



**Carla Marina
Pereira Campos**

**Determinantes de IDE: uma aplicação à indústria
cerâmica portuguesa**



**Carla Marina
Pereira Campos**

**Determinantes de IDE: uma aplicação à indústria
cerâmica portuguesa**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Economia de Empresa, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Elisabeth Teixeira Pereira, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

À minha família, em especial à bebé Francisca a quem dedico este estudo.

o júri

Presidente

Doutor Joaquim da Costa Leite
Professor Associado com Agregação da Universidade de Aveiro

Vogais

Doutora Rosa Maria Correia Fernandes Portela Forte
Professora Auxiliar da Faculdade de Economia da Universidade do Porto

Doutora Maria Elisabeth Teixeira Pereira e Rocha
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (Orientador)

agradecimentos

A realização desta dissertação de mestrado apenas foi possível com a cooperação e apoio incondicional de algumas pessoas a quem gostaria de deixar o meu profundo agradecimento:

- À Professora Doutora Elisabeth Pereira, minha orientadora científica, pela sua disponibilidade, competência e apoio contínuo no desenvolvimento deste estudo.
- Aos administradores, gerentes e directores financeiros das empresas cerâmicas, pela sua disponibilidade e interesse nas entrevistas efectuadas aquando do preenchimento do questionário.
- Às associações e instituições de apoio à indústria cerâmica pela colaboração e disponibilização de dados.
- À minha família pelo estímulo e permanente compreensão pelas longas horas que lhes foram subtraídas na execução deste estudo.

palavras-chave

Investimento directo estrangeiro, determinantes de IDE, empresas multinacionais, indústria cerâmica, Portugal.

resumo

A presente dissertação pretende contribuir para perceber quais os principais determinantes de investimento directo estrangeiro (IDE) na indústria cerâmica portuguesa, dado que este sector ocupa um lugar de destaque no tecido empresarial de Portugal, em particular na região Centro. A resposta a esta questão implicou, numa primeira parte, que se analisasse o desenvolvimento e as lógicas do IDE, tentando-se descrever e questionar conceitos de investimento e condições de contexto em Portugal e no sector industrial em análise, procurando-se, à posterior, identificar os principais contributos teóricos e empíricos sobre os factores de atracção de IDE.

Numa segunda parte do estudo, depois de caracterizada a indústria cerâmica, recorreu-se à aplicação de procedimentos estatísticos com base em fundamentos teóricos de IDE, que nos permitiram concluir que os principais factores que estimulam as empresas estrangeiras a investirem no sector cerâmico português são de natureza endógena e estão relacionados com vantagens associadas às características da empresa receptora de IDE, com destaque para a qualidade dos produtos face à concorrência, reputação, imagem, marca e a experiência no mercado nacional.

keywords

Foreign direct investment, determinants of FDI, multinational enterprises, ceramics industry, Portugal.

abstract

This dissertation aims to be a contribution to understand the main determinants of foreign direct investment (FDI) in the Portuguese ceramic industry, as this sector occupies a prominent place in Portuguese business, particularly in the Centro region. The answer to this question implied, in a first part, the analysis of the development and the logic of the FDI, trying to describe and question the concepts of investment and context conditions in Portugal and in the industry sector under review, to further identify the major theoretical and empirical contributions on the factors to attract FDI.

In the second part of the study, after a characterization of the ceramic industry, it was used the application of statistical procedures based on theoretical foundations of FDI, which allowed to conclude that the main factors that encourage foreign companies to invest in Portuguese ceramic are of endogenous nature and relate to advantages associated with the characteristics of the company receiving FDI, with emphasis on product quality to compete, reputation, image, brand and experience in the domestic market.

Índice

Índice.....	i
Índice de Quadros	iii
Índice de Gráficos.....	iv
Índice de Figuras.....	vi
Índice de Tabelas	vii
Lista de Abreviaturas	viii
Capítulo 1 – Introdução.....	1

Parte I

Enquadramento Teórico

Capítulo 2 – IDE: Desenvolvimento, Lógicas e Determinantes.....	5
2.1. Alguns Contributos da História do Pensamento Económico e IDE.....	5
2.2. Noção de Investimento Directo Estrangeiro.....	10
2.3. Determinantes de IDE	13
2.3.1. Perspectiva Genérica	13
2.3.2. Contributo de alguns Estudos Empíricos.....	19
2.3.2.1. Abordagem Empírica em Portugal.....	24
2.4. Perspectiva do IDE em Portugal nos Últimos Anos	28
2.5. As Empresas Multinacionais e suas Estratégias	35
2.5.1. Definição de Empresa Multinacional - Modelos Tradicionais	35
2.5.2. Estratégias das Empresas Multinacionais.....	38
Capítulo 3 – Caracterização da Indústria Cerâmica Portuguesa	43
3.1. Conceito de Cerâmica	43
3.2. Evolução Histórica e Económica	44
3.3. Caracterização Actual do Sector Cerâmico em Portugal	48
3.4. Análise SWOT do Sector da Cerâmica em Portugal e determinantes de IDE	69

