, que preocupa mais a América Latina do que a Península Ibérica (onde não gera nenhum interesse perceptível), embora outros assuntos, como a redução de impostos, atinja uma percentagem de menções muito semelhante em todo o conjunto dos entrevistados (cerca de 5%).

Medidas mais urgentes que deveriam ser acordadas entre empresários e governo para enfrentar os desafios econômicos em seus países...

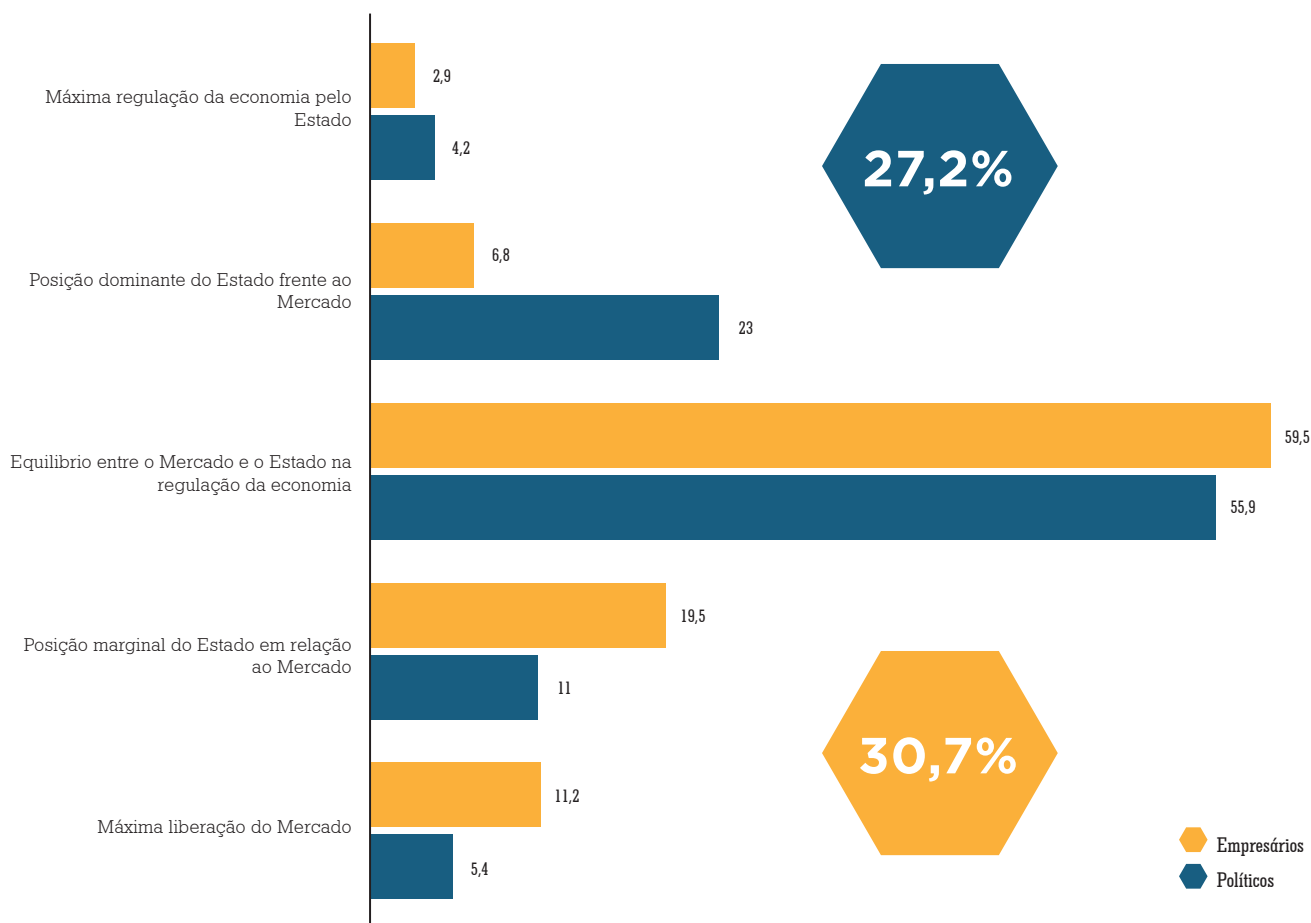
LÍNEA DE ATUAÇÃO	MEDIA (%)	IBERIA		LATAM		TOTAL	
		E	P	E	P	E	P
MARCO REGULATORIO	Reduzir as tendências protecionistas do Estado	3,6	2,2	6,2	4,9	5,6	4,7
	Potencializar a busca de uma harmonização normativa regional	3,5	2,2	3,2	2,3	3,2	2,2
	Incentivar a economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais	16,8	30,3	14,1	14,2	14,7	15,6
	Reforçar o investimento em I + D + i	14,2	12,4	6,4	2,6	8,1	3,5
	Investir na melhoria e no desenvolvimento de infraestruturas básicas	1,3	2,2	5,6	5,5	4,6	5,2
GESTÃO PÚBLICA	Reorganizar e adequar a estrutura do Estado	14,8	8,7	5,0	2,6	7,2	3,2
	Eliminar obstáculos administrativos	1,8	4,3	3,3	4,5	3,0	4,5
	Fortalecer os mercados internos	0,9	2,7	2,2	0,8	1,9	0,9
	Reduzir a corrupção	10,4	4,9	6,9	9,4	7,7	9,0
FISCAIS	Controlar o déficit e a dívida pública	2,8	4,9	2,3	2,0	2,4	2,2
	Controle da inflação	0,2	0,0	4,3	9,5	3,4	8,6
	Reduzir impostos trabalhistas e de produtos/serviços	5,1	4,9	5,4	5,7	5,3	5,7
	Avançar na capacidade/qualidade da arrecadação fiscal	1,4	0,0	3,0	3,2	2,7	2,9
MERCADO DE TRABALHO	Potencializar a moderação salarial	0,5	4,3	2,0	0,7	1,6	1,0
	Incrementar a competitividade e a produtividade	6,7	7,6	5,3	3,7	5,7	4,0
	Flexibilizar as relaciones laborales empresa-trabajador	5,3	1,6	5,1	1,0	5,1	1,0
	Impulsionar a conciliação entre a vida familiar/laboral	1,2	0,0	0,5	0,0	0,6	0,0
POLÍTICA SOCIAL	Promover a aplicação política de responsabilidade empresarial	1,4	2,2	1,1	0,3	1,2	0,5
	Desenvolver programas/políticas de pobreza e inclusão social	1,1	0,0	2,6	6,5	2,3	5,9
	Prever mecanismos de aspectos demográficos	0,5	1,6	1,5	2,1	1,3	2,0
	Garantir melhor acessibilidade/qualidade na educação	1,3	1,1	4,6	8,1	3,9	7,4
	Sustentabilidade ambiental	0,2	0,0	0,2	3,7	0,2	3,3
POLÍTICA MONETÁRIA	Política monetária expansiva	0,5	1,1	0,6	0,5	0,6	0,6
	Política monetária restritiva	0,4	0,0	2,3	1,1	1,9	1,0
	Fortalecer os mercados internos	1,4	0,0	4,2	2,5	3,6	2,3
	Manter taxas de câmbio reais e moderadas	0,0	0,0	1,1	1,9	0,9	1,7

