



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

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 diante da situação econômica	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, Análises e Tendências da Consultoria LLORENTE & CUENCA, em parceria com a INMARK Estudos e Estratégias, e com a colaboração da APD na Espanha, apresenta a quinta edição do Estudo sobre as Relações Empresa-Governo na América Latina, Espanha e Portugal

Neste estudo, continuamos aprofundando a análise das relações entre as empresas e os governos em nove países da América Latina, Espanha e Portugal. Mostramos a percepção dos empresários em cada um destes países sobre as questões mais importantes que afetam o desenvolvimento econômico atual, e as contrastamos com a opinião dos políticos sobre o seu próprio papel e o das empresas na economia. Oferecemos conclusões relativas a cada um dos países analisados no estudo, ao ambiente em que estão inseridos e, como elemento de comparação, ao conjunto da comunidade latino-americana.

Nesta quinta edição, incluímos um novo país (República Dominicana), mantivemos separados três temas de análises das edições anteriores (relações entre empresa-governo, medidas de atuação implantadas e liderança), e incorporamos um novo ponto de vista para investigar a confiança sobre a evolução da economia, bem como nas principais instituições dos países.

O projeto de investigação foi conduzido pela equipe técnica da INMARK Estudos e Estratégicos, coordenado por Manuel López Hernández, presidente da Companhia.

A LLORENTE & CUENCA gostaria de agradecer a todos os participantes pelo esforço e dedicação demonstrados nesta pesquisa.

# Metodologia

O universo do estudo é formado, em uma parte, por altos diretores de empresas que integram o tecido empresarial em cada um dos países e, por outro, por políticos dos mesmos 11 países contemplados na investigação.

Territorialmente, foram estudadas 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 com a denominação de América Latina), e na Espanha e Portugal (cujo agrupamento denominamos Ibéria).

A metodologia utilizada teve caráter quantitativo, através da realização de um levantamento estatístico, utilizando como técnica de coleta de informações a pesquisa on-line<sup>1</sup>, e fazendo uso da plataforma da INMARK Estudos e Estratégias da Espanha.

Como suporte da coleta de informações foram utilizados dois questionários de estrutura idêntica, adaptando os textos ao tipo de interlocutor ao qual era dirigido (empresários ou políticos).

Para o desenvolvimento do trabalho de campo foram elaborados diretórios de e-mail em diferentes países, utilizando, para isso, os bancos de dados internos de LLORENTE & CUENCA, de INMARK Estudos e Estratégias INMARK e da APD, a aquisição de diretórios de empresas especializadas e a colaboração de diferentes parceiros em cada um dos países em que foi realizada a investigação.

O tamanho da amostra obtida foi de 2.522 entrevistas, das quais 2.187 correspondiam a respostas empresariais e 335 de políticos. Este tamanho admite assumir uma margem de erro máxima para distribuições gerais de  $\pm 1,99\%$  ( $\pm 2,14\%$  para as respostas dos empresários e de  $\pm 5,46\%$  para a pesquisa feita entre políticos), trabalhando com um nível de confiança de 95,5% e, no caso mais desfavorável, que  $p=q=50$ .

A distribuição amostral realizada em cada país é exibida no gráfico seguinte.

Uma vez finalizado o estudo, e previamente ao tratamento da informação, fez-se o equilíbrio da mostra, a fim de dar a cada país o peso que este tem no conjunto da comunidade estudada e, além disso, corrigir os desequilíbrios derivados do desenho amostral. O critério de ponderação utilizado foi o PIB (Purchasing Power Parity<sup>2</sup>), seguindo os critérios exibidos no quadro seguinte.

Em seguida, indicam-se as características das empresas representadas na amostra através de seus diretores, com dois níveis de agrupamento: por área geográfica (América Latina e Ibéria) e conjunto total (comunidade latino-americana).

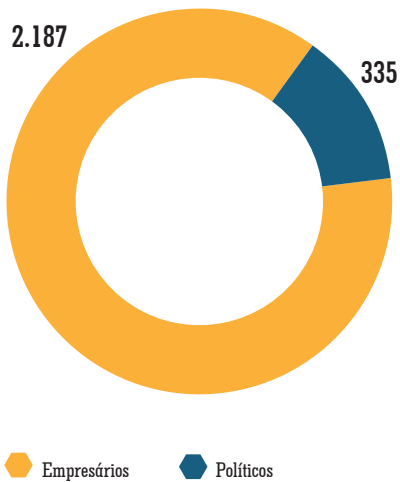
<sup>1</sup> Em alguns casos, quer pela complexidade no contato, quer pelo pedido expresso de alguns entrevistados, complementou-se a ficha técnica com entrevistas telefônicas ou pessoais.

<sup>2</sup> A paridade cambial é o valor da soma de todos os bens e serviços produzidos no país, avaliados a preços vigentes nos Estados Unidos no ano indicado.

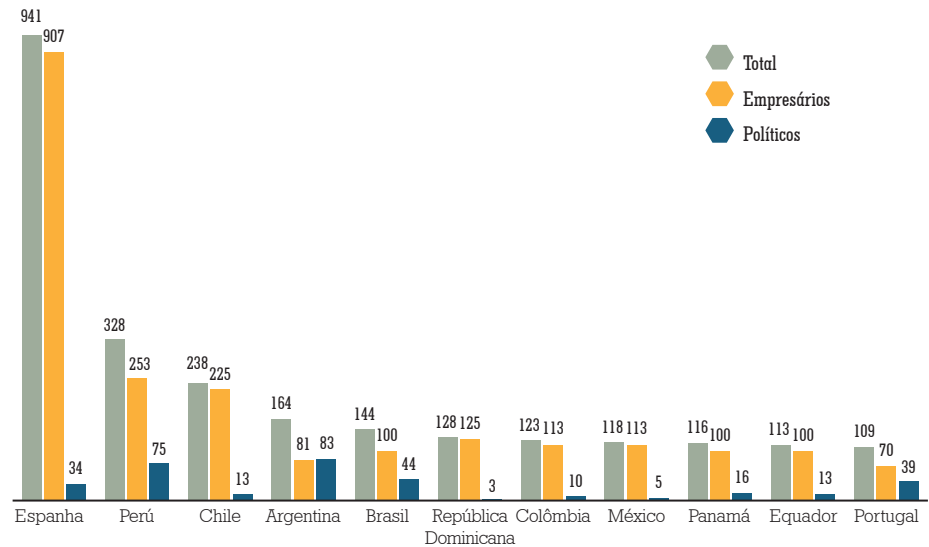
PAÍSES	ENTREVISTAS REALIZADAS	PIB (PPP) 2013 (MILHÕES DE \$)*	DISTRIBUIÇÃO PROPORCIONAL PIB	PONDERAÇÃO	MARGEM DE ERRO
ARGENTINA	164	771.000	237	1.447617	7.81
BRASIL	144	2.416.000	744	5.166276	8.33
COLÔMBIA	123	335.400	103	0.839655	9.02
CHILE	238	526.500	162	0.681184	6.48
EQUADOR	113	157.600	49	0.429458	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
<b>TOTAL</b>	<b>2.522</b>	<b>8.190.340</b>	<b>2.522</b>	<b>1.000000</b>	<b>1.99</b>

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

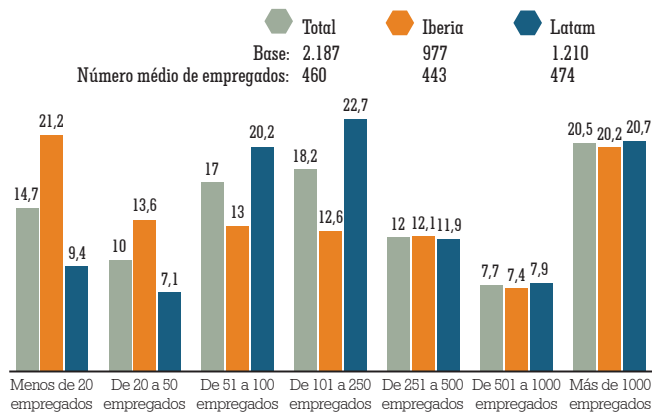
### Interlocutores (nº de entrevistas)



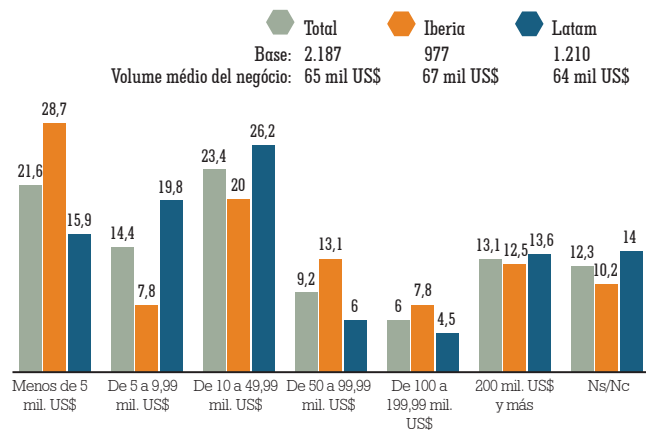
### País (nº de entrevistas)



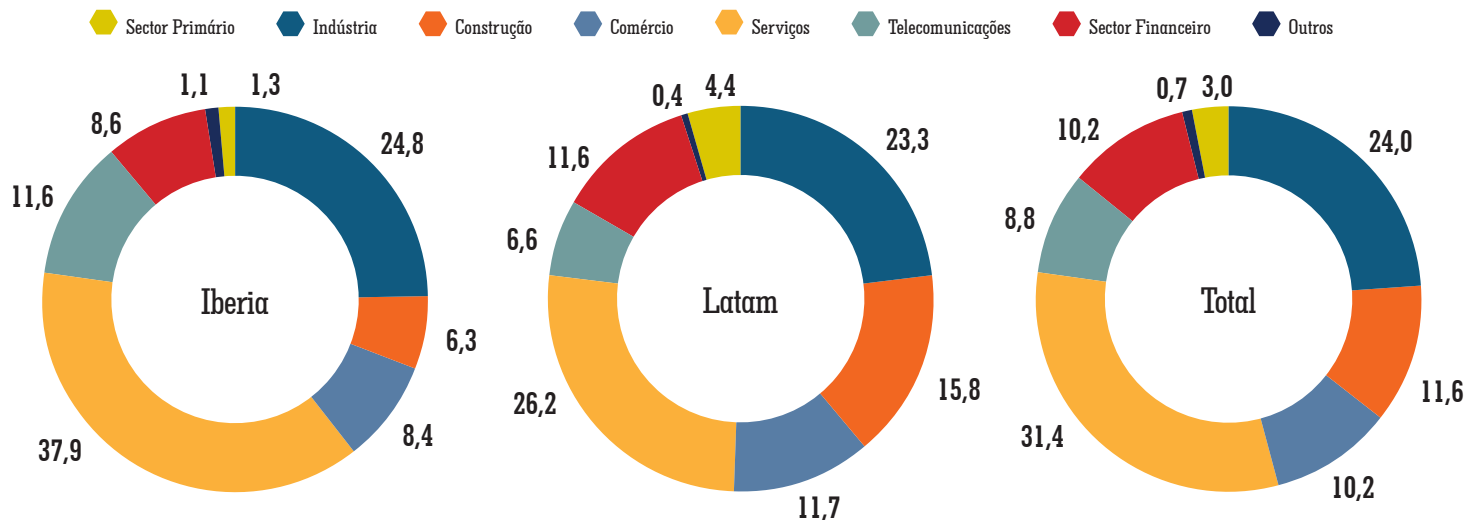
### Número de empregados



### Volume de negócios em 2013



### Área de atividade da empresa



# Resumo executivo

## CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES E NA EVOLUÇÃO DA ECONOMIA

O atual nível de confiança de empresários e políticos nas instituições políticas é moderadamente baixo, apesar de existirem algumas variações entre as áreas estudadas (América Latina e Ibéria) e entre a consideração das instituições públicas e privadas.

Os empresários da América Latina mostram maior confiança em suas instituições que os da Ibéria, e também maior do que declaram políticos latino-americanos. Os empresários ibéricos, entretanto, são mais críticos em relação a seu sistema institucional atual que seus políticos. No geral, o índice de confiança de todos os grupos estudados está abaixo do nível aprovado (que é de 3, em uma taxa de 1 a 5).

As instituições privadas (bancos, meios de comunicação, sindicatos, organizações empresariais) despertam, em geral, maior confiança que as públicas (governos, partidos políticos, Justiça, Exército), tanto nos empresários da América Latina e Ibéria como em políticos de ambas as áreas.

Os bancos (sistema financeiro) são a instituição que geram maior confiança entre os empresários da América Latina (depois de suas próprias organizações empresariais), enquanto o Exército (Forças Armadas) representa a instituição em que mais confiam os empresários da Ibéria. Do mesmo modo, os políticos de ambas as áreas depositam maior confiança também no Exército de seu país.

As instituições que inspiram menor confiança entre os empresários da América Latina são, nesta ordem: os partidos políticos, os sindicatos, o governo e a Justiça, enquanto para os da Ibéria, as piores instituições são: os sindicatos, os partidos políticos, os meios de comunicação e os bancos. Por sua vez, os políticos da América Latina apontam sua baixa confiança, na ordem de menor para o maior, quanto: aos sindicatos, aos próprios partidos, aos meios de comunicação e aos bancos. No caso dos políticos da Espanha e Portugal, sua baixa avaliação coincide com as anteriores, mas a confiança nos partidos políticos muda para a quarta posição.

Destaque para a grande diferença na avaliação do sistema financeiro entre os empresários da América Latina e os da Ibéria (média de 3,53 frente à média de 2,42), assim como o contraste entre o apreço empresarial pelos meios de comunicação entre uma área e outra (3,19 contra 2,42). Ao contrário, a Justiça inspira mais confiança nos empresários ibéricos que nos latino-americanos (embora com uma pequena diferença de 2,64 na Ibéria, frente aos 2,37 medidos na América Latina, em ambos os casos, abaixo do nível de aprovação). Os políticos de ambas as zonas, no entanto, concordam, em sua maioria, com a avaliação geral das instituições.

Por outro lado, a percepção de empresários e políticos a respeito da situação econômica atual também apresenta diferenças entre as duas zonas, já que a perspectiva atual na América Latina é negativa, enquanto nos países ibéricos (Espanha e Portugal) predomina uma visão mais otimista.

Não obstante, os empresários latino-americanos, em geral, são mais positivos que os políticos em seus respectivos países, já que o empresariado não percebe uma deterioração tão forte na economia como veem os representantes públicos. Na Ibéria, há uma maior concordância entre empresários e políticos sobre a melhoria econômica nesta zona.

Em todo caso, dada a amplitude e a diversidade da área da América Latina, existem também diferentes visões da situação econômica atual de acordo com o país. Assim como na Colômbia os empresários percebem a melhora da economia, no Chile, Argentina ou Peru, percebe-se uma nítida piora. Nos demais países da América Latina estudados, predomina a sensação de estabilidade.

Quanto ao futuro, também os empresários estão mais otimistas que os políticos na América Latina, embora isso aconteça, sobretudo, porque estes consideram majoritariamente, que não ocorrerão grandes mudanças na economia (pensam assim 56,5%), enquanto os políticos têm uma visão muito mais pessimista (40,7% acreditam deles acreditam que vai piorar). Os países onde mais se teme um retrocesso econômico são Chile, Argentina e Brasil (as maiores economias da região).