O MODELO DE REGULAÇÃO DA ECONOMIA

Como complemento à secção anterior, dada a importância deste ponto para o desenvolvimento económico da zona, pedimos aos entrevistados que indicassem qual o modelo regulador que consideram mais adequado, oferecendo a possibilidade de avaliação de duas opções opostas: o modelo baseado numa economia completamente regulada pelo Estado e um modelo em que a economia é unicamente determinada pelo mercado.

Os resultados da sondagem conduzem a duas conclusões fundamentais. Por uma parte, observa-se que a maioria dos inquiridos, tanto empresários como políticos, se identificam com uma postura eclética: um modelo que privilegia o equilíbrio entre o Estado e o mercado na regulação da economia.

Opinião sobre o modelo de regulação da economia



Por outra parte, é possível constatar que entre os empresários existe uma postura global mais propícia à regulação através do mercado e a livre concorrência, enquanto os políticos inquiridos tendem a apoiar a primazia do Estado. Esta inclinação acontece porque aqueles que não optam pelo equilíbrio, em cada um dos coletivos, posicionam-se de maneira inversa, e além disso porque a posição relativa dos que escolhem o equilíbrio tende também para os polos opostos.

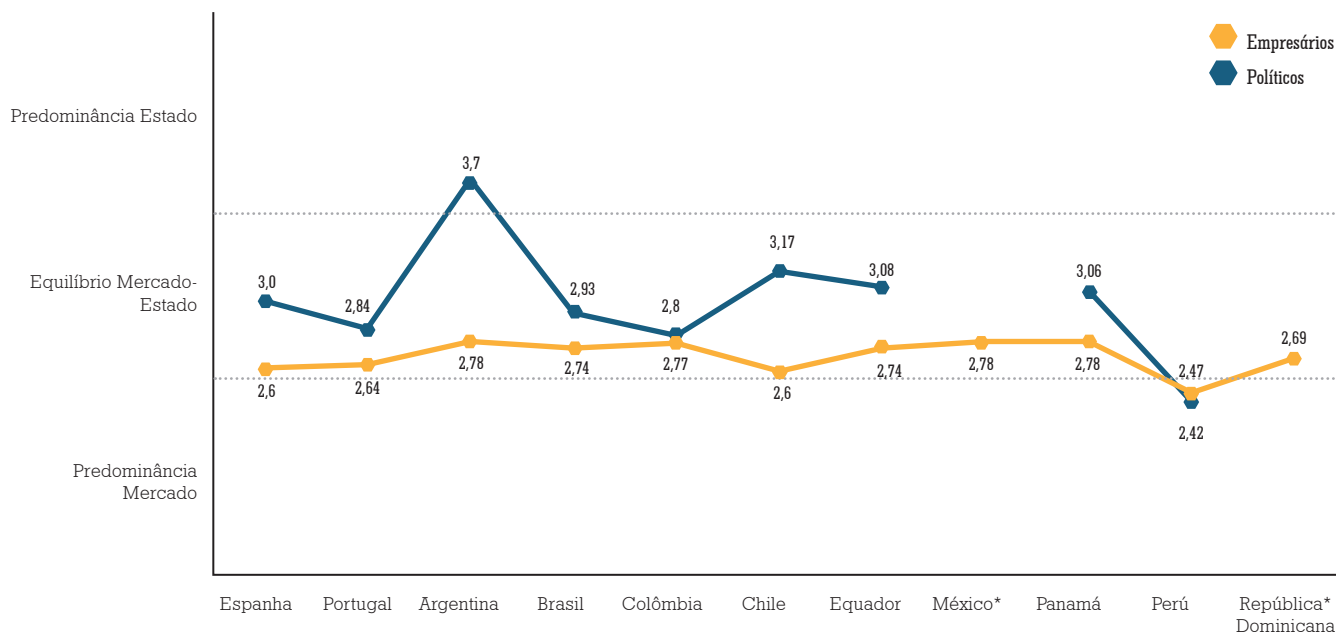
Os resultados por países evidenciam a tendência rumo à centralidade de empresários e políticos, assim como um posicionamento diverso dentro dessa centralidade. Podemos observar com clareza no gráfico seguinte, realizado a partir do índice de posição 1-5 (no qual 1 é a postura mais propícia ao mercado e 5 a mais propensa ao Estado) escolhido pelos inquiridos.

Pode-se observar que os empresários do Peru e Chile são os mais partidários da liberalização da economia, enquanto os seus pares dos restantes países da América Latina analisados o indicam de forma menos expressiva do que os de Espanha e Portugal, embora em nenhum caso se chegue ao valor de 3 que marca o equilíbrio exato.

Quanto aos políticos inquiridos, os que se mostram mais favoráveis à regulação estatal são os argentinos (com um índice de 3,70, já fora do intervalo considerado como propenso ao equilíbrio), enquanto os mais liberais são os do Peru (mais ainda que os seus empresários) e da Colômbia (por baixo do nível 3). Destaca-se a divergência que se regista entre os políticos e os empresários argentinos, assim como no Chile (embora neste caso em menor medida).

A posição dos políticos da Península Ibérica oscila entre o equilíbrio exato dos espanhóis (com um índice de 3,00) e a tendência para um leve aumento do liberalismo dos portugueses (2,84, um nível similar ao dos políticos colombianos).

O modelo de regulação da economia propugnado nos diferentes países (índice de regulação)



* Não se incorpora dado porque a base é insuficiente

A liderança na América Latina, Espanha e Portugal

CARACTERÍSTICAS DOS LÍDERES

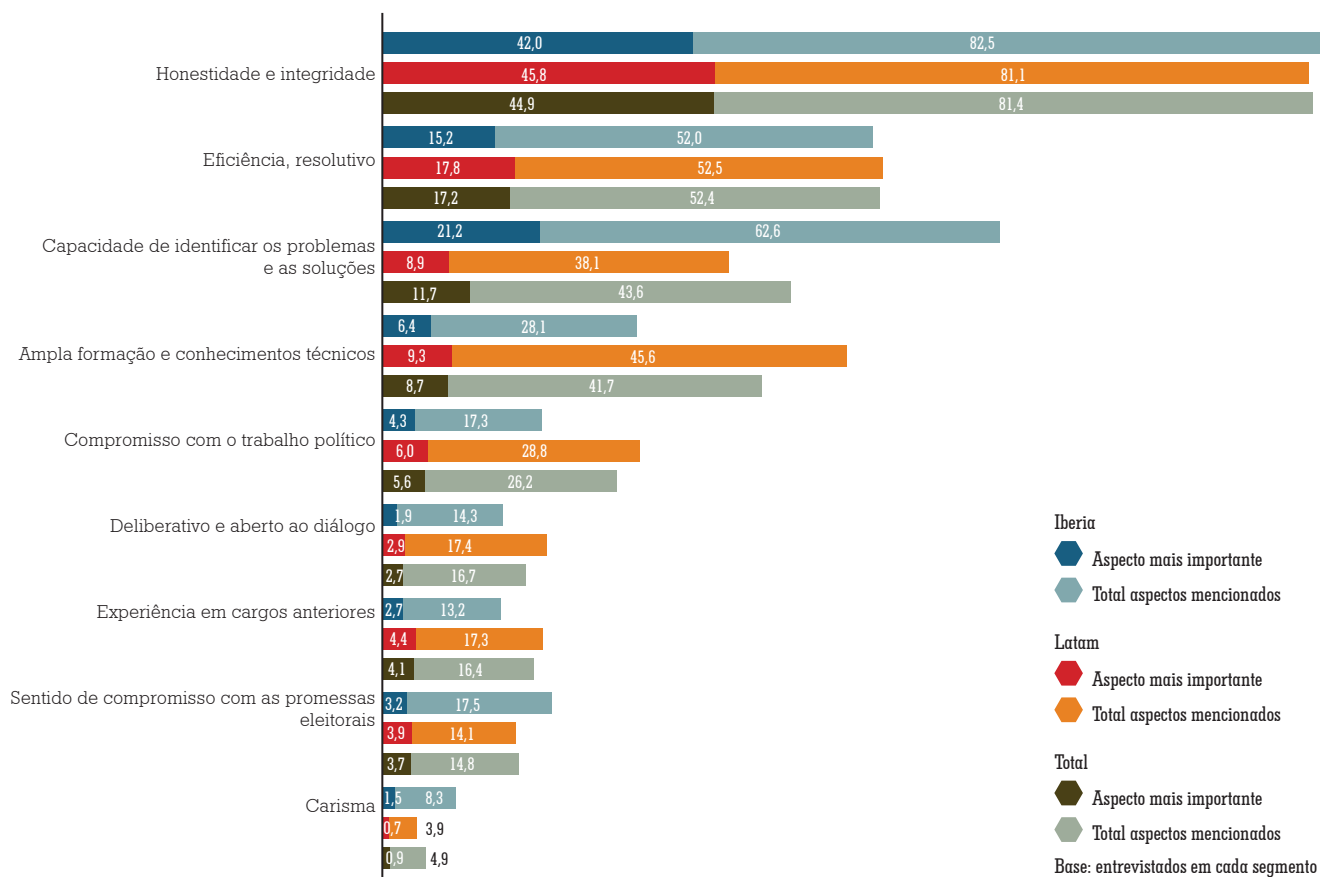
As características de um bom líder político (na perspetiva dos empresários)