Na Espanha e em Portugal, empresários e políticos estão alinhados, em uma boa medida, nas boas expectativas de sua economia a curto prazo, embora o empresariado destes também seja o mais otimista: 65,6% confia que esta melhorará nos próximos meses, uma opinião compartilhada por 49,7% dos políticos ibéricos.

## AS RELAÇÕES EMPRESA-GOVERNO

Ainda que em termos gerais os políticos estejam mais satisfeitos que os empresários sobre o nível das relações entre empresas e governo, a opinião global de ambos os grupos mostra a necessidade de que estas relações sejam mais fluidas que na atualidade.

Existe, neste momento, um evidente clima de desconfiança entre as empresas e o poder público, logo a colaboração deste com a atividade empresarial é considerada baixa e, a partir destas condições, o resultado é que a capacidade de influência (a ser considerada) das empresas no desenvolvimento das políticas econômicas está muito limitada.

Os empresários da Ibéria expressam uma posição mais crítica em relação ao governo que seus colegas latino-americanos, uma vez que se mostram mais insatisfeitos com o contato que mantêm com o executivo de seus países, com a colaboração deste último com a atividade empresarial e com a contribuição da política externa para o desenvolvimento das empresas, sempre em níveis inferiores à marca aprovada.

Mas o maior sintoma de que há problemas na relação entre estes dois fatores básicos da economia é a muito escassa confiança que o empresariado, tanto na América Latina como na Ibéria, deposita em seus governos: um índice de 2,3 em ambas as áreas, indicando a necessidade de melhorar as pontes entre os dois polos para avançar em direção a um melhor entendimento dos seus respectivos papéis.

Quanto às distintas dimensões que envolvem as relações entre empresas e governos, o estudo realizado chega às seguintes conclusões:

- O conhecimento que as empresas têm a respeito das políticas econômicas e empresariais do governo recebe a melhor consideração dos entrevistados entre todas as questões levantadas, ainda que se advirta que existe uma ampla margem para melhorias. Os empresários do Panamá, México e do Brasil (na América Latina) e Portugal (na Ibéria) são aqueles que se mostram mais insatisfeitos com o nível de informação que possuem. Os políticos são os que veem como mais adequado, em geral, o fluxo de informações dirigido a empresas, embora em Portugal se mostrem menos satisfeitos que seus empresários.
- O nível de contato entre empresas e o governo também pode ser considerado como um ponto passível de melhoria. Em geral, apenas um em cada cinco empresários o considera satisfatório tanto na América Latina como na Ibéria, ainda que os políticos assim acreditem ser mais adequado (na América Latina o aprovam e na Espanha não o fazem por muito pouco). Nota-se que os empresários da América Latina têm um maior contato, em geral, com seu governo, mostrando-se mais satisfeitos os da Colômbia e os do Chile e menos os do Equador e do Brasil.
- A divergência entre empresários e políticos é clara quanto à influência das empresas nas políticas de governo: 41,9% dos políticos pensam que essa influência é alta ou muito alta, uma visão compartilhada por apenas 16,8% dos executivos de negócios. Os empresários argentinos, brasileiros e espanhóis são os que menor influência se atribuem, frente à maior capacidade de influência que dispõem, em sua opinião, os empresários da Colômbia e do Panamá.
- A confiança dos empresários em seus governos é muito baixa, e mostra que apenas 8,1% dos entrevistados outorgam crédito suficiente à política de governo de seu país. Esta questão parece estar ligada às anteriores, à falta de diálogo e à escassa influência observada pelo empresariado em suas relações com o governo. A desconfiança é ainda maior na Ibéria que na América Latina, com um índice de aprovação perto de 2, tanto na Espanha quanto em Portugal. Entre os países latino-americanos, a menor confiança é registrada na Argentina e no Brasil, sendo a Colômbia e o Panamá os países onde este índice se aproxima mais do aprovado. Os políticos, em geral, percebem essa falta de confiança de maneira muito diversa, já que os equatorianos, argentinos e espanhóis não creem que esta seja tão grave, enquanto no Brasil e no Peru, sim, a percebem.
- O clima de desconfiança existente entre as empresas e o governo determina que o grau de colaboração entre governo e empresas resulta insatisfatório, sobretudo, do ponto de vista dos empresários. Quase metade deles (46,5%) considera que a contribuição do governo à atividade empresarial é baixa ou muito baixa, uma opinião que os políticos compartilham em menor grau. Os empresários da América Latina fazem uma melhor avaliação (índice de 2,61) da ajuda prestada por seu governo que os da Ibéria (índice de 2,43). A melhor avaliação empresarial do trabalho de seu governo se dá na Colômbia (é o único país onde o executivo é aprovado neste ponto), enquanto os mais insatisfeitos com a colaboração governamental são empresários argentinos e espanhóis (nos dois países, o índice é de 2,3). Na Espanha, os políticos aprovam o trabalho de seus executivos (com um índice de 3,29), uma posição compartilhada por representantes públicos do Equador e do Panamá (onde o índice é superior ao valor de 3,5).



- Quanto ao apoio prestado pela política externa dos governos à atividade internacional das empresas, registra-se um inéxito consenso entre empresários e políticos da América Latina ao considerá-lo insatisfatório, enquanto ambos os grupos divergem de forma veemente sobre esta questão na Ibéria. A polarização é mais evidente na Espanha, onde os empresários rejeitam claramente seu governo (o índice é de 2,55) e os políticos o aprovam, também com bastante veemência (com um índice de 3,29). No Brasil e no Peru, tanto os empresários como os políticos são críticos quanto a contribuição externa de seu governo, coincidência que se repete na Colômbia e no Chile, mas em um sentido positivo. A maior divergência entre os dois grupos é registrado no Equador e na Argentina, embora neste último país tanto os empresários como os políticos sejam mais críticos do que os seus colegas equatorianos.

## MEDIDAS DIANTE DA SITUAÇÃO ECONÔMICA

Tanto os empresários como os políticos apontam a melhoria da gestão pública como o âmbito prioritário em que devem ser concentradas as medidas a serem implementadas pelos governos. Quanto às demais ações preferenciais, os empresários se concentram mais na reforma trabalhista e no marco regulatório, enquanto os políticos focam os esforços do executivo em medidas fiscais e de política social.

Os tipos de medidas menos mencionadas pelos empresários são a política monetária e a política social. Tampouco parece incomodar em excesso aos políticos a política monetária, com um baixo nível de menções que compartilham, junto com a reforma do mercado de trabalho.

Assim como a melhora da gestão pública é o tipo de medida mais importante na maioria dos países, a reforma do marco regulatório desperta um maior interesse dos empresários do Chile, Equador e do Panamá. Para os argentinos, o maior interesse reside nas medidas fiscais. Destaca-se que os empresários da Colômbia, Chile e Equador indicam como sua segunda preferência as políticas sociais, uma posição que, para os da Espanha, é ocupado pela reforma trabalhista e para os de Portugal, pelas medidas fiscais.

Os políticos portugueses focam seu interesse preferencial também em medidas fiscais, enquanto os espanhóis se mostram interessados em todas as mudanças do marco regulatório. Assim como a segunda opção dos políticos da Argentina, Brasil e Panamá são as medidas fiscais, os da Colômbia, Chile e Equador preocupam-se, em segundo lugar, com aquelas relacionados à reforma do mercado de trabalho.

Entre as medidas concretas propostas (cuja diversidade reflete a complexidade do conjunto analisado), a que mais recebe menções é "Incentivar a economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais" (medida sobre o marco regulatório mencionada por cerca de 60% dos entrevistados, tanto na América Latina como na Ibéria). Também cabe destacar o amplo consenso que geram medidas para "incrementar a competitividade e a produtividade das empresas, impulsionando a capacitação dos trabalhadores" (medida de caráter trabalhista que é mencionada em percentuais de cerca de 50% dos entrevistados nas duas áreas estudadas).

Das outras medidas propostas, cabe enfatizar que a necessidade de reduzir a corrupção preocupa a 56% dos empresários na Espanha (ainda que a apenas 17,6% dos políticos espanhóis, na época da pesquisa). Também mais da metade dos entrevistados políticos latino-americanos (51,2%) mencionam esta medida como importante. Outra medida em que se notam divergências são a de garantir o acesso à educação, interesse de mais empresários da América Latina (39,2%, em média, com maior prevalência no Peru, Chile e Colômbia) e sobretudo de seus políticos (até 46,2% de menções, tendo maior impacto no Panamá, Brasil e Peru). Em contrapartida, apenas 17,8% dos políticos da Ibéria mencionam esta questão.

Quanto à urgência de medidas, é possível observar que, em geral, os empresários estão mais focados naquelas de estímulo econômico e de gestão pública, enquanto os políticos prestam maior atenção ao controle da economia e à política social. Por zonas, destaca-se a reorganização estatal e os incentivos às empresas na Ibéria como predominância de medidas urgentes. Também é notável a prioridade que empresários e, acima de tudo, os políticos latino-americanos dão às medidas sociais.

Foi incluído no estudo uma pergunta específica para que empresários e políticos situassem suas preferências em relação ao modelo de regulação da economia, com dois polos: o Estado e o mercado. O resultado leva a estabelecer que a maior parte dos entrevistados (pertencentes aos dois grupos) assume uma postura eclética sobre esta questão e opta por um modelo que preze o equilíbrio entre Estado e o mercado, embora, em suas posições relativas, os empresários estejam um pouco mais perto do mercado e os políticos, do Estado.

Por países, admite-se que os empresários do Peru e do Chile são mais partidários da liberalização da economia, enquanto os demais países da América Latina analisados o são, em menor medida, que aqueles da Espanha e de Portugal. Os políticos argentinos são os mais propensos à regulação estatal, sendo mais liberais que os do Peru e da Colômbia.

## A LIDERANÇA POLÍTICA E ECONÔMICA NA AMÉRICA LATINA, ESPANHA E PORTUGAL

Para os empresários, a honestidade ou integridade (que inclui a incorruptibilidade) é a principal característica que deve possuir um bom político (para 44,9% é a característica mais importante, uma percentagem que sobe para 81,4% quando perguntados os três aspectos para caracterizar um líder político). Das outras qualidades necessárias, a prioridade da comunidade empresarial indica, essencialmente, a eficiência, a capacidade de identificar e resolver problemas, e a formação.

Para os políticos, as qualidades a serem reunidas por um bom empresário não diferem, em termos qualitativos, daquelas assinadas por empresários para um líder político. Após a honestidade, prioridade em ambos os perfis, os políticos mencionam que a capacidade de identificar e resolver problemas, assim como a eficiência (que era a segunda característica mais importante do líder político). Dois em cada três entrevistados definiram estes três aspectos quando questionados sobre o seu perfil de preferência para um empresário.

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

Também foi questionado aos empresários entrevistados suas preferências a respeito de um líder político em escala global e outro no espaço latino-americano. A conclusão é que, na atualidade, não existe uma liderança sólida em nenhuma dos dois âmbitos. De fato, 36,7% dos empresários participantes do estudo indicaram que não há nenhum líder internacional a ser destacado, percentual que sobe para 42,1% quando pedido que estes indicassem um líder político latino-americano como um líder de destaque.

Entre os empresários que citaram um político como exemplo de liderança mundial, as maiores adesões foram dirigidas a Angela Merkel (mencionada por 35,4% dos entrevistados). Barack Obama é o segundo líder mais mencionado (seu nome foi sugerido por 24,4%). Além disso, com um número menor de menções estão José Mujica, Michelle Bachelet, David Cameron e Francisco I.

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

Do mesmo modo, os políticos que participaram do estudo situam Bill Gates como o empresário mais importante a nível mundial (um em cada quatro políticos o consideram o mais importante). O posto seguinte do ranking, embora longe das adesões recebidas por Bill Gates, é ocupado pelo já falecido Steve Jobs, tendo os seguintes lugares ocupados por Mark Zuckerberg, Carlos Slim e Amancio Ortega.

Dentro do âmbito da América Latina, Carlos Slim é o empresário mais reconhecido pelos políticos entrevistados, seguido por 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 zonas (América Latina e Ibéria), assim como a avaliação das instituições públicas e privadas, diferenciais que resultam significativos.

Em geral, os empresários da América Latina expressam uma maior confiança (índice de 2,73 de 5) que os da Ibéria (2,39) em relação às instituições, ainda que a referida confiança se mantenha, em ambos os casos, abaixo do valor aprovado (que na escala utilizada para o índice, de 1 a 5, está em 3). Também aponta que os empresários da América Latina mostram uma maior confiança no sistema que políticos entrevistados desta área (os políticos do México e da República Dominicana não pronunciaram sua opinião sobre o assunto), enquanto no caso da Ibéria acontece o oposto, uma vez que os empresários rejeitam claramente suas instituições (com uma pontuação de 2,39), enquanto os políticos aumentam ligeiramente esta nota (2,82).

As instituições privadas (bancos, meios de comunicação, sindicatos, organizações empresariais) recebem maior apoio que as públicas (governo, partidos políticos, Justiça, Exército), sobretudo por parte dos empresários da América Latina (3,04 contra 2,43), enquanto empresários da Ibéria demonstram pouca confiança nas instituições privadas (2,27) e um pouco maior em suas instituições públicas (com uma nota de 2,51, longe do nível aprovado). Os políticos de ambas as zonas demonstram ter mais confiança nas instituições públicas que nas privadas, tanto os da Ibéria quanto os da América Latina as rejeitam claramente, (com avaliações muito semelhantes, em torno de 2,56). Sobre as públicas, os políticos da América Latina também não as aprovam (apenas 2,71), algo que, sim, fazem seus colegas da Ibéria (3,09).

No que diz respeito às instituições concretas, podemos ver no gráfico abaixo que na América Latina são os bancos os que geram maior confiança nos empresários (depois das próprias organizações empresariais), enquanto na Ibéria é o Exército a instituição em que mais confiam os empresários (sua próprias organizações empresariais ocupam o terceiro lugar, depois da Justiça), enquanto os políticos, tanto na América Latina como na Ibéria, confiam sobretudo no Exército de seus países.

As instituições que despertam menor confiança nos empresários da América Latina são, nesta ordem: os partidos políticos, os sindicatos, o governo e a Justiça (que está longe de aprovada, com 2,37). Na Ibéria as piores posições avaliadas pelos empresários em ordem decrescente são: os sindicatos, os partidos políticos, o governo e os bancos (com 2,42). Quanto aos políticos, os da América Latina apontam sua baixa confiança nos sindicatos, enquanto que os da Ibéria coincidem nas quatro instituições de menor avaliação, mas avaliam os próprios partidos políticos em quarto lugar.

Cabe ressaltar a grande diferença existente na confiança que os empresários têm em relação aos bancos na América Latina (média de 3,53) e na Ibéria (média de 2,42), assim como o contraste no apreço empresarial entre uma zona e outra pelos meios de comunicação (3,19 na América Latina, em comparação com 2,42 na Ibéria). Difere também, em menor escala, o nível de confiança oferecida pela Justiça aos empresários nos dois âmbitos (2,64 na Ibéria, em comparação aos 2,37 da América Latina). No entanto, o nível de confiança dos políticos de ambos os lados do Atlântico, em cada uma de suas instituições, oferece diferenças muito menos significativas.

Em seguida, foram analisadas as opiniões dos entrevistados em relação a cada uma das principais instituições de seus respectivos 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-se dizer que o nível de confiança dos empresários no governo de seu país, tanto na América Latina como na Ibéria, é geralmente baixo, uma vez que não atinge o nível médio de aprovação (3) em nenhuma das duas zonas (em ambas, a nota média é em torno de 2,35). A confiança dos políticos é mais elevada, como resultado lógico, neste caso, embora haja uma diferença entre os dados da América Latina (com uma pontuação média de 2,64) e os da Ibéria (onde a valoração média alcança 3).