Na perspetiva dos empresários, a honra ou integridade é a principal característica que deve possuir um líder político. Para 44,9% é o traço mais importante, percentagem que se eleva para 81,4% quando se consideram os três aspetos que devem caracterizar um líder político.

Mas a honra não é condição suficiente para garantir a liderança. O coletivo empresarial assinala que deve ir acompanhada de eficiência, assim como da capacidade de identificar os problemas e oferecer as melhores soluções. A tudo isso cabe acrescentar uma ampla formação académica e suficientes conhecimentos técnicos.

A opinião dos empresários sobre as qualidades que deve ter um bom político é bastante homogénea no conjunto de 11 países analisados. Como se pode observar no quadro seguinte, a honra é destacada em todos como a questão chave. Também a eficiência é uma característica de destaque nos políticos para a maior parte dos empresários entrevistados em ambas as zonas (América Latina e Península Ibérica).

As características de um bom político, segundo os empresários são...



Existem, no entanto, algumas particularidades nas preferências expressas nos diferentes países. Vemos, a este respeito, que a eficiência é apreciada muito acima da média no Panamá, enquanto em Portugal sucede o contrário. Uma das qualidades cuja apreciação mais oscila entre os diversos países, em ambos lados do Atlântico, é a capacidade de identificar os problemas e de oferecer soluções, que é assinalada por 67,3% na Colômbia e por apenas 16% no país vizinho, o Equador, um fenómeno que se repete entre Brasil e Peru (23,0% e 60,5%) ou entre Chile e Argentina (65,8% e 38,3%). O mesmo sucede na Península Ibérica: é uma qualidade preferencial para 65,7% dos empresários espanhóis, e para apenas 35,7% dos seus pares portugueses.

Também observamos que a formação académica e técnica é um dos requisitos da liderança política mais relevantes em países da América Latina como o México, Brasil e Equador (para cerca de 50% dos inquiridos nestes três países), em oposição à opinião predominante na Argentina ou Equador, onde esta qualidade não possui tanta importância, posição partilhada também nos países ibéricos.

Outros detalhes significativos são a relevância relativamente maior dada na Argentina a características como o compromisso, o cumprimento dos compromissos ou o carácter dialogante. Também no Brasil se aposta por líderes políticos comprometidos, destacando-se no Equador a capacidade de diálogo, qualidades preferenciais também em Portugal, onde se reivindica, muito mais do que na América Latina, que os líderes tenham carisma (18,6%), exigência partilhada também pelos empresários espanhóis, embora em menor medida (7,1%).

As características de um bom político/empresário, segundo os empresários são...

(Total de aspectos mais mencionados)

	ESPAÑA	PORTUGAL	ARGENTINA	BRASIL	COLÔMBIA	CHILE	EQUADOR	MÉXICO	PANAMÁ	PERÚ	REPÚBLICA DOMINICANA
...HONESTIDADE E INTEGRIDADE	82,9%	78,6%	76,5%	80,0%	88,5%	84,4%	81,0%	79,6%	85,0%	87,0%	88,0%
...EFICIÊNCIA, RESOLUTIVO	53,3%	41,4%	51,9%	48,0%	55,8%	50,7%	54,0%	57,5%	66,0%	47,4%	47,2%
...CAPAZ DE IDENTIFICAR OS PROBLEMAS E AS SOLUÇÕES	65,7%	35,7%	38,3%	23,0%	67,3%	65,8%	16,0%	37,2%	17,0%	60,5%	61,6%
...AMPLA FORMAÇÃO E CONHECIMENTOS TÉCNICOS	27,0%	37,1%	25,9%	51,0%	28,3%	31,1%	47,0%	53,1%	49,0%	40,3%	32,8%
...COMPROMISSO COM O TRABALHO POLÍTICO	15,4%	32,9%	25,9%	39,0%	14,2%	18,2%	35,0%	27,4%	35,0%	13,8%	20,0%
...DELIBERATIVO E ABERTO AO DIÁLOGO	13,0%	25,7%	23,5%	22,0%	8,0%	17,8%	30,0%	13,3%	20,0%	13,0%	10,4%
...EXPERIÊNCIA EM CARGOS ANTERIORES	13,1%	14,3%	23,5%	22,0%	5,3%	8,0%	20,0%	16,8%	15,0%	17,0%	5,6%
...SENTIDO DE COMPROMISSO COM AS PROMESSAS ELEITORAIS	18,1%	12,9%	28,4%	11,0%	23,9%	16,4%	13,0%	11,5%	10,0%	11,9%	23,2%
...CARISMA	7,1%	18,6%	4,9%	4,0%	4,4%	4,9%	3,0%	3,5%	3,0%	3,2%	3,2%

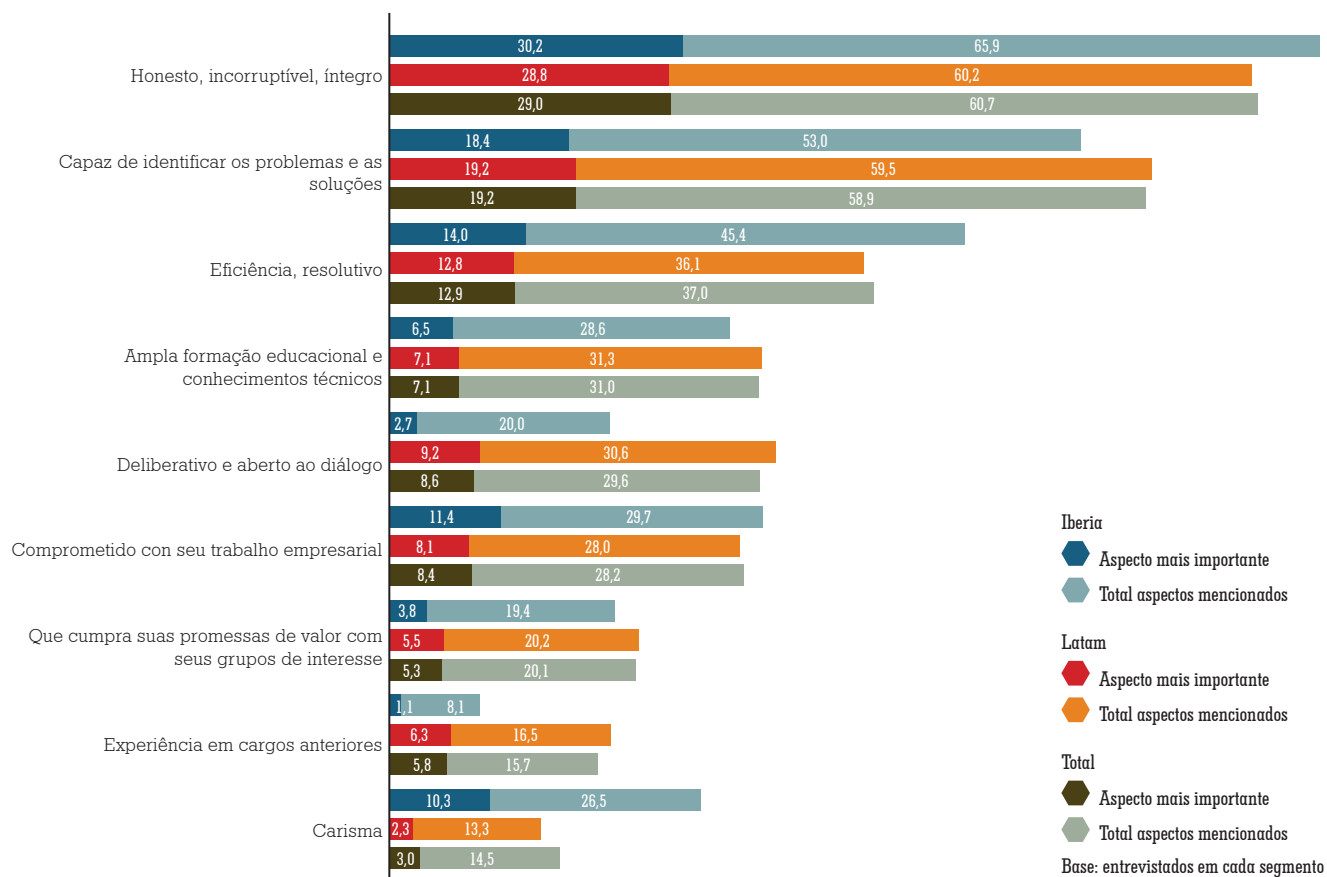
As características de um bom empresário (na perspectiva dos políticos)

De acordo com os políticos entrevistados, as características que um bom empresário deve reunir não diferem, em termos qualitativos, das assinaladas anteriormente pelos empresários para um bom líder político. Assim, a honra ou integridade (que inclui a qualidade de ser incorruptível) é o traço principal que deve caracterizar um líder empresarial (embora a percentagem de políticos que assinalam esta opção seja inferior à de empresários que a assinalam em relação aos políticos: 60,7% e 81,4%). Também é muito importante a capacidade empresarial de identificar os problemas e solucioná-los (que para os políticos é muito mais relevante que para os empresários, 58,9% e 43,6%), relegando os políticos a eficiência para a terceira posição no índice de qualidades preferidas. De fato, dois em cada três políticos entrevistados fixam estes três aspetos quando se lhes pergunta pelo perfil de empresário preferido.

Também a formação académica dos empresários tem importância para os políticos (embora menos que a dos políticos para os empresários), enquanto os políticos apreciam a capacidade de diálogo dos empresários acima do compromisso com o seu trabalho, o que para os empresários é mais importante nos políticos.

As opiniões dos políticos entrevistados nos países analisados mostram também, como se observa no quadro seguinte, um certo consenso ao assinalar a honra como qualidade preferida dos empresários, embora com maiores diferenças do que as que existiam entre os empresários dos diferentes países em referência aos políticos

As características de um bom empresário, segundo os políticos são...