Se examinarmos os intervalos em que está situado o nível de confiança dos empresários, descobriremos que tanto na Ibéria como na América Latina predominam os que indicam que não têm nenhuma confiança em seu governo (61,1% na América Latina e 56,5% na Ibéria), enquanto os que apontam total confiança representam valores muito baixos (1,8% e 1,2%, respectivamente).

O país da América Latina onde há uma maior confiança no governo por parte dos empresários é o Chile (onde se alcança o nível aprovado), seguido por Colômbia, Equador e Panamá, enquanto os países com menor confiança empresarial no governo são, nesta ordem: Argentina, República Dominicana, Brasil e México (com notas inferiores a 2,25 em todos os casos). Da Ibéria, percebe-se que os empresários espanhóis são um pouco mais críticos do que portugueses, embora em ambos os países, a nota esteja bem abaixo do aprovado.

Os empresários argentinos registram, majoritariamente, que seu governo não lhes oferece nenhuma confiança (72,8% das respostas), uma opção que também atinge um elevado eco no Brasil e no México. Em contrapartida, os percentuais deste nível de confiança em países como Colômbia, Chile ou Equador são minoritários (cerca de 30% nos três países). Na Ibéria, a maioria do empresariado espanhol desconfia de seu governo (56,1%), embora em Portugal esta percentagem não alcance a metade dos entrevistados (chega a 48,6%).

Quanto aos políticos, os países que forneceram dados (todos estudados, com exceção do México e República Dominicana), percebe-se que as notas sobre confiança no governo são mais elevadas e se aprova o governo em todos os casos, exceto o Brasil e Peru, onde os políticos também rejeitam o governo.

Notam-se grandes diferenças entre a percepção de empresários e de políticos em países da América Latina, como Equador (2,75, frente a 4,08, uma diferença de 1,33) e na Argentina (2,14, frente a 3,28, uma diferença de 1,14), assim como na Espanha (2,35, frente a 3,53, uma diferença 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		
		Nenhuma ou pouca confiança (1-2)	Alguma ou bastante confiança (3-4)	Total confiança (5)
IBERIA	ESPAÑA	56,1%	41,3%	1,2%
	PORTUGAL	48,6%	50,0%	1,4%
LATAM	ARGENTINA	72,8%	24,7%	2,5%
	BRASIL	68,0%	32,0%	0,0%
	COLÔMBIA	27,4%	69,0%	3,5%
	CHILE	30,2%	62,2%	7,6%
	EQUADOR	34,0%	66,0%	0,0%
	MÉXICO	69,9%	28,3%	1,8%
	PANAMÁ	55,0%	44,0%	1,0%
	PERÚ	52,2%	47,0%	0,8%
	REP. DOMINICANA	67,2%	30,4%	2,4%

ÍNDICE DE CONFIANÇA EMPRESÁRIOS/POLÍTICOS (1-5)		
Empresários	Políticos	Total
2,35	3,53	2,39
2,47	2,69	2,55
2,14	3,28	2,71
2,18	2,27	2,18
2,97	3,20	2,99
3,05	3,54	3,08
2,75	4,08	2,90
2,21	-	2,20
2,50	3,69	2,66
2,44	2,51	2,46
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 os políticos e seus partidos despertam entre os empresários é muito baixa, tanto que não chegam ao aprovado em nenhum dos países estudados, nem na América Latina nem na Ibéria. Suas imagens estão danificadas, inclusive entre os próprios políticos, que aprovam a si mesmos em alguns poucos países, enquanto em outros se concedem escassa confiança, o que gera um resultado global muito inferior ao aprovado na América Latina (2,36) e um pouco maior na Ibéria (2,78).

Em ambas as áreas, a imensa maioria do empresariado não mostra nenhuma confiança nos partidos (opção marcada por mais de 80% em ambas as zonas), embora a escolha dos políticos seja sim, divergente: 55,6% não lhes concede nenhuma confiança na América Latina, em comparação aos 37,4% que o fazem na Ibéria. Não há nenhuma resposta entre os empresários da Ibéria que indique total confiança nos partidos, sendo uma opção residual entre os latino-americanos (0,9%).

O país da América Latina onde os empresários têm maior confiança nos partidos é o Chile (tal e como aconteceu com o governo), com o Equador, Colômbia e Panamá atrás (embora neste último país a nota não chegue a 2), enquanto não há a menor confiança empresarial nos partidos nos países seguintes, nesta ordem: República Dominicana, Peru, Brasil e México. Nota-se que a confiança nos políticos no Peru é menor do que em seu governo, exatamente o oposto do que acontece na Argentina. Quanto à Ibéria, percebe-se que o empresariado português vê melhor seus políticos que o espanhol, ainda que em Portugal tampouco supere a nota média de 2, e a confiança na Espanha fique no mesmo nível do Brasil.

Por intervalos, observa-se que no Peru a desconfiança empresarial nos partidos chega a 90,9%, dado que se aproxima à maioria das respostas que demonstram da pouca confiança na Espanha (85,2%). No país onde mais se confiam nos partidos, o Equador, a opção que indica uma nula confiança atinge 63%.

Quanto aos políticos, dentro da América Latina, os que aprovam a si mesmos estão apenas na Argentina e no Equador, enquanto os que mais se desaprovam, nesta ordem, estão no Peru, Brasil e Chile (no México e na República Dominicana não há dados). Na Ibéria, os políticos espanhóis se atribuem a maior nota de todos os países estudados (3,38), ainda que em Portugal estejam bem abaixo do aprovado (2,44).

Há diferenças muito grandes na percepção entre os empresários e os políticos da América Latina na Argentina (1,75, frente a 3,29, uma diferença de 1,54), no Panamá (1,82, frente a 2,88, uma diferença 0,94) e no Equador (2,16, frente a 3,00, uma diferença de 0,84). Na Ibéria, a diferença registrada na Espanha é ainda maior (1,68, frente a 3,38, uma diferença de 1,70, mais que o dobro).

## 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

Empresários da América Latina mostram uma confiança um pouco maior na Justiça, o que fornece um índice de confiança que se aproxima do nível de aprovação (2,64). Na Ibéria, no entanto, esse índice está distante da média (2,37). Os políticos de ambas as áreas a pontuam mais, mas tampouco aprovam a Justiça, com um nível de adesão muito semelhante (a nota está em torno de 2,7).

O percentual de empresários latino-americanos que demonstra nenhuma confiança na Justiça atinge 59,4%, e apenas 1,7% concede total confiança. Na Ibéria, são minoria os que confessam zero confiança (42,8%), mas ainda é menor o percentual que declara absoluta confiança nesta instituição (0,5%).

Tal como acontece com as instituições anteriormente analisadas (governo e partidos), o Chile é o país da América Latina onde os empresários têm maior confiança na Justiça, seguido pelo Equador, Colômbia e Brasil (país onde a nota não chega ao nível de aprovação, ainda que a instituição da Justiça goze de muito mais confiança empresarial que o governo ou os partidos políticos). A menor confiança empresarial na Justiça, dentro da América Latina, ocorre no Peru, Panamá, México e República Dominicana. Na Ibéria, os empresários não aprovam a Justiça e mantêm níveis similares de confiança (em torno de 2,6), embora ligeiramente mais elevado na Espanha que em Portugal.

Até 79,8% dos empresários peruanos apontam que não têm nenhuma confiança na Justiça de seu país (não há nenhum que marque a opção de uma total confiança), percentual que se aproxima àquele registrado no Panamá. No Chile, ao contrário, apenas um terço declara esta opinião, com 6,7% de empresários absolutamente confiantes na Justiça. Cerca de metade dos empresários espanhóis e portugueses não confia na Justiça (em torno de 42% em ambos os países), com escassas respostas a favor de uma confiança total.

A melhor visão dos políticos da América Latina sobre a Justiça ocorre no Panamá (com uma impressionante pontuação média de 3,31, bem acima da média), e depois no Chile, Argentina e Equador (onde passa por pouco do nível aprovado). Na Ibéria, é notável o alto nível de confiança depositada na Justiça pelos políticos espanhóis (a maior da área, 3,38), com uma grande diferença sobre aquela apontada pelos políticos portugueses, que não a aprovam (2,54). A instituição da Justiça é desaprovada, de forma proeminente, entre os políticos da América Latina, entrevistados no Peru e na Colômbia (neste último país, os políticos têm menor confiança na Justiça que os empresários, o que também acontece no Chile, mas com muito menos diferença).

Em geral, a opinião de empresários e políticos sobre a Justiça chega bem perto em alguns países (em contraste com o que acontece com as instituições anteriormente analisadas), mas há grandes diferenças em outros, como acontece, sobretudo, dentro na América Latina, como no caso do Panamá (2,06, frente a 3,31, uma diferença de 1,25) e na Argentina (2,32, frente a 2,88, uma

## 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).

diferença de 0,56); na Ibéria, o caso da Espanha também é significativo, com uma sensível diferença na valorização da Justiça entre empresários e políticos (2,65, frente a 3,38, uma diferença de 0,73), estando ainda acima apenas na avaliação dos políticos.

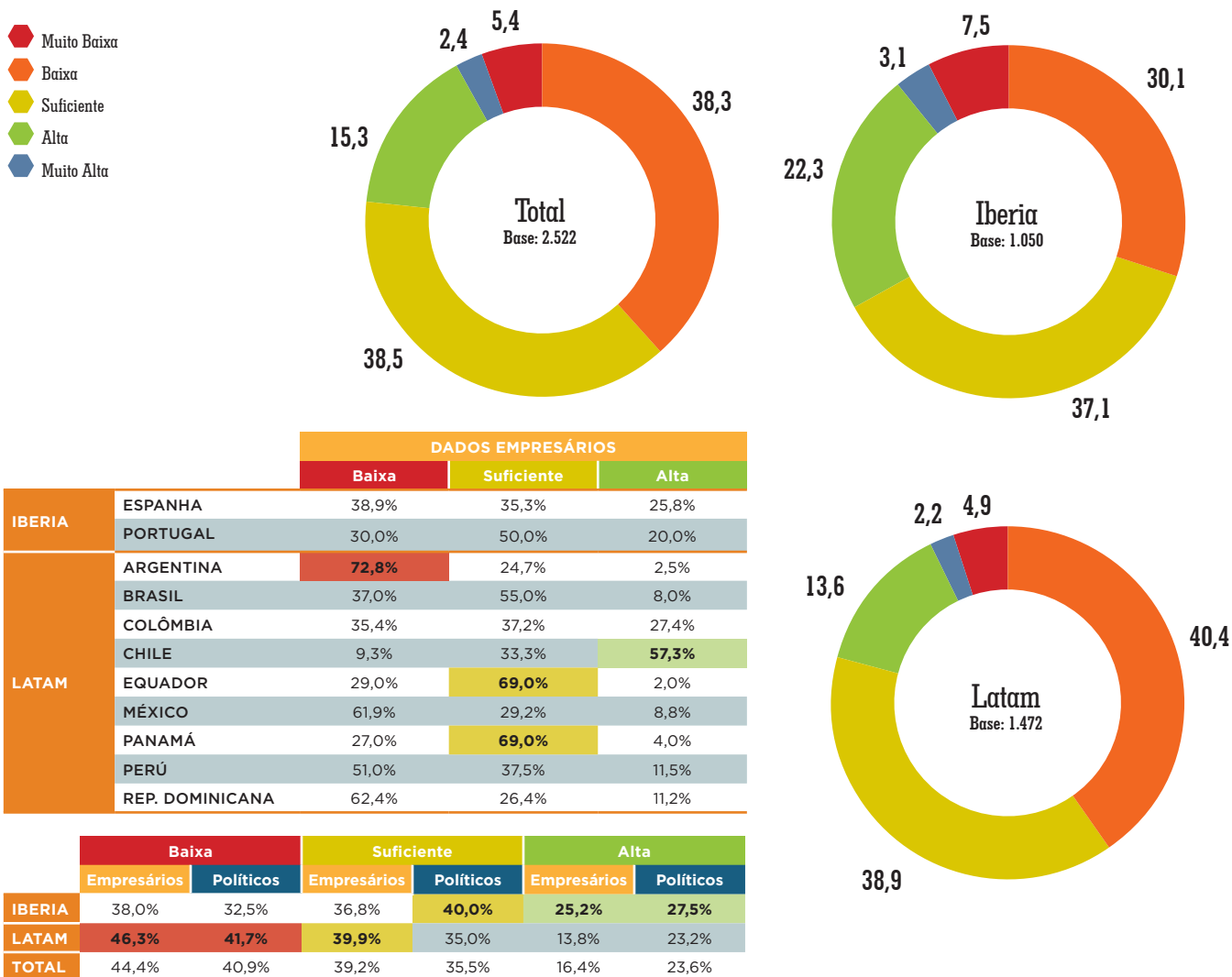
Para aprofundar esta questão, questionou-se aos empresários qual era a percepção sobre a segurança jurídica de suas empresas em seus países. Os resultados obtidos se encaixam com a percepção geral sobre a Justiça, com um nível menor ao aprovado por parte dos empresários, tanto na América Latina como na Ibéria, o que indica a existência de uma sensação de insegurança jurídica.

É destaque ainda a sensação de baixa segurança jurídica entre empresários da Argentina, República Dominicana, México e Peru, dentro da América Latina, assim como entre os representantes das empresas espanholas. É também nítido que apenas os empresários do Chile se mostram convencidos de que dispõem, em seu país, de uma alta segurança jurídica.

Por outro lado, os políticos mostram-se mais convencidos, como era de se esperar, sobre a segurança jurídica de seus países, ainda que se destaque que em países da América Latina, como México, Argentina, Peru ou Colômbia, os próprios políticos qualifiquem a situação como de baixa segurança jurídica, algo que também acontece, na Ibéria, com os representantes de Portugal. Em contrapartida, os políticos no Panamá e do Equador, na América Latina, e da Espanha mostram uma opinião majoritária a favor da alta segurança jurídica de seus países.

Na Espanha, é muito significativa a diferença de percepção entre os empresários e políticos, uma vez que entre os primeiros predomina a classificação de baixa segurança e entre estes últimos, a alta segurança, o que também se aplica, no sentido oposto e em menor medida, na Colômbia (onde os empresários consideram, majoritariamente, como suficiente a segurança jurídica do país e são os políticos aqueles que a qualificam como baixa).

## Percepção empresarial da segurança jurídica





## O EXÉRCITO/FORÇAS ARMADAS

Como indicado acima, o Exército é a instituição pública mais valorizada tanto na América Latina como na Ibéria, tanto por parte do empresariado como dos políticos. O nível de confiança é muito semelhante, por parte dos empresários, em ambas as áreas (entre 3,34 e 3,22), enquanto são percebidas algumas diferenças na percepção dos políticos: os da América Latina concedem menos valor ao Exército (3,10) do que os da Ibéria (3,73).

Assim como os intervalos de confiança empresarial são semelhantes em ambas as zonas, os políticos que desconfiam de seu Exército na América Latina são mais que aqueles que o fazem na Ibéria (25,3%, frente a 17,3%). Consequentemente, aqueles que mostram total confiança são também menos, mas, neste intervalo, a diferença é muito maior (7,0%, frente a 24,8%).