Se no Panamá a honra empresarial suscita o interesse do 93,8% dos políticos, é referida por apenas 38,6% dos entrevistados na Argentina. Neste país, cujas respostas se afastam da tônica geral dos países da América Latina, aprecia-se de maneira particular a capacidade de diálogo dos empresários, assim como o cumprimento dos compromissos e o carisma. Também os políticos equatorianos exigem aos empresários compromisso com o seu trabalho, muito acima da eficiência.

Na Península Ibérica, os políticos seguem a tônica geral da comunidade estudada, embora mostrem alguns matizes diferenciadores também nesta questão. Assim, os espanhóis fixam-se menos na eficiência empresarial que os portugueses, apreciando muito mais o compromisso e o cumprimento das promessas. Em Portugal o carisma empresarial tem uma especial importância, que em Espanha alcança também um eco relevante entre os políticos.

As características de um bom empresário, segundo os políticos são...

(Total de aspectos mais mencionados)

	ESPAÑA	PORTUGAL	ARGENTINA	BRASIL	COLÔMBIA	CHILE	EQUADOR	MÉXICO	PANAMÁ	PERÚ	REPÚBLICA DOMINICANA
...HONESTO, INCORRUPCIÓN, ÍNTEGRO	64,7%	66,7%	38,6%	72,7%	80,0%	76,9%	61,5%	-	93,8%	73,3%	-
...CAPAZ DE IDENTIFICAR OS PROBLEMAS E AS SOLUÇÕES	47,1%	56,4%	38,6%	68,2%	70,0%	76,9%	46,2%	-	31,3%	58,7%	-
...EFICIÊNCIA, RESOLUTIVO	35,3%	51,3%	33,7%	31,8%	70,0%	38,5%	30,8%	-	50,0%	53,3%	-
...AMPLA FORMAÇÃO EDUCACIONAL E CONHECIMENTOS TÉCNICOS	29,4%	28,2%	25,3%	38,6%	20,0%	23,1%	15,4%	-	31,3%	13,3%	-
...DELIBERATIVO E ABERTO AO DIÁLOGO	23,5%	17,9%	49,4%	20,5%	0,0%	30,8%	7,7%	-	31,3%	18,7%	-
...COMPROMETIDO COM SEU TRABALHO EMPRESARIAL	41,2%	23,1%	33,7%	22,7%	30,0%	23,1%	53,8%	-	25,0%	32,0%	-
...QUE CUMpra SUAS PROMESSAS DE VALOR	26,5%	15,4%	27,7%	18,2%	20,0%	15,4%	15,4%	-	18,8%	25,3%	-
...EXPERIÊNCIA EM CARGOS ANTERIORES	8,8%	7,7%	28,9%	11,4%	0,0%	0,0%	38,5%	-	12,5%	6,7%	-
...CARISMA	23,5%	28,2%	21,7%	11,4%	10,0%	7,7%	7,7%	-	6,3%	6,7%	-

OS LÍDERES MAIS CARISMÁTICOS

Políticos mais valorizados pelos empresários

Solicitamos aos empresários que indicassem, de forma espontânea, quais eram, na sua opinião, os políticos mais destacados na cena internacional em geral, e na América Latina, em particular. A conclusão que se extrai das respostas obtidas é que na atualidade não existe uma liderança sólida e carismática, nem a nível mundial, nem no âmbito da América Latina. De fato, 36,7% dos empresários consultados assinalaram que não há “Nenhum líder” internacional a destacar, percentagem que se eleva para os 42,1% quando lhes é pedido que indiquem um político latino-americano como líder destacado.

Algumas das observações que acompanham a estas respostas ilustram esse fenómeno:

- “Considero que atualmente não há nenhum político que tenha valor, penso que a política se desvirtuou. Deveria ser uma das profissões mais altruístas e atualmente não considero que nenhum político tenha este traço tão primordial!”
- “Infelizmente nenhum é suficientemente independente nem o seu trabalho está direcionado para resolver os problemas reais dos países”
- “No mundo escasseiam os políticos e os líderes e abundam os politiquieiros. A nossa ordem mundial está a mudar e precisa de líderes inclusivos, democráticos, visionários, ligados e comprometidos com a realidade da nova ordem e nada egocêntricos”
- “Pensei muito na resposta adequada. No entanto, não destaco nenhum político internacional do panorama atual por uma falta global de carisma”
- “Não encontro referências”
- “Não é um momento de políticos brilhantes”

Por outro lado, entre os empresários que citaram um político concreto como exemplo de liderança mundial, as maiores adesões foram dirigidas para Angela Merkel (mencionada por 35,4% dos entrevistados). Barack Obama é o seguinte líder mais mencionado (nome assinalado por 24,4%). Os restantes políticos referidos pelos empresários alcançam um reduzido número de menções, destacando-se ligeiramente os seguintes nomes: José Múgica, Michelle Bachelet, David Cameron e Francisco I.

No âmbito latino-americano, a presidente chilena Michelle Bachellet é a líder mais mencionada, seguida do presidente do Uruguai, José Múgica. As seguintes posições no ranking de líderes latino-americanos são ocupados por Juan Manuel Santos, Enrique Peña Nieto, Álvaro Uribe e Lula da Silva.

Empresários mais valorizados pelos políticos

Os políticos que participaram no estudo propõem com muito maior clareza nomes concretos de empresários a quem conferem a qualidade de líderes mundiais ou do contexto latino-americano, apesar da dispersão das suas preferências ser mais elevada.

No âmbito internacional, Bill Gates é o empresário mais bem cotado (um em cada quatro políticos consideram-no o mais destacado). A posição seguinte no ranking, embora longe das adesões recebidas por Bill Gates, é ocupado pelo já falecido Steve Jobs, sendo os seguintes lugares para Mark Zuckerberg, Carlos Slim e Amancio Ortega.

Dentro do âmbito da América Latina, Carlos Slim é o empresário mais reconhecido pelos políticos entrevistados, seguido de Jorge Paulo Lemann e Gustavo Cisneros.

Autores do estudo



Neste trabalho participaram um conjunto de profissionais do departamento de Consultoria e Estudos de Mercado do grupo Inmark. A sua especialização, assim como a experiência acumulada em projetos semelhantes na Península Ibérica e América Latina, permitiram dotar esta investigação de um alto teor informativo.

A presença da Inmark em Espanha, Portugal, México, Colômbia, Peru, Venezuela, Argentina e Porto Rico, e a realização de projetos de forma continuada em todas estas regiões, garante a qualidade dos estudos elaborados assim como a atuação em qualquer projeto ou contexto.

O Grupo Inmark divide a sua atividade em três áreas de negócio: consultoria e estudos de mercado, formação e recursos humanos, assim como *outsourcing* de serviços de venda e telefónicos.

O âmbito de atuação preferencial é a União Europeia e a América Latina. A empresa tem escritórios próprios em Madrid, Barcelona, Sevilha, Lisboa, Bruxelas, México, Caracas, Lima, Bogotá, Buenos Aires e San Juan de Porto Rico.

Os sectores de atuação preferenciais são as áreas financeira, seguradora, telecomunicações e ONG's.

O Grupo gere um portefólio de projetos de I+D+i com um valor de 40 milhões de euros cofinanciados pela União Europeia, projetos estes nos quais participam 70 sócios de 19 países, da Argentina à Suécia, da Índia à Islândia.

O objetivo fundamental da atuação da empresa é a satisfação plena das necessidades dos seus clientes.

Equipa de especialistas

Manuel López Hernández

Presidente do Grupo Inmark
manuel.lopez@grupoinmark.com

José María Herrero Olaizola

Gerente de Projeto
josemaria.herrero@grupoinmark.com

José Antonio Barragán López

Consultor Especialista
joseantonio.barragan@grupoinmark.com

Beatriz Herrero Rioperez

Analista
beatriz.herrero@grupoinmark.com

www.grupoinmark.com



APD é uma Associação sem fins lucrativos. Foi criada em 1956 com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento das empresas, através do desenvolvimento dos seus directivos. Ao longo dos anos, a APD tem vindo a utilizar distintas ferramentas para alcançar o objetivo da sua fundação, convertindo-se num prestigiado fórum de debate e de relações a nível nacional.

O nosso objetivo é construir o bem comum através do desenvolvimento profissional e pessoal de directivos e empresários, junto a empresas e profissionais que acreditam, tal como nós, na necessidade de uma sociedade mais forte, mais dinâmica e mais preparada para enfrentar os desafios do presente e do futuro.

O carácter associativo da APD, não vinculado a nenhum grupo de interesse público ou privado, permite-nos enfrentar qualquer tema relevante para a sociedade e para os directivos e empresas, com grande liberdade e total independência.

Perseguimos o progresso da sociedade, através do desenvolvimento das empresas. Para isso, dirigimo-nos às empresas e aos seus directivos, procurando a formação e a informação necessárias e facilitando o networking. O século XXI é o século das redes: da internet e das relações pessoais e profissionais.

Nos últimos anos, foi constituída a APD em Marrocos, Colômbia e Peru. Em cada país, a Associação é independente, levando a cabo as ações necessárias para alcançar o objetivo comum em função da realidade do contexto económico e social.

Nos próximos meses irá ser constituída a APD Internacional, com o objetivo de expandir o conceito e o modelo APD em todos os países onde pode fazer sentido e onde faça falta uma instituição desta natureza. Será constituída, de igual forma, por cada uma das Associações que dela fazem parte em todo o mundo.

LLORENTE & CUENCA

A LLORENTE & CUENCA é a primeira consultoria de Gestão da Reputação, Comunicação e Assuntos Públicos em Portugal (IMAGO- LLORENTE & CUENCA), Espanha e América Latina. Conta com 17 sócios e mais de 330 profissionais, que prestam serviços de consultoria estratégica a empresas de todos os sectores de atividade com operações dirigidas ao mundo de língua espanhola e portuguesa.

Atualmente, a LLORENTE & CUENCA possui delegações próprias na Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, Espanha, México, Panamá, Peru, Portugal e República Dominicana. A empresa oferece ainda os seus serviços através de companhias associadas nos EUA, Bolívia, Uruguai, Paraguai e Venezuela.

O seu desenvolvimento internacional levou a LLORENTE & CUENCA a ocupar em 2014 a posição 55 do ranking Global das consultoras de comunicação mais importantes do mundo, elaborado anualmente pela publicação *The Holmes Report*.