O Chile é também o país da América Latina onde os empresários têm maior confiança no Exército (como acontece com outras instituições públicas, embora, neste caso, a nota chegue a um nível muito elevado, 4,04 de 5), seguido neste ponto pela Colômbia, Equador e México (onde a nota está acima de 3,20). A confiança empresarial no Exército nos países ibéricos também é muito alta, superior em Portugal (3,49), à nota dada na Espanha (3,32). Na América Latina, há menos confiança no Exército entre os empresários da República Dominicana, Peru, Argentina e Panamá (países onde a nota só está acima do nível aprovado este último).

São os empresários dominicanos e peruanos os que indicam confiar menos em seu Exército (43,9%), seguidos pelos argentinos (30,9%). Os empresários espanhóis marcaram que não sentem nenhuma confiança em seu Exército em um percentual relativamente alto (22,4%, semelhante ao registrado no México ou no Brasil), enquanto apenas 8,6% do portugueses o fazem.

Os políticos da América Latina que sentem maior confiança em seu Exército são os da Colômbia (onde também atinge uma pontuação 4), seguidos pelos do Equador (embora as notas variem de 0,31 pontos até 3,69), Chile, Argentina e Brasil (não há dados disponíveis nem do México nem da República Dominicana). A nota mais baixa quanto ao Exército entre os políticos foi obtida no Panamá (muito longe do aprovado, ficando em 2,06), assim como no Peru (onde sim, se aproxima do nível de aprovação). A avaliação do Exército por políticos da Ibéria também é alta, acima do nível de 3,6, tanto na Espanha quanto em Portugal.

Não existem grandes diferenças entre a opinião de empresários e a de políticos sobre o Exército na maior parte dos países. Na América Latina, é possível observar que os empresários indicam maior valorização das Forças Armadas no Chile (4,04, frente a 3,23, uma diferença de 0,81), enquanto na Colômbia acontece o inverso (3,55, frente a 4,00, uma diferença de 0,45), embora, no Panamá, onde se produziu a maior distância entre a opinião de uns e outros (3,11, frente a 2,06, uma diferença de 1,05). Na Ibéria, a visão dos políticos é bastante semelhante ao dos empresários, embora na Espanha exista uma certa distância (3,32, frente a 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%	<b>37,8%</b>
	EQUADOR	7,0%	<b>89,0%</b>	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	<b>44,8%</b>	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 áreas (quanto à visão de empresários) como entre empresários e políticos, sendo praticamente idêntica, no entanto, entre os políticos de ambas as zonas.

Os empresários da América Latina têm uma alta confiança nos bancos e instituições financeiras (3,53), enquanto na Ibéria as notas não chegam ao nível de aprovação (2,42, o que representa uma diferença de 1,11 em comparação com seus colegas latino-americanos). Há, além disso, bastante diferença entre suas opiniões e as dos políticos em cada uma dessas zonas: maior confiança empresarial que política na América Latina e, inversamente, menor confiança nos bancos por parte dos empresários em relação aos políticos na Ibéria.

Em intervalos de adesão, a diferença é também muito sensível: assim como apenas 12,3% dos empresários latino-americanos indicam não sentir nenhuma confiança nos bancos, a escala percentual, majoritariamente, é de 54,4% na Ibéria. A opção de uma total confiança é também muito diferente: 11,4% entre o empresariado na América Latina em comparação com apenas 1,7% entre aqueles da Ibéria.

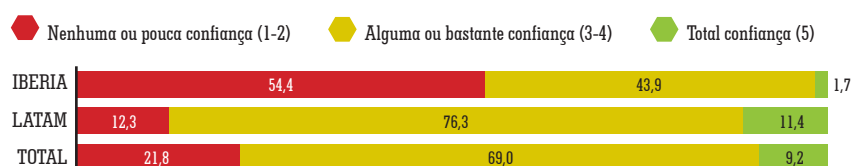
Entre os países da América Latina estudados, é no Equador onde os bancos detêm uma maior confiança dos empresários (muito próxima à nota 4), que também é pontuada a níveis elevados no Panamá, República Dominicana e Peru (com uma pontuação de 3,70). A menor confiança dos países latino-americanos é percebida na Argentina, Brasil, Chile e México (embora sempre acima de 3,20). Na Ibéria, a confiança empresarial nos bancos está bastante deteriorada na Espanha, onde estes não são aprovados, embora em Portugal a nota seja melhor (ainda que não chegue a superar a menor dos países latino-americanos).

O intervalo de total desconfiança com os bancos é, em correspondência com as notas do índice, muito pouco significativo no Panamá e Equador (com apenas 2 e 3%, respectivamente), embora na Colômbia, onde um maior percentual de nula desconfiança é percebido (23,0% para 20,0% no Equador). Na Espanha, a opção que indica nenhuma confiança nos bancos ascende a um nível muito alto (57,4%), percentual que cai pela metade em Portugal, onde até 11,4% dos empresários demonstram absoluta confiança nos bancos, contra apenas 0,6% na Espanha.

Ao mesmo tempo, os políticos da América Latina pesquisados que mantêm maior confiança nos bancos são os do Panamá, Peru e da Colômbia, tendo sido coletadas as notas mais baixas no Brasil e na Argentina. Os políticos da Ibéria não aprovam seus bancos e lhes dão exatamente a mesma nota: 2,62.

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

## Nível de confiança empresarial nas Instituições Bancos / Financeiras



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 Ibéria essa confiança é muito menor e não chega ao valor de aprovação (2,42). Ao contrário, os políticos das duas áreas geográficas coincidem em sua avaliação dos meios, que é muito inferior ao nível de aprovação em ambos os casos (em torno de 2,3). Podemos dizer, portanto, que os meios de comunicação são pouco valorizados, geralmente na Ibéria, enquanto na América Latina desfrutam de maior apreço entre os setores econômicos que entre os políticos.

Os empresários ibéricos que escolhem um intervalo de muito baixa ou de baixa confiança (1 e 2) nos meios de comunicação chegam a 55,4%, contra apenas 21,5% entre o empresariado da América Latina. Estes, tampouco concedem sua total confiança aos meios (esta opção é escolhida por 3,4% dos entrevistados), mas em todo caso, são muito mais do que na Ibéria (onde só o fazem 0,8%).

A nível territorial, encontramos algumas diferenças entre os países da América Latina estudados, porém vemos que os meios contam com aprovação em todos. Os empresários do Equador, Panamá, Brasil e Argentina demonstram maior confiança em relação ao sistema midiático de seu país (sempre acima da nota 3), e em Portugal, os meios também alcançam o índice de aprovação por parte dos empresários (a um nível semelhante ao registrado na Argentina, com uma pontuação de 3,13). Menor confiança suscitam os meios entre o empresariado do Peru, República Dominicana e Chile (todos abaixo da nota 3), ainda que em níveis superiores àquele registrado na Espanha (onde permanece em 2,34, nota mais baixa de todos os países pesquisados).

O percentual de empresários espanhóis cuja confiança nos meios de comunicação de seu país é inferior a 3 atinge 59%, o que contrasta fortemente com os 4% registrados no Equador ou 6% obtidos no Panamá. Na América Latina, são os peruanos os mais relutantes com seus meios de comunicação (39,5% declara que não há confiança neles).

Quanto aos políticos, na América Latina registra-se a falta de confiança nos meios de comunicação presentes no Equador e no Brasil, assim como no Chile e na Argentina. Menor ainda é a confiança dos políticos portugueses no seu sistema midiático (2,31, o mesmo nível registrado no Equador). A maior confiança política nos meios de comunicação é registrada no Panamá (superior a 3), Peru e Colômbia, enquanto na Espanha, os políticos, em sua maioria, desaprovam os meios espanhóis (com uma pontuação média de 2,41).

É notável a grande distância entre a avaliação de empresários e políticos registrada no Equador, onde a nota mais alta e mais baixa em ambos setores (3,73, frente a 2,31, uma diferença de 1,42), um fenômeno que também ocorre, embora em menor grau, no Brasil (3,40, frente a 2,34, uma diferença de 1,06) e na Argentina (3,17, frente a 2,55, uma diferença de 0,62). A diferença de avaliação entre empresários e políticos em Portugal é, do mesmo modo, muito significativa (3,13, frente a 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)



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 o baixo nível de confiança que estes suscitam, mais pronunciadamente entre empresários (especialmente na área da Ibéria), embora tampouco os políticos aprovem as organizações sindicais de seus países. Os sindicatos ocupam a penúltima posição (depois dos partidos) no ranking de confiança que despertam as instituições entre o empresariado na América Latina e a última na avaliação de empresários ibéricos. Para os políticos, ocupam a última posição em ambas as zonas.

É muito alto o percentual de empresários que declaram não ter nenhuma confiança nos sindicatos, especialmente na Ibéria (onde esta avaliação atinge 85,0% das respostas). Os políticos também mostram desconfiança de maneira expressiva em ambas as zonas (acima 50%), embora a total confiança nos sindicatos chegue a 2,7% na América Latina (sendo praticamente nula na Ibéria).

Por países, dentro da América Latina, as menores avaliações empresariais dos sindicatos são registradas na República Dominicana, México, Peru e Brasil e Equador (em todos os casos, a nota é inferior a 2), enquanto são melhor votados no Chile, Colômbia, Argentina e Panamá (sempre muito abaixo do aprovado). Em Portugal, também não chegam a ser aprovados (com uma pontuação de 2,2), e na Espanha recebem uma nota particularmente baixa (1,6, apenas superior, do conjunto de países analisados, a da República Dominicana).

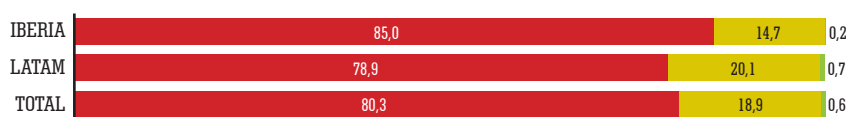
Cabe observar que para uma alta porcentagem de empresários equatorianos (88%), os sindicatos não são dignos de qualquer confiança, percentual que se aproxima, dentro da América Latina, aos registrados no Brasil ou no México, um nível semelhante ao registrado na Espanha (87,4%), com amostras de confiança praticamente inexistente em todos estes países. Em Portugal, ao contrário, registra-se uma nula confiança de 64,3% dos empresários, cuja opção de total confiança também é, no entanto, escassa.

Destaca-se, além disso, a alta nota concedida por políticos argentinos aos sindicatos de seu país (3,01, a mais alta do conjunto), sendo estes os únicos que os aprovam, ainda que os equatorianos quase também o façam. A pior nota é dada pelos políticos do Panamá e do Peru (inferior a 2) e do Brasil (pouco acima de 2). Na Ibéria, o nível de confiança política é semelhante, bem abaixo do aprovado (cerca de 2,3).

O maior contraste entre as posições de empresários e políticos se dá (entre os países pesquisados) no Equador (1,91 frente a 2,77, uma diferença de 0,86), embora seja notável a diferença existente na Argentina (0,75). Há também um certo contraste na Espanha, onde os sindicatos encontram muito mais reconhecimento entre os políticos do que entre os empresários (2,26 contra 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 perspectiva dos empresários sobre as organizações empresariais é muito mais favorável, especialmente na América Latina, onde estes concedem uma nota particularmente alta (3,56, à frente até mesmo do sistema financeiro e das Forças Armadas), enquanto na Ibéria, a nota que o empresariado concede aos seus próprios representantes não chega à média de aprovação (2,56). Os políticos, por sua vez, fazem uma alta avaliação desta instituição privada, perto da nota 3 em ambas as zonas, o que é, em todo caso, muito superior a que merecem os sindicatos (a diferença é de cerca de 0,60).

O intervalo de nenhuma confiança que é eleito na Ibéria resulta muito significativo (47,9%) e muito superior ao que apontam os empresários latino-americanos (apenas 11,8%). O mesmo, em sentido inverso, acontece com sinais de total confiança, que na América Latina quase alcançam 10% dos entrevistados, enquanto na Ibéria permanecem em um quase residual 1,0%.

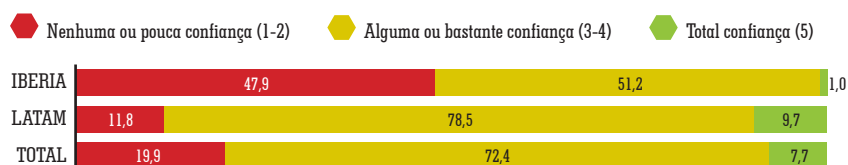
Os países da América Latina cujos empresários mais valorizam suas organizações representativas são o Equador (acima de 4, uma nota muito alta), Panamá, México e Brasil. Na Ibéria, o empresariado português tem uma alta confiança em seus representantes (3,20). É no Chile, Argentina e Peru onde os empresários têm menos confiança dentro da América Latina em suas organizações (embora sempre acima da pontuação média de 3), destacando-se acima de todos esses países o caso da Espanha, onde as organizações empresariais não depositam confiança (2,48) entre os próprios empresários.

De fato, o intervalo de nenhuma confiança nas organizações empresariais é sinalizado por um em cada cinco empresários espanhóis. Ainda mais (praticamente um em cada quatro) elegem esta opção no Brasil e no México, mas nestes dois países, mais da metade dos empresários mostram sua confiança em suas organizações, o que indicaria uma polarização significativa entre várias alternativas associativas. Em Portugal, como ocorre em países latino-americanos, a exemplo da República Dominicana, Equador e Panamá, é muito baixo o percentual de empresários que desconfiam das suas entidades representativas.

Os políticos da América Latina pesquisados mantêm, em geral, uma confiança significativa em organizações empresariais de seus países, ainda que no Chile não se aprove estas entidades (que recebem um escasso 2,46), enquanto no Equador e no Brasil se mantêm abaixo da média (que é 2,93). A avaliação política máxima destas organizações acontece na Colômbia, Panamá e Argentina. Os políticos de Portugal aprovam suas organizações de empresários (com 3,13), enquanto na Espanha as desaprovam (2,59).

Há diferenças importantes na avaliação de empresários e políticos das organizações empresariais, especialmente no Equador (4,06, frente a 2,69, uma diferença de 1,37) e Chile (3,36, frente a 2,46, uma diferença de 0,90), enquanto na Ibéria as percepções de empresários e políticos sobre essas organizações pouco 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

## PERCEPÇÃO ATUAL DA ECONOMIA

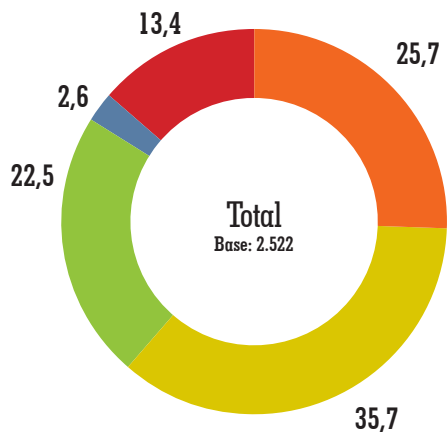
A percepção da situação econômica atual apresenta diferenças significativas entre a América Latina e a Ibéria, que correspondem aos diversos ciclos em que se encontram as economias, em uma zona e outra. Assim como na Espanha e em Portugal a visão da economia é claramente positiva, com opinião majoritária de que está melhorando, na América Latina existem perspectivas diferentes entre os diversos países, embora o tom geral seja muito menos otimista do que na Ibéria.

Os empresários latino-americanos também são mais positivos, em geral, que os políticos de seus respectivos países, embora isso se deva ao fato de que o empresariado não percebe uma piora tão sensível da situação como aquela percebida pelos políticos. Por outro lado, há uma grande coincidência entre empresários e políticos da Ibéria quanto à melhoria econômica dessa zona.