Equipa de Especialistas

Joan Navarro

Sócio e Vice Presidente de Assuntos Públicos
jnavarro@llorentycuenca.com

Jorge Cachinero

Diretor Corporativo de Inovação
jcachinero@llorentycuenca.com

Cristóbal Herrera

Gerente de Assuntos Públicos
cherrera@llorentycuenca.com

Francesc García Donet

Consultor Externo
fgdonet@telefonica.net

Marta Fernández

Consultora de d+i
mfernandez@llorentycuenca.com

Carolina Clemente

Consultora de Assuntos Públicos
cclemente@llorentycuenca.com

www.llorentycuenca.com

LLORENTE & CUENCA | Diretório

DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Sócio Fundador e Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Sócio e CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero
Diretor Corporativo de Inovação
jcachinero@llorenteycuenca.com

ESPAÑA E PORTUGAL

Arturo Pinedo
Sócio e Diretor Geral
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Sócio e Diretor Geral
acorujo@llorenteycuenca.com

Madrid

Joan Navarro
Sócio e Vice-presidente Assuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Sócio e Diretor Sênior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Juan Castellero
Diretor Financeiro
jcastillero@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 — planta 3
28001 Madrid (Espanha)
Tel: +34 91 563 77 22

Barcelona

María Cura
Sócia e Diretora Geral
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona (Espanha)
Tel: +34 93 217 22 17

Lisboa

Carlos Matos
Sócio Fundador e Diretor Geral
cmatos@llorenteycuenca.com

Madalena Martins
Sócia Fundadora
mmartins@llorenteycuenca.com

Rua do Fetal, 18
2714-504 S. Pedro de Sintra (Portugal)
Tel: + 351 21 923 97 00

AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Sócio e CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Sócio e CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonio Lois
Diretor Regional de Recursos Humanos
alois@llorenteycuenca.com

Bogotá

María Esteve
Diretora Geral
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B — of. 501
Bogotá (Colômbia)
Tel: +57 1 7438000

Buenos Aires

Pablo Abiad
Sócio e Diretor Geral
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad
Presidente Conselheiro para o Cone Sul
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Ciudad de Buenos Aires (Argentina)
Tel: +54 11 5556 0700

Lima

Luisa García
Sócia e CEO Região Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Cayetana Aljovín
Gerente Geral
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro. Lima (Peru)
Tel: +51 1 2229491

México

Juan Rivera
Sócio e Diretor Geral
jriviera@llorenteycuenca.com

Bosque de Radiatas # 22 — PH7
05120 Bosques las Lomas (México D.F.)
Tel: +52 55 52571084

Panamá

Javier Rosado
Sócio e Diretor Geral
jrosado@llorenteycuenca.com

Avda. Samuel Lewis. Edifício Omega, piso 6
Tel: +507 263 9899

Quito

Catherine Buelvas
Diretora Geral
cbuelvas@llorenteycuenca.com

Av. 12 de Octubre 1830 y Cordero.
Edifício World Trade Center, Torre B, piso 11
Distrito Metropolitano de Quito (Equador)
Tel: +593 2 2565820

São Paulo

Juan Carlos Gozzer
Diretor Geral
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, CJ 111, Cerqueira César
CEP 01426-001 São Paulo SP (Brasil)
Tel.: +55 11 3082 3390

Rio de Janeiro

Yeray Carretero
Diretor Executivo
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 — sala 1801
Rio de Janeiro — RJ (Brasil)
Tel: +55 21 3797 6400

Santiago de Chile

Claudio Ramírez
Sócio e Gerente Geral
cramirez@llorenteycuenca.com

Avenida Vitacura 2939 Piso 10. Las Condes
Santiago de Chile (Chile)
Tel: +56 2 24315441

Santo Domingo

Alejandra Pellerano
Diretora Geral
apellerano@llorenteycuenca.com

Avda. Abraham Lincoln
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
(República Dominicana)
Tel: +1 8096161975

O Grupo Inmark divide suas atividades em três categorias de negócios: consultoria e pesquisa de mercado; treinamento e recursos humanos e terceirização de serviços de vendas e telefônicos.

O âmbito preferencial de atuação é a União Europeia e América Latina. Nessas regiões, o Grupo Inmark possui escritórios em Madri, Barcelona, Sevilla, Lisboa, Bruxelas, Cidade do México, Caracas, Lima, Bogotá, Buenos Aires e San Juan de Porto Rico.

Os setores preferencias de atuação são o financeiro, de seguros, telecomunicações e ONGs.

O Grupo Inmark administra um portfolio de projetos de P&D no valor de 40 milhões de euros financiados pela União Europeia, em que participam 70 parceiros de 19 países: desde Argentina até a Suécia e desde a Índia até a Islândia.

O objetivo fundamental do desempenho da Companhia é a satisfação plena das necessidades dos clientes.

www.grupoinmark.com



A APD é a associação que promove o desenvolvimento pessoal e profissional de gestores, como ferramenta para o progresso das empresas e, conseqüentemente, da sociedade.

Nosso objetivo é construir o bem comum através do desenvolvimento profissional e pessoal de gestores e empresários junto a empresas e profissionais que acreditam, como nós, na necessidade de uma sociedade mais forte, dinâmica e preparada para enfrentar os desafios do presente e do futuro.

www.apd.es



d+i é o Centro de Ideias, Análise e Tendências da LLORENTE & CUENCA.

Porque vivemos um novo panorama macroeconômico e social, e a comunicação não fica atrás, avança.

d+i é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de um posicionamento independente.

d+i é uma corrente constante de ideias que antecipa novos tempos de informação e gestão empresarial.

Porque a realidade não é preta ou branca, existe a d+i LLORENTE & CUENCA.

www.dmasillorenteycuenca.com