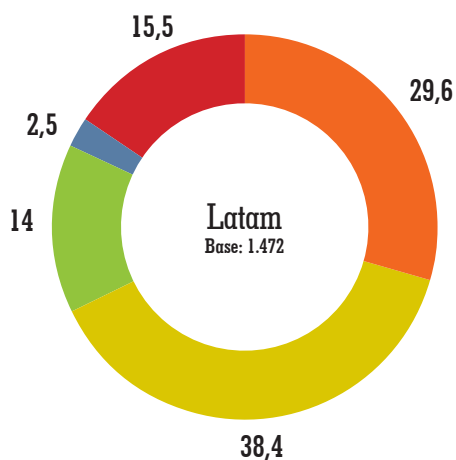
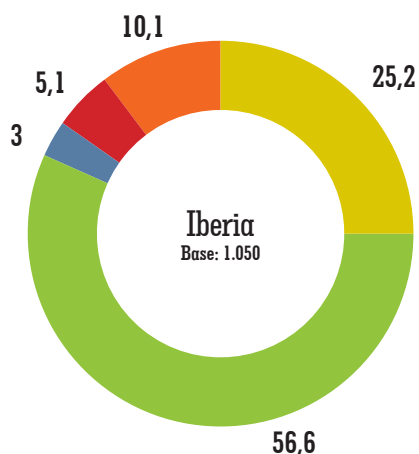
Como pode ser percebido, entre os países da América Latina estudados há uma grande disparidade na percepção da situação econômica. Assim como na Colômbia os empresários sentem uma melhora na economia, em países como Chile, Argentina ou Peru percebe-se uma clara piora. No Panamá, Equador, México, Brasil e República Dominicana predomina a sensação de estabilidade entre o empresariado, o que acaba dividindo a opinião da maioria da zona para esta opção. Tanto na Espanha como em Portugal, a visão atual é de clara melhoria econômica.

Quanto aos políticos, é possível perceber uma certa polarização dos latino-americanos, que se dividem entre uma melhora ou piora, com poucas apostas pelo meio termo, enquanto a maioria dos espanhóis e portugueses coincidem com seus empresários na aposta de que a situação agora é 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%	<b>62,8%</b>
	CHILE	<b>78,2%</b>	15,6%	6,2%
	EQUADOR	9,0%	78,0%	13,0%
	MÉXICO	35,4%	54,9%	9,7%
	PANAMÁ	13,0%	<b>79,0%</b>	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%	<b>59,7%</b>	<b>58,9%</b>
LATAM	<b>41,1%</b>	<b>60,0%</b>	<b>43,1%</b>	20,4%	15,8%	19,7%
TOTAL	35,2%	56,4%	39,2%	20,4%	25,6%	23,2%

## PERSPECTIVAS DE FUTURO

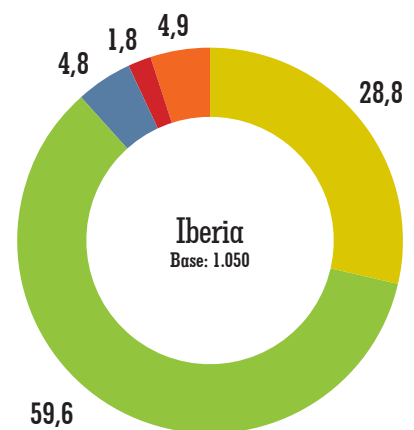
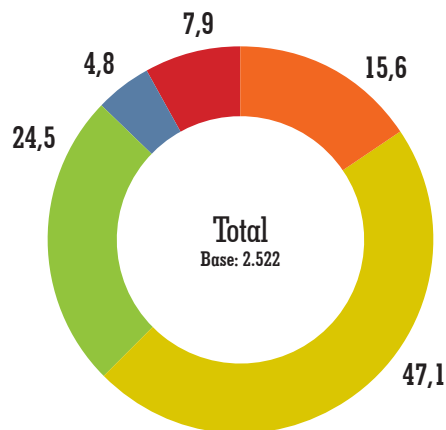
Quanto ao futuro da economia dos países estudados, percebe-se o mesmo contraste entre as duas zonas e entre empresários e políticos visto na avaliação da situação econômica atual. Assim, percebe-se um maior otimismo na Ibéria, especialmente entre os empresários, enquanto na América Latina a visão é mais negativa, essencialmente em alguns países e mais por parte dos políticos que dos empresários.

O otimismo na Ibéria leva com que dois em cada três empresários (65,8%) manifestem a confiança que esta zona melhorará nos próximos meses. Quase metade dos políticos ibéricos, por outro lado, confia que a situação melhorará (49,7%) e outros 44,4% pensam que ao menos se estabilizará nos próximos meses.

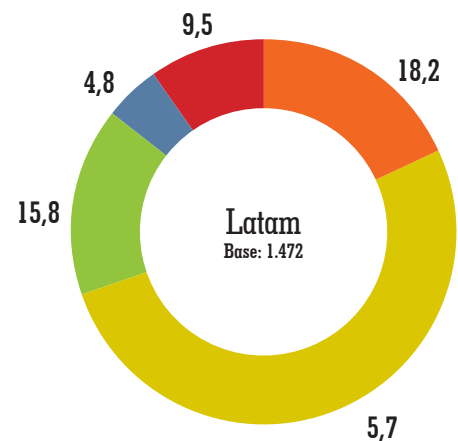
Os empresários latino-americanos são naturalmente propensos a pensar que a situação permanecerá a mesma que agora (56,5%), apesar de até 40,7% dos políticos dos países entrevistados na América Latina acreditarem que a economia vai piorar no curto prazo. Os países em que se observa um maior temor em relação ao futuro são os mesmos que detectam um agravamento da situação no último ano: Chile, Argentina, Brasil e Peru, as maiores economias da região.

### 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%	<b>68,8%</b>
	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	<b>58,7%</b>	20,9%	20,4%
	EQUADOR	10,0%	76,0%	14,0%
	MÉXICO	10,6%	71,7%	17,7%
	PANAMÁ	1,0%	<b>78,0%</b>	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%	<b>44,4%</b>	<b>65,8%</b>	<b>49,7%</b>
LATAM	<b>24,3%</b>	<b>40,7%</b>	<b>56,5%</b>	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

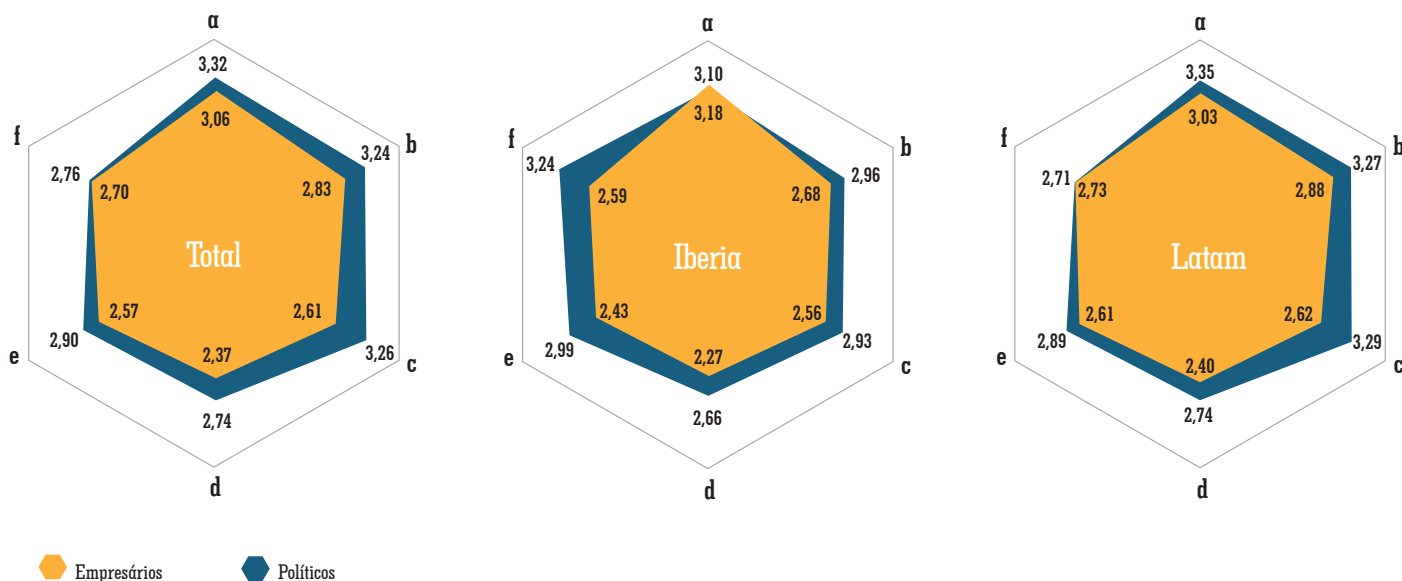
O status das relações das empresas com o governo é visto de forma diferente por parte dos empresários e dos políticos. Em termos gerais, os políticos tendem a estar mais satisfeitos do que os diretores empresariais sobre os níveis de colaboração e interação que existem entre as empresas e o governo, embora a opinião dominante (na que coincidem ambos os grupos) é que as suas relações ainda estão longe de ser tão fluidas como deveriam ser.

De fato, cerca de 40% de todos os entrevistados consideram que o nível de relacionamento é baixo, em comparação aos 20% que pensam que é alto ou muito alto.

Com base nas respostas obtidas, podemos perceber que, neste momento, as relações das empresas e do governo não passa por um bom momento. Há um evidente clima de desconfiança entre as empresas e o poder público, a colaboração deste com a atividade empresarial é considerada baixa e, a partir destas condições, o resultado é que a capacidade de influência (a ser considerada) das empresas no desenvolvimento das políticas econômicas está muito limitada. Também não parece que as políticas públicas de apoio à expansão internacional das empresas resultem muito satisfatórias para estas.


Em geral, existem maiores reticências quanto ao status das relações com o governo por parte dos empresários da Ibéria. Os da América Latina se mostram um pouco mais satisfeitos com o contato que mantêm com o executivo de seus países (média de 2,88 em uma índice de 1-5, em comparação à média de 2,68 da Ibéria, o que supõe valores inferiores ao aprovado, que é 3) e com a colaboração do governo com a atividade empresarial (2,61, contra apenas 2,43 registrado na Ibéria). O empresariado latino-americano também considera que a contribuição da política externa de seu governo ajuda a facilitar suas atividades no exterior, em maior medida que o setor empresarial da Ibéria (pontuação média de 2,73, contra 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 às seções em que se mostram mais críticas os empresários com os seus governos, a confiança gerada e a influência das empresas na política econômica, os resultados são bastante semelhantes na América Latina e na Ibéria, com um nível de desconfiança que produz notas médias em torno de 2,3 em ambas as zonas (uma suspensão à regra a dois lados do Atlântico) e uma insatisfatória capacidade de ser levado em conta que os leva a colocar uma classificação média de 2,62 na América Latina e de 2,56 na Ibéria.

Com respeito à questão do conhecimento que as empresas dispõem acerca das políticas econômicas do governo, há uma aprovação moderadamente alta em ambas as áreas (acima da nota 3), o que indica os esforços realizados pelos empresários da comunidade latino-americana para dispor de informações suficientes e atualizadas a respeito dos planos de seus governos.

Os políticos dos países da América Latina dos quais temos informação se mostram, em geral, mais convencidos dos que os da Ibéria (e muito mais do que seus próprios empresários) quanto a um nível adequado de relações entre empresas e governos, destacando a boa classificação obtida pela intensidade destas (3,27, contra 2,96 na Ibéria) e a capacidade de influência empresarial (3,29, contra 2,93). Em relação à confiança que eles acreditam que a política do governo gera em empresas e a colaboração que pensam que fornece o executivo à sua atividade, os resultados são muito semelhantes em ambas as áreas (bem abaixo ao nível aprovado de confiança, cerca de 3, a colaboração). Sobre o nível de conhecimento que as empresas têm sobre os planos do governo, os políticos de ambas as áreas acreditam ser bastante satisfatório (nota acima de 3).

Destaca-se ainda grande a divergência entre políticos da Ibéria e da América Latina em relação ao apoio que eles acreditam que a política externa de seu país fornece a empresas, já que os da Ibéria concedem nota muito mais alta (3,24) do que os da América Latina (2,71), ao contrário do que acontece com os empresários (embora com menos divergência entre estes, como vimos). Um fenômeno que acontece também com a consideração da influência da empresa e com o julgamento acerca do nível de cooperação do governo (embora, neste caso, com mais divergência entre empresários que entre políticos). Em todas as outras questões, os políticos e os empresários de cada zona estão geralmente alinhados, embora estes últimos sejam mais relutantes.

## ANÁLISE DAS RELAÇÕES EMPRESA-GOVERNO

### Fluxos de informação empresa-governo

O conhecimento de que as empresas têm em relação às políticas econômicas e empresariais do governo recebe o melhor relato dos entrevistados, embora possa ser possível observar que ainda há margem para melhorias (a nota média dos empresários supera por pouco a nota 3 e a dos políticos, 3,3). Prova disso é que um em cada quatro empresários e políticos enquadram o tema ainda como baixo ou muito baixo.

Por países, na América Latina, os empresários que relatam um maior conhecimento das políticas de seu governo são os do Chile, Colômbia, Peru e República Dominicana (em todos esses países, a nota média supera os 3,1), enquanto os que dizem estar menos informados estão no Panamá, México, Brasil e Equador (neste país, a nota está abaixo de 3). Na Ibéria, os empresários de Portugal afirmam ser os que possuem menor conhecimento dos planos do executivo de todo o conjunto (com um magro 2,79) em relação aos espanhóis, que declaram dispor de um nível mais satisfatório de informação (3,22).

A opinião dos políticos sobre o conhecimento empresarial das políticas públicas caminha lado a lado dos empresários, ainda que sempre com uma classificação bem acima destes. Destaca-se a grande distância que separa os pontos de vista de ambos os grupos no Panamá (com uma pontuação de 2,83 por parte dos empresários contra 3,88 dos políticos), na Argentina (3,01, frente a 3,93) e no Equador (2,94, contra 3,62). Apenas em Portugal a opinião dos políticos sobre esta questão é pior do que a de seus empresários, com uma pontuação média de apenas 2,77.

## Percepção das empresas sobre as políticas econômicas 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

O nível de contato entre as empresas e o governo também é considerado passível de melhoria: entre todos os entrevistados, são mais os que consideram ser baixo ou muito baixo (32,5%) do que aqueles que pensam que é alto ou muito alto (23,4%).

No entanto, as percepções são bastante diferentes quando se fala com um político ou um empresário, tanto na América Latina quanto na Ibéria. Os diretores de ambas as zonas coincidem na procura de um relacionamento mais forte (apenas um em cada cinco no conjunto estudado a consideram satisfatória). Diante desta mesma questão, os políticos se mostram mais satisfeitos com a situação existente, especialmente os da América Latina, onde concedem uma nota de 3,27 à relação atual, enquanto os da Ibéria parecem nutrir alguma dúvida mais (sua avaliação se aproxima da nota 3, mas não a supera).

Se pensamos em uma análise territorial, percebemos que os empresários da América Latina dispõem de um maior contato com seu governo do que os da Ibéria, destacando-se especialmente os da Colômbia, Chile e Panamá (acima da pontuação média de 3) enquanto na Espanha não se alcança o nível de aprovação (tem a menor nota do total do conjunto) e em Portugal não chega a 3. Os países latino-americanos com menor índice de satisfação dos empresários por seu contato com o governo são: Equador, Brasil e Argentina.

Os políticos da América Latina opinam, em geral, que o nível de relacionamento é muito bom (os inquiridos dão pontuações médias superiores a 3), com maior intensidade nos casos do Chile, Colômbia e Argentina. Na Espanha, a nota que dão aos políticos também é alta (3,5), enquanto, ao contrário, os portugueses ficam com um singelo 2,64 (sendo a nota mais baixa do conjunto e menor ainda do que dão os 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 econômicas

Em geral, os empresários e políticos diferem ostensivamente quanto às suas considerações sobre a influência das empresas nos governos. Tanto na América Latina como na Ibéria, os políticos acreditam que essa influência é muito maior do que pensam os empresários (41,9% de todo o conjunto de políticos pensa que é alta ou muito alta, em comparação com apenas 16,8% de líderes empresariais que assim pensam).

Por zonas, os empresários da América Latina e da Ibéria coincidem na baixa consideração de sua capacidade de terem suas opiniões levadas em consideração por governos (com uma pontuação média em torno de 2,6), enquanto os políticos da América Latina pensam que as empresas possuem uma maior influência que seus colegas da Ibéria (aqueles concedem uma pontuação média de 3,29 a esta questão, em comparação aos 2,93 concedidos pelos políticos ibéricos).

Por país, destaca-se a baixíssima nota dada à capacidade de influência dos empresários espanhóis (2,54) frente àquela outorgada por portugueses (2,81, bem acima da média do conjunto). Na América Latina, observa-se que o empresariado argentino dá a sua influência uma valoração muito menor que o valor de aprovação (2,26), destacando-se também as baixas avaliações dadas a empresários no Brasil (2,53), Equador (2,62) e no México (2,65).

Melhor avaliação, a mais alta do conjunto, é obtida pela capacidade de influência empresarial na Colômbia, sendo destaque também no Panamá e no Chile (que se encontra no mesmo nível de Portugal, com uma pontuação média de 2,83).

A disparidade entre as avaliações dos políticos fazem com que, na Argentina, Brasil e Chile, a diferença seja considerável (sempre com políticos bem acima dos empresários na sua avaliação de sua influência destes), enquanto os políticos que acreditam que as empresas têm menos influência são os do Equador e Panamá (ambos com menos de 3), na América Latina, e as da Espanha e de Portugal (com uma nota média semelhante àquela obtida no Equador).

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

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

	Muito baixa/Baixa (1-2)	Média/Média-alta (3-4)	Muito alta (5)
IBERIA	49,4	47,3	3,3
LATAM	44,5	51,6	3,6
TOTAL	45,6	50,7	3,5

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 baixa, sendo este o dado mais significativo entre aqueles listados na pesquisa em relação a questões de confiança. De fato, apenas 8,1% dos empresários que participaram da pesquisa concedem um alto crédito à política de governo de seu país. Trata-se, sem dúvida, de um resultado ligado a questões anteriores, especialmente ao frágil relacionamento entre empresas e governos e à falta de influência dos empresários nas políticas públicas relacionadas à atividade econômica.

A falta de confiança empresarial, que está sendo acusada nas duas áreas estudadas (não atinge o nível de aprovação em nenhuma destas), é maior na Ibéria que na América Latina, um fenômeno replicado pelos políticos que, ainda que, neste caso, a avaliação concedida não está tão longe do valor de aprovação nos dois âmbitos geográficos.

Destaca-se que em nenhum dos países se supera a marca do valor de aprovação (nota 3) por parte dos empresários, sendo a Colômbia e o Panamá os que mais se aproximam, enquanto na Argentina e no Brasil onde os maiores distanciamentos deste valor são registrados. Na Espanha, o índice de avaliação empresarial está mais perto de 2 do que de 3, com um baixo nível, semelhante ao obtido em Portugal.

Os políticos do Equador, Panamá e da Argentina acreditam que o nível de confiança dos empresários no governo é superior ao valor de aprovação (no que diz respeito a este último país, a diferença entre a percepção de empresários e a dos políticos é novamente muito significativa, com nota 2 contra 3), sendo os mais céticos, na América Latina, os políticos do Brasil e do Peru, embora os que demonstrem menos confiança nas empresas diante do governo sejam os portugueses, ao contrário dos políticos espanhóis, que aumentam sua avaliação nesta questão para notas 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 se enquadra dentro do atual clima de desconfiança do trabalho do poder executivo em geral. Em todo o conjunto de países estudados observa-se que a cooperação entre empresas e governo resulta insatisfatória, especialmente do ponto de vista dos empresários. Dentro da comunidade empresarial, quase a metade (46,5%) considera que o nível de cooperação do governo é baixo ou muito baixo, uma opinião que os políticos compartilham em menor grau (37,4%).

Por região, os empresários da América Latina atribuem um valor mais alto (2,61) à ajuda fornecida pelo governo que os da Ibéria (2,43), sempre abaixo do nível de aprovação. Naturalmente, os políticos em ambas as áreas têm uma melhor opinião também neste ponto, mas ainda assim a nota que atribuem não alcança o nível de aprovação (aproxima-se de 3 nos dois âmbitos estudados).

Na América Latina, a menor valoração do trabalho governamental a favor das empresas é registrado na Argentina, no Brasil e no Equador, enquanto na Ibéria são os empresários espanhóis os que estão menos satisfeitos com o que é feito por seu governo (a um nível próximo ao registrado na Argentina, o mais baixo nos países latino-americanos). Na Colômbia, por outro lado, o empresário aprova os esforços do seu executivo (é o único país onde isso acontece, com uma pontuação de 3,1), aproximando-se do nível aprovado no Panamá e no Chile. A opinião dos empresários de Portugal (2,74) também está mais perto do aprovado do que de seus colegas espanhóis.

Em muitos países que participaram da pesquisa, os políticos aprovam o nível de cooperação de seus governos com as empresas, destacando-se o alto índice registrado no Equador, Panamá e Chile (acima de 3,5). Também na Espanha, ao contrário do que acontece com os seus empresários, os políticos estão de acordo com o trabalho de seu executivo (3,29). Não ocorre o mesmo em Portugal, onde estes são muito mais críticos (o índice permanece em 2,82), um fenômeno que também ocorre em países da América Latina, como Brasil e Peru (onde os políticos tampouco aprovam seu governo nesta área).

## 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 de como é atribuída a política diplomática dos governos à internacionalização das empresas há um consenso inédito entre empresários e políticos da América Latina, que concordam que esta contribuição é pouco satisfatória. Na Ibéria, ao contrário, não há acordo entre os dois grupos, com opiniões muito distantes, já que o empresariado se mostra especialmente crítico neste ponto, enquanto os políticos apoiam veementemente o que é feito pelo governo no exterior.

Este fenômeno de polarização é mais perceptível na Espanha, onde os empresários concedem uma nota muito distante do valor de aprovação, enquanto políticos superam este nível em vários décimos (2,55 contra 3,29, uma distância de 0,74 no índice). Em Portugal esta situação é reproduzida, ainda que com uma divergência menor entre as opiniões do setor econômico em relação àquelas do setor político, já que os empresários quase aprovam seu governo e os políticos são um pouco menos otimistas que os espanhóis sobre este tema (as notas são 2,91 e 3,21, respectivamente).

Na América Latina, as posições dos dois grupos pesquisados (empresários e políticos) coincidem na maior parte dos países, tanto os que expressam pontos de vista críticos (Brasil ou Peru, abaixo do nível de aprovação, 3), quanto com aqueles que apoiam a seu governo nesta questão (Colômbia ou Chile, ainda que os políticos sejam mais entusiastas com o que é feito pelo seu governo, logicamente).

Há um relevante contraste entre o que pensam empresários e políticos, especialmente na Argentina (onde, como é habitual, as posições são muito distantes, e vemos que, embora os políticos não aprovem seu governo, os empresários são muito críticos em relação a este, concedendo uma nota perto de 2, a mais baixa de todo o conjunto, com grande diferença). Esse fenômeno também ocorre no Equador, onde a divergência entre os dois grupos é ainda maior (os empresários dão uma nota de 2,66 e os políticos, 3,69), mas com a diferença de que todos são mais otimistas do 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	<b>70,4%</b>	29,6%	0,0%
	BRASIL	36,0%	62,0%	2,0%
	COLÔMBIA	26,5%	69,9%	3,5%
	CHILE	28,9%	63,1%	<b>8,0%</b>
	EQUADOR	34,0%	66,0%	0,0%
	MÉXICO	34,5%	61,9%	3,5%
	PANAMÁ	26,0%	<b>74,0%</b>	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 diante da situação econômica

## MEDIDAS GERAIS

Pedimos a empresários e políticos da América Latina, Espanha e Portugal que descrevessem medidas a serem propostas, dentro de uma ampla lista, para enfrentar os desafios da economia em seus respectivos países. Em geral, foram assinaladas 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 entrevistados (95,8% e 95,1% dos entrevistados, respectivamente, optam por este âmbito, um percentual praticamente semelhante, que indica o acordo existente sobre este ponto).


Depois do consenso registrado quanto à linha de atuações, vemos que existem algumas diferenças qualitativas na atenção gerada nas demais questões. Assim como os empregadores alertam especialmente sobre a necessidade de tomar medidas em relação à reforma trabalhista e ao marco regulatório (91,4% de menções em ambos os pontos), os políticos priorizam mais as medidas de política social (89,4% das menções) e medidas fiscais (87,8%).

Os tipos de medidas menos mencionadas pelos empresários são as de política monetária (apenas 80,2% das menções) e de política social (89,1%, este percentual muito mais próximo àquele registrado nas medidas mais citadas). Os políticos também mostram menor interesse sobre questões relacionadas à política monetária (como 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 na preferência dos políticos).

Para facilitar a análise territorial, foram selecionadas as três medidas mais citadas por empresários e políticos de cada um dos países estudados, como mostra a tabela a seguir.

## Medidas mais urgentes que devem ser acordadas entre empresas e o Governo para enfrentar os desafios econômicos 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
<b>TOTAL IBERIA</b>	<b>96,4</b>	<b>87,6</b>	<b>88,6</b>	<b>84,4</b>	<b>89,7</b>	<b>83,8</b>	<b>91,7</b>	<b>82,7</b>	<b>84,9</b>	<b>73,5</b>	<b>67,6</b>	<b>65,9</b>
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
<b>TOTAL LATAM</b>	<b>91,5</b>	<b>95,8</b>	<b>83,8</b>	<b>88,2</b>	<b>94,0</b>	<b>83,1</b>	<b>95,6</b>	<b>80,5</b>	<b>91,9</b>	<b>86,7</b>	<b>90,2</b>	<b>75,0</b>
<b>TOTAL E/P</b>	<b>95,8</b>	<b>95,1</b>	<b>90,9</b>	<b>87,8</b>	<b>91,4</b>	<b>83,1</b>	<b>91,4</b>	<b>80,7</b>	<b>89,1</b>	<b>89,4</b>	<b>80,2</b>	<b>74,2</b>
<b>TOTAL CONJUNTO</b>	<b>95,7</b>		<b>90,3</b>		<b>89,9</b>		<b>89,4</b>		<b>88,4</b>		<b>79,1</b>	



Podemos observar que as medidas de gestão pública são as mais mencionadas por empresários da maior parte dos países, tanto na América Latina como na Ibéria, coincidindo com eles políticos latino-americanos entrevistados, enquanto para os políticos da Ibéria tais medidas ocupam o segundo lugar na preferência. As medidas relacionadas ao marco regulatório também são citadas mais pelos empresários da América Latina do que na Ibéria, acumulando um número significativo de menções em ambas as áreas a reforma do mercado de trabalho.

Por países, é destaque o interesse que a reforma do marco regulatório desperta entre empresários de países da América Latina, como Chile, Equador e Panamá, assim como o tema preferido dos empresários argentinos são as medidas fiscais. Para os empresários da Colômbia, Chile e Equador, as políticas sociais ocupam o segundo lugar na preferência, enquanto esta posição é ocupada por diferentes tipos de medidas na Ibéria: empresários espanhóis estão mais interessados em medidas de reforma trabalhista, e em Portugal centram-se naquelas de caráter fiscal.

Quanto aos políticos, os de Portugal mencionam, em primeiro lugar, as medidas fiscais e os espanhóis dão preferência àquelas que afetam o marco regulatório. A segunda questão de interesse dos políticos da Argentina, Brasil e Panamá estão centradas em medidas fiscais, enquanto os políticos da Colômbia, Chile e Equador preocupam-se mais com aquelas relacionadas à reforma do mercado de trabalho.

Ao nos aprofundarmos nas medidas específicas propostas pelos empresários e políticos que responderam a pesquisa, verificamos que a medida mais citada por ambos os grupos é: “Incentivar a economia empreendedora, apoiando iniciativas empresariais” (a medida sobre o marco regulatório foi mencionada por cerca de 60% dos entrevistados, tanto na América Latina como na Ibéria). Também cabe destacar o amplo consenso que geram medidas para “Incrementar a competitividade e a produtividade das empresas, incentivando a capacitação de trabalhadores” (medida de caráter trabalhista que é mencionada por cerca de 50% dos entrevistados nas duas áreas estudadas).

Na tabela abaixo é possível visualizar como algumas das medidas propostas pelos empresários nas primeiras 6 preferências coincidem com aquelas propostas por políticos, como ocorre com “Fortalecer os mercados internos” (mais exigida pelos empresários da América Latina que os da Ibéria) ou “Reduzir os impostos” (que, ao contrário, é uma medida mencionada mais por empresários ibéricos). Quanto a preocupações prioritárias dos políticos, que não são tanto para empresários, encontramos “Investir em infraestrutura básica” (que é mencionada apenas por políticos da Ibéria) e “Controle da inflação” (não mencionada nem por empresários nem por políticos ibéricos).

Outra diferença na quantidade de menções das propostas avaliadas se encontra na maior ênfase dispendida por empresários da Ibéria a respeito da necessidade de reduzir a corrupção em seus países (sobretudo na Espanha, onde esta é uma questão que preocupa 56% dos empresários e 22,9%, em Portugal), algo que contrasta com o menor percentual de políticos ibéricos que incluem a luta contra a corrupção entre as medidas preferenciais (neste grupo, os portugueses estão mais preocupados com a questão, com 30,8% das menções, enquanto foram recolhidas menções sobre este tema de 17,6% dos políticos espanhóis entrevistados), quando este ponto é mencionado por mais da metade dos entrevistados dos políticos latino-americanos (51,2% ).

Também destacam-se as diferenças em relação à importância de garantir um melhor acesso à educação, que preocupa mais a empresários na América Latina (39,2%, com maior prevalência no Peru, Chile e Colômbia) do que aos da Ibéria (sendo os de Portugal os que se mostram menos preocupados com esta questão, com 27,1% das citações), embora a diferença seja maior entre os políticos, já que 46,2% dos latino-americanos (especialmente os do Panamá, Brasil e Peru) assinalam este ponto, contra apenas 17,8 políticos da Ibéria (com níveis de resposta muito semelhantes em Portugal e na 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 P&D	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

Diante da amplitude das medidas propostas por empresários e políticos para enfrentar os desafios econômicos dos países latino-americanos, de Espanha e de Portugal, foi solicitado aos entrevistados que estes indicassem a medida prioritária entre todas as mencionadas.

Em geral, os desafios mais urgentes identificados pelo conjunto de entrevistados pertencem ao âmbito das medidas de reforma do marco regulatório (31,7% dos empresários e 26% dos políticos a mencionam) e medidas de melhoria da gestão pública (que são identificadas por 24,4% dos empresários e por 22,8% dos políticos). Estas prioridades são definidas como máximas tanto na América Latina quanto na Ibéria.

Como pode ser observado, com um nível de priorização mais baixo se mencionam medidas relacionadas à política fiscal, ao mercado de trabalho e com a política social. A necessidade de tomar medidas imediatas de política monetária encontra um baixo eco em todo o conjunto de entrevistados, entre os empresários (7,0%) e entre os políticos (5,6%), tanto na América Latina como, sobretudo, na Ibéria.

Como mostra a tabela abaixo, a prioridade das reformas do marco regulatório é máxima para os empresários da América Latina, exceto para os da Argentina, Brasil e Panamá (onde ela é a segunda prioridade mais citada) e Equador (onde não é listada como uma prioridade). Assim também é para empresários da Espanha e de Portugal. Por conseguinte, a urgência das medidas de melhoria da gestão pública ocupa um lugar de destaque na opinião dos empresários ibéricos e de grande parte do empresariado da América Latina, exceto Chile e Panamá (onde não é listado 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
<b>TOTAL IBERIA</b>	<b>38,1</b>	<b>47,0</b>	<b>29,1</b>	<b>22,7</b>	<b>9,5</b>	<b>9,8</b>	<b>13,7</b>	<b>13,5</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9</b>	<b>2,4</b>	<b>1,1</b>
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
<b>TOTAL LATAM</b>	<b>29,9</b>	<b>23,9</b>	<b>23,1</b>	<b>22,9</b>	<b>15,0</b>	<b>20,3</b>	<b>12,9</b>	<b>5,3</b>	<b>10,0</b>	<b>20,6</b>	<b>8,3</b>	<b>6,1</b>
<b>TOTAL E/P</b>	<b>31,7</b>	<b>26,0</b>	<b>24,4</b>	<b>22,8</b>	<b>13,8</b>	<b>19,4</b>	<b>13,1</b>	<b>6,1</b>	<b>8,8</b>	<b>19,2</b>	<b>7,0</b>	<b>5,6</b>
<b>TOTAL CONJUNTO</b>	<b>30,6</b>		<b>24,1</b>		<b>14,8</b>		<b>11,8</b>		<b>10,7</b>		<b>6,7</b>	

Como características, vemos que os empresários da Argentina (como acontece com seus políticos) veem como prioridade as medidas fiscais, uma opinião compartilhada por empresários do Equador. Os do Panamá priorizam as medidas de política social, uma linha de ação pública que se replica como segunda prioridade no Chile, cujos empresários, junto com os do México e do Panamá, mencionam como terceiro grupo de atuações mais urgentes aquelas relacionadas ao mercado de trabalho. Nisto coincidem empresários espanhóis, enquanto os portugueses se separam, em terceiro lugar, pelas medidas fiscais.

Os políticos da maior parte dos países seguem, em linhas gerais, as mesmas pautas que seus empresários no instante de priorizar medidas a tomar, ainda que com algumas pequenas divergências, como a maior insistência na necessidade de medidas urgentes na política social registrada entre representantes públicos do Brasil, Colômbia e Argentina (onde os empresários não colocam essas medidas entre as três prioritárias). Também é perceptível que no Panamá, políticos estão preocupados principalmente com as políticas fiscais, enquanto seus empresários indicam a necessidade de prioridade das políticas sociais.

Quanto às medidas específicas identificadas como urgente, cabe destacar que há uma forte dispersão nas menções realizadas pelos entrevistados, algo que reflete a diversidade das situações a serem encaradas pelos diferentes países estudados e a dificuldade que existe para a criação de uma receita comum para a solução imediata dos desafios que enfrentam.

No entanto, é possível estabelecer alguns focos de interesse comuns entre os empresários e políticos do conjunto estudado, como acontece 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 a medida “Reduzir a corrupção” recebe um importante nível de apoio conjunto, sendo mencionada por 7,7% dos empresários e por 9,0% dos políticos.

Além destas coincidências, as prioridades marcadas por empresários e políticos divergem em um nível geral, já que os empresários estão mais focados em medidas de impulso econômico e de gestão econômica, e os políticos prestam maior atenção ao controle da economia e à política social, como pode ser observado na tabela a seguir.

Também existem diferenças importantes por zonas: os empresários da Ibéria indicam, como prioridade, em maior medida, o reforço do investimento em P&D, no que coincidem os políticos desta área, enquanto os políticos da América Latina não mostram um especial interesse em priorizar este investimento (apenas a marca de 2,6% dos entrevistados). Na prioridade da luta contra a corrupção estão mais interessados os empresários da Ibéria que seus políticos (9,9% contra 4,9%), um fenômeno que ocorre em sentido inverso, ainda que em menor medida, na América Latina (7,4% contra 9,4%). Os empresários da Espanha e de Portugal consideram também especialmente urgente a reorganização e a adequação da estrutura do Estado (14,8%, um percentual que quase dobra o de seus políticos e triplica o de empresários da América Latina).

Por outro lado, o interesse por políticas sociais é muito mais pronunciado na América Latina do que na Ibéria, tanto em relação aos empresários como, sobretudo, entre os políticos entrevistados. Destaca-se que os representantes públicos da Ibéria indicam altos percentuais de incentivos a empresas como a medida mais urgente (30,3%, o dobro dos entrevistados restantes, com um notável percentual de 41% entre os políticos portugueses). Há outras questões, como o controle da inflação, que inquieta mais na América Latina do que na Ibéria (onde não produz nenhum interesse perceptível), embora outras questões, como a redução de impostos, atinja um percentual de menções mais uniforme 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...

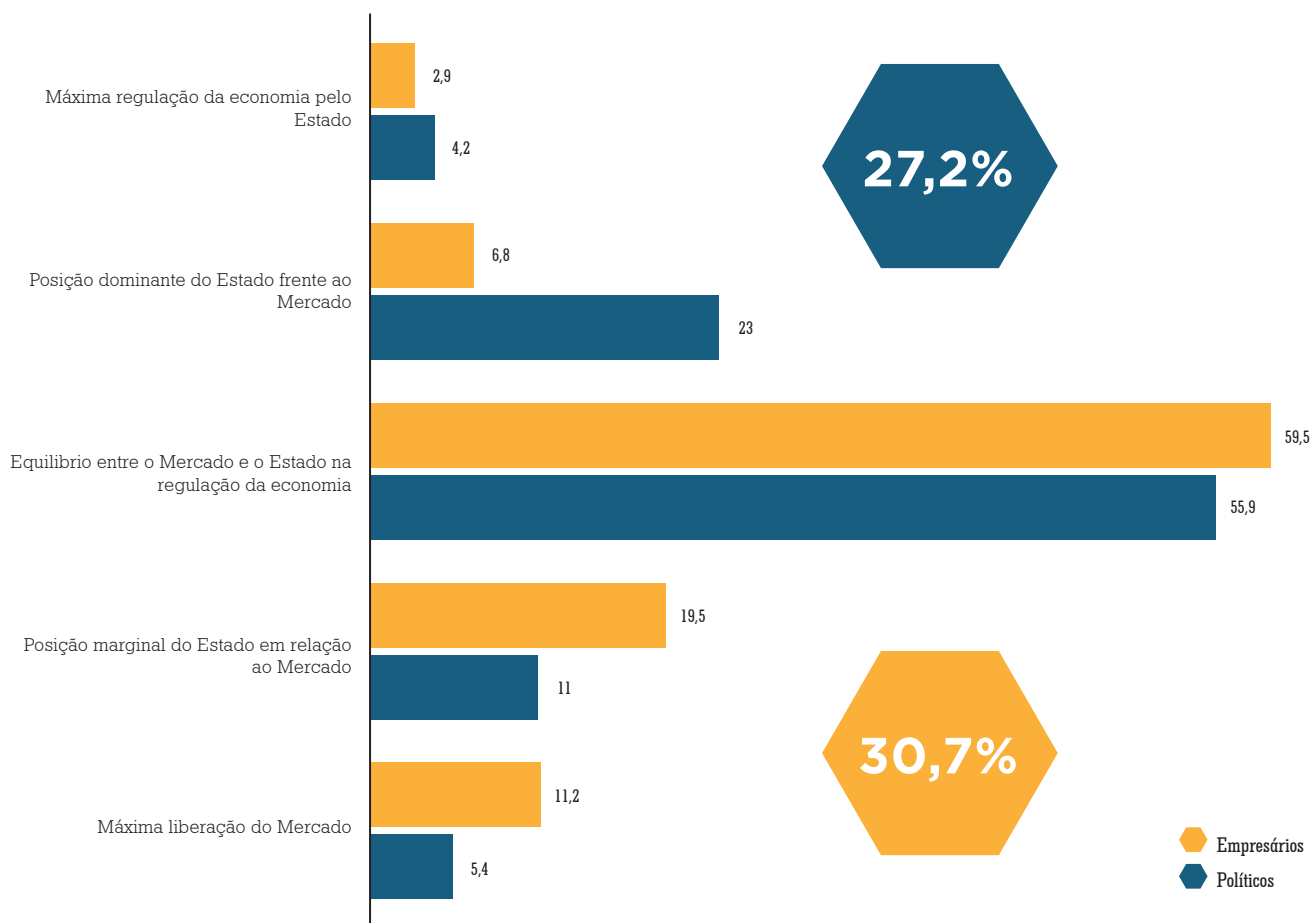
LÍNEA DE ATUAÇÃO	MEDIA (%)	IBERIA		LATAM		TOTAL	
		E	P	E	P	E	P
MARCO REGULATORIO	Reduzir as tendências protecionistas do Estado	3,6	2,2	6,2	4,9	5,6	4,7
	Potencializar a busca de uma harmonização normativa regional	3,5	2,2	3,2	2,3	3,2	2,2
	Incentivar a economia empreendedora apoiando iniciativas empresariais	16,8	30,3	14,1	14,2	14,7	15,6
	Reforçar o investimento em P&D	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

Complementando a seção anterior, dada a importância deste ponto para o desenvolvimento econômico da área, foi pedido aos entrevistados que estes indicassem qual modelo regulatório consideravam mais adequado, oferecendo a possibilidade de uma gradação entre duas opções conflitantes: o modelo baseado em uma economia totalmente regulada pelo Estado contra o modelo em que a economia é determinada exclusivamente pelo mercado.

Os resultados da pesquisa permitem duas conclusões fundamentais. Por um lado, observa-se que a maioria dos entrevistados, tanto empresários quanto políticos, identificam-se com uma postura de natureza eclética: um modelo que preze o equilíbrio entre Estado e o mercado na regulação da economia.

### Opinião sobre o modelo de regulação da economia



Por outro lado, é possível constatar que entre os empresários existe uma postura global mais favorável à regulação através do mercado e da livre concorrência, enquanto a que se registra entre os políticos entrevistados tende a apoiar a primazia do Estado. Esta divisão é determinada por aqueles que não optam pelo equilíbrio em cada um dos grupos, posicionados de maneira inversa, e além disso porque os que elegem o equilíbrio também tendem a ir em direção a polos opostos.

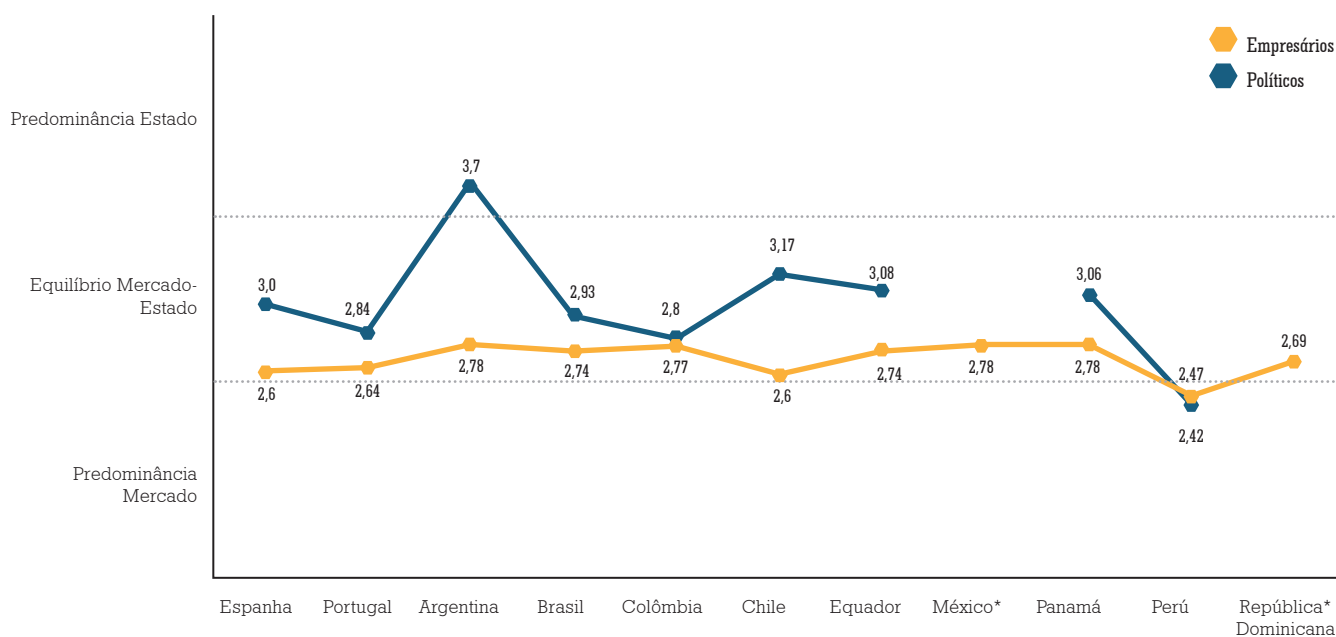
Os resultados por países mostram a tendência em direção à centralidade de empresários e políticos, assim como o posicionamento diverso dentro dessa centralidade. Nota-se claramente no gráfico abaixo, feito a partir do índice de variação de 1 a 5 (onde 1 é a posição mais favorável ao mercado e 5 a mais propensa ao Estado) escolhido pelos entrevistados.

Pode-se observar que os empresários do Peru e do Chile são os mais partidários da liberalização da economia, enquanto os dos demais países da América Latina analisados o são em menor medida que os da Espanha e os de Portugal, ainda que em nenhum caso seja alcançado o valor de 3, que marca o equilíbrio exato.

Quanto aos políticos entrevistados, os que se mostram mais favoráveis à regulação estatal são os argentinos (com um índice de 3,70, fora o intervalo susceptível de equilíbrio já considerado), enquanto os mais liberais são os do Peru (ainda mais do que seus empresários) e os da Colômbia (com índice inferior a 3). Destaques para a divergência verificada entre os políticos e os empresários argentinos, assim como no Chile (embora, neste caso, em menor grau).

A posição dos políticos da área da Ibéria oscila entre o equilíbrio exato dos espanhóis (com um índice de 3,00) e a tendência a um maior 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

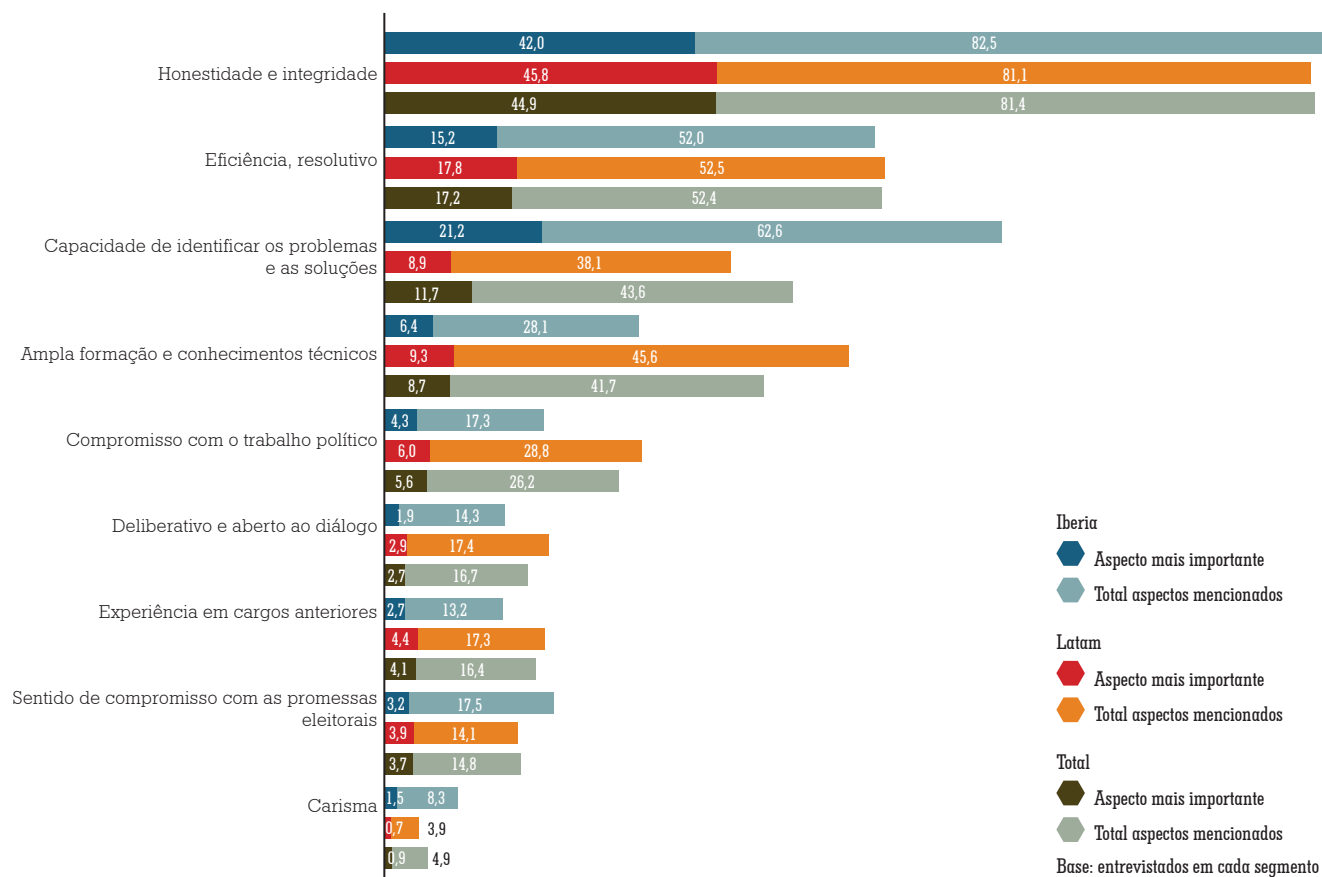
### As características de um bom líder político (a partir da perspectiva dos empresários)

Do ponto de vista dos diretores empresariais, a honestidade ou a integridade são as principais características a serem reunidas por um líder político. Um total de 44,9% dos entrevistados assinalaram esta a característica mais importante, um percentual que sobe para 81,4% quando consideramos os três aspectos que devem caracterizar um líder político.

Mas a honestidade não é condição suficiente para garantir a liderança. A comunidade empresarial aponta que esta deve vir acompanhada de eficiência nas tarefas, bem como capacidade de identificar problemas e oferecer as melhores soluções. A tudo isso, deve ser adicionado uma ampla formação educacional e conhecimentos técnicos suficientes.

A opinião dos empresários sobre as qualidades que deve reunir um bom político é bastante homogênea no conjunto dos 11 países analisados. Como pode ser observado na tabela abaixo, a honestidade é destaque em todos, como questão-chave. Também a eficiência é uma característica importante nos políticos para a maioria dos líderes empresariais de ambas as regiões (América Latina e Ibéria) entrevistados.

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



Existem, no entanto, algumas peculiaridades nas preferências expressas nos diferentes países. Vemos, a este respeito, que a eficiência é valorizada, acima da média, no Panamá, enquanto em Portugal acontece o contrário. Uma das qualidades cuja apreciação mais oscila entre os diversos países dos dois lados do Atlântico é a capacidade de identificar os problemas e oferecer soluções, apontada por 67,3% na Colômbia, e apenas por 16% no seu país vizinho, o Equador, um fenômeno que se repete entre Brasil e Peru (23,0% contra 60,5%) ou entre Chile e Argentina (65,8% contra 38,3%). O mesmo acontece na Ibéria: é a qualidade preferida de 65,7% dos empresários espanhóis, enquanto é para apenas 35,7% dos gestores portugueses.

Também se observa que a formação acadêmica e técnica é uma exigência da liderança política mais relevante nos países da América Latina, como México, Brasil e Equador (cerca de 50% dos entrevistados nestes três países), em comparação com a visão predominante na Argentina ou no Equador, onde esta qualidade não adquire muita importância, posição também partilhada nos países ibéricos.

Outros detalhes importantes são o apreço relativamente maior que se tem na Argentina por características como comprometimento, o cumprimento de compromissos ou caráter dialógico. Também no Brasil se aposta em líderes políticos comprometidos, destacando-se, no Equador, a capacidade de diálogo, qualidades que também são importantes em Portugal, onde exige-se, em maior medida que na América Latina, que os líderes tenham carisma (18,6% o pedem), sendo este requisito compartilhado também pelos empresários espanhóis, ainda que 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%

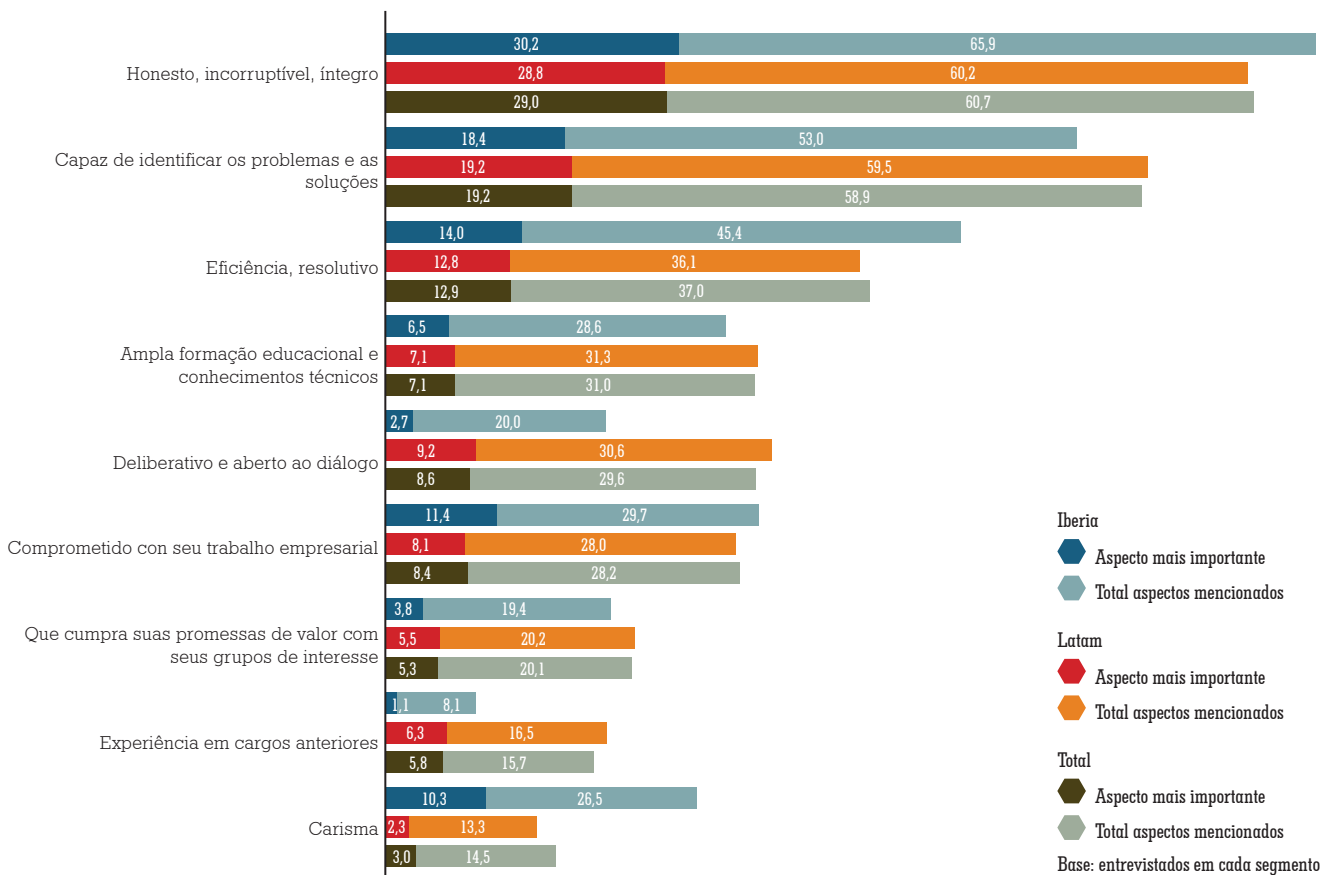
### As características de um bom empresário (a partir da perspectiva dos políticos)

As características que para os políticos entrevistados devem reunir um bom empresário não diferem, em termos qualitativos, daqueles assinalados anteriormente por empresários para ser um bom líder político. Assim, a honestidade ou integridade (o que inclui a qualidade de ser incorruptível) é a principal característica que deve caracterizar um empresário líder (embora o percentual de políticos que marquem esta opção seja inferior a de empresários que a apontam em relação aos políticos: 60,7% contra 81,4%). Também é muito importante a capacidade empresarial de identificar problemas e solucioná-los (o que para os políticos é muito mais relevante do que para os empresários, 58,9% frente a 43,6%), relegando, os políticos, a eficácia para a terceira posição no índice de qualidades preferenciais. De fato, dois em cada três políticos entrevistados fixam estes três aspectos, quando perguntados sobre seu perfil preferido de empresário.

Também a formação acadêmica dos empresários tem importância para os políticos (embora menos do que a de 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 pode ser observado na tabela a seguir, um certo consenso na sinalização da honestidade como a qualidade preferida dos empresários, ainda que com maiores diferenças do que aquelas que existiam entre os empresários dos diversos países ao falar dos políticos.

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



Assim como no Panamá, a honestidade empresarial desperta o interesse de 93,8% dos políticos, apenas 38,6% o fazem na Argentina. Neste país, cujas respostas afastam-se da tendência geral de países da América Latina, a capacidade de diálogo dos empresários é particularmente apreciada, assim como o cumprimento dos compromissos e a posse de carisma. Também os políticos equatorianos prezam o comprometimento de empresários com seu trabalho, muito acima das exigências de eficiência.

Na Ibéria, os políticos seguem a tendência geral da comunidade estudada, ainda que mostrem algumas nuances diferenciadas quanto a esta questão. Assim, os espanhóis se concentram menos na eficiência empresarial do que os portugueses, apreciando muito mais o compromisso e o cumprimento de promessas. Em Portugal é particularmente importante o carisma empresarial, que na Espanha alcança um eco significativo também 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, INCORRÚPTIVEL, 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, em sua opinião, os políticos mais proeminentes no cenário internacional em geral, e na América Latina, em particular. A conclusão extraída das respostas obtidas é que, na atualidade, não há uma liderança sólida e carismática a nível mundial, nem tampouco no âmbito da América Latina. De fato, 36,7% dos empresários consultados indicaram que não há “Nenhum líder” internacional a destacar, percentual que sobe para 42,1% quando solicitados que indicassem um líder político latino-americano como destaque.

Alguns dos comentários que acompanham essas respostas ilustram esse fenômeno:

- “Considero que, atualmente, não há nenhum político entre os que tenha avaliado, penso que a política tem sido distorcida. Deveria ser uma das profissões mais altruístas e, atualmente, não considero que nenhum político tenha esta característica tão primordial”
- “Infelizmente, nenhum é suficientemente independente, nem seu trabalho está focado em resolver os problemas reais do país”
- “No mundo faltam políticos e líderes e sobram politiqueiros. Nossa ordem mundial está mudando e precisa de líderes inclusivos, democráticos, visionários, conectados e comprometidos com a realidade da nova ordem e nada egocêntricos”
- “Tenho pensado muito sobre a resposta adequada. No entanto, não destaco nenhum político internacional no panorama atual por uma escassez mundial de carisma”
- “Não encontro referências”
- “Não é um momento de políticos brilhantes”

Por outro lado, entre os empresários que citaram um político concreto como um exemplo de liderança global, as maiores adesões foram dirigidas a Angela Merkel (mencionada por 35,4% dos entrevistados). Barack Obama é o próximo líder mais mencionado (seu nome foi apontado por 24,4%). Os demais políticos a que se referiram os empresários depois destes recebem um reduzido número de menções, destacando-se, ligeiramente, os seguintes nomes: José Mujica, Michelle Bachelet, David Cameron e Francisco I.

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

### Empresários mais valorizados pelos políticos

Os políticos que participaram do estudo propuseram, em maior medida, nomes específicos de empresários a quem conferem a qualidade de líderes mundiais ou do entorno latino-americano, embora a dispersão das preferências seja mais elevada.

No âmbito internacional, Bill Gates é o empresário mais bem analisado (um em cada quatro políticos o consideram o mais importante). O próximo no ranking, embora longe de adesões recebidas por Bill Gates, é ocupado pelo falecido Steve Jobs, sendo os seguintes postos ocupados por Mark Zuckerberg, Carlos Slim e Amancio Ortega.

Dentro do âmbito da América Latina, Carlos Slim é o empresário mais reconhecido pelos políticos entrevistados, seguido por 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 P&D 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](http://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 Comunicação da Espanha, Portugal e América Latina. Conta com 17 sócios e 330 profissionais que prestam serviços de consultoria estratégica a empresas de todos os setores de atividades, com operações voltadas para o mundo que fala espanhol e português.

Atualmente, possui escritórios próprios na Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, Espanha, México, Panamá, Peru, Portugal e República Dominicana. Além disso, através de empresas afiliadas, oferece seus serviços nos Estados Unidos, Paraguai, Bolívia, Uruguai e Venezuela.

Seu desenvolvimento internacional levou a LLORENTE & CUENCA a ocupar, em 2014, a posição 55 do Ranking Global das empresas de comunicação mais importantes do mundo, produzido anualmente pela publicação *The Holmes Report*.

## Equipa de Especialistas

### **Joan Navarro**

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

### **Jorge Cachinero**

Diretor Corporativo de Inovação  
jcachinero@llorenteycuenca.com

### **Cristóbal Herrera**

Gerente de Assuntos Públicos  
cherrera@llorenteycuenca.com

### **Francesc García Donet**

Consultor Externo  
fgdonet@telefonica.net

### **Marta Fernández**

Consultora de d+i  
mfernandez@llorenteycuenca.com

### **Carolina Clemente**

Consultora de Assuntos Públicos  
cclemente@llorenteycuenca.com

**[www.llorenteycuenca.com](http://www.llorenteycuenca.com)**

LLORENTE & CUENCA | Diretório

## DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente  
Sócio Fundador e Presidente  
jalloriente@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](http://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](http://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](http://www.dmasillorenteycuenca.com)