Parte II
Análise Empírica e Aplicação de Resultados

Capítulo 4. Metodologia e Análise Empírica	75
4.1. Metodologia	75
4.2. Descrição dos Testes Aplicados	76
4.2.1. Teste t de Student e Teste de Mann-Whitney.....	76
4.2.2. Teste do Qui-quadrado.....	79
4.3. Análise de Dados	80
4.3.1. Caracterização Geral da Amostra.....	80
4.3.2. Localização dos Principais Concorrentes, Fornecedores e Clientes.....	92
4.3.3. Volume de Negócios.....	99
4.3.4. Tipologia de IDE nas Empresas da Amostra.....	102
4.3.4.1. Nível de Autonomia da Filial Portuguesa	103
4.3.4.2. Factores de Competitividade da Filial Portuguesa no Mercado Português.....	104
4.3.5. Factores Determinantes de IDE.....	105
4.3.5.1. Análise à Totalidade as Empresas da Amostra.....	106
4.3.5.2. Comparação entre as Empresas com apenas Capital Nacional e as Empresas com Maioria de Capital Estrangeiro	109
4.3.6. Potenciais Obstáculos que possam afectar o Desenvolvimento do Investimento da Empresa Estrangeira em Portugal	117
Capítulo 5 - Notas Conclusivas	121
5.1. Principais Resultados.....	121
5.2. Limitações da Investigação	125
5.2. Linhas Futuras de Investigação	126
Bibliografia	127
Referências on-line	134
Anexos.....	135

Índice de Quadros

Quadro 1. Paradigma Eclético OLI.....	17
Quadro 2. Resumo da Literatura Empírica sobre Determinantes de IDE.....	23
Quadro 3. Resumo da Literatura Empírica sobre Determinantes de IDE em Portugal	28
Quadro 4. Tipologia de Estratégias Competitivas das EMN	40
Quadro 5. Vantagens das Estratégias das EMN Dualidade Cooperação - Concorrência .	41
Quadro 6. Evolução do Sector da Cerâmica Fina na Década de 80.....	48
Quadro 7. Evolução do Número de Empresas e Número de Pessoas ao Serviço nos Subsectores da Indústria Cerâmica no Período 2001-2007 (Dados Físicos)	52
Quadro 8. Evolução do Volume de Negócios nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Euros).....	53
Quadro 9. Taxas Médias de Crescimento das Exportações e Importações das Indústria Portuguesa Cerâmica (Valores em Milhares de Euros)	55
Quadro 10. Principais Países de Destino das Exportações de Produtos Cerâmicos - Ano 2007.....	57
Quadro 11. Produtores Mundiais e Europeus de Produtos Cerâmicos (Ano 2006).....	61
Quadro 12. Percentagem de Pessoal ao Serviço por escalões nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa.....	63
Quadro 13. Filiais Estrangeiras do Sector Cerâmico em Portugal por CAE Rev. 2.1- Período 2005-2007.....	65
Quadro 14. Matriz SWOT e Determinantes de IDE na Indústria Cerâmica Portuguesa....	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Créditos) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)	31
Gráfico 2: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Débitos) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)	31
Gráfico 3: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Saldo) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)	32
Gráfico 4: Investimento Directo do Exterior em Portugal por Sectores de Actividade – 2007	32
Gráfico 5: Investimento Directo do Exterior em Portugal por Países de Origem (Créditos) – 2007	33
Gráfico 6. Evolução do Volume de Negócios na Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros).....	54
Gráfico 7. Evolução das Exportações e Importações Totais Portuguesas	54
Gráfico 8. Evolução das Exportações nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)	56
Gráfico 9. Evolução das Importações nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)	56
Gráfico 10. Evolução das Exportações e Importações na Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros).....	57
Gráfico 11. Evolução das Exportações dos Principais Bens da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Quantidades medidas em Massa Líquida (100 kg)) ...	59
Gráfico 12. Natureza Jurídica Actual das Empresas Cerâmicas	82
Gráfico 13. Subsectores Cerâmicos.....	86
Gráfico 14. Número de trabalhadores - Empresas apenas Capital Nacional	87
Gráfico 15. Número de trabalhadores - Empresas com Maioritariamente Capital Estrangeiro	87
Gráfico 16. Subsector de Actividade por Composição de Capital.....	89
Gráfico 17. Número de Trabalhadores por Composição de Capital - Anos 2005-2007	90
Gráfico 18. Ano de Constituição	92

Gráfico 19. Ano de Instalação em Portugal	92
Gráfico 20. Percentagem de Vendas por Mercado (Valores Médios)	99
Gráfico 21. Volume de Negócios por Composição de Capital.....	101
Gráfico 22. Valores Médios observados no Nível de Autonomia da Filial Portuguesa ...	104
Gráfico 23. Valores Médios observados dos Factores de Competitividade da Filial Portuguesa	105
Gráfico 24. Factores das Vantagens de Propriedade.....	107
Gráfico 25. Factores das Vantagens de Internalização	108
Gráfico 26. Factores das Vantagens de Localização.....	108
Gráfico 27. Comparação de Determinantes de IDE entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro (Valores Médios)	111
Gráfico 28. Vantagens de Propriedade- Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro	112
Gráfico 29. Factores de Internalização - Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro	113
Gráfico 30. Factores de Localização - Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro	114
Gráfico 31. Determinantes de IDE para as Empresas com Capital Estrangeiro que não foram Constituídas por meio de Constituição de Novas Entidades.....	115
Gráfico 32. Factores das Vantagens de Propriedade para as Empresas com Capital Estrangeiro que não foram Constituídas por meio de Constituição de Novas Entidades ..	116

Índice de Figuras

Figura 1: Organização do Sector de Actividade Económica de Fabricação de Outros Produtos Minerais não Metálicos (CAE- Rev. 3)	49
Figura 2: Matérias-Primas Minerais utilizadas na Indústria Cerâmica.....	50

Índice de Tabelas

Tabela 1. Cargo na empresa	81
Tabela 2. CAE Principal.....	83
Tabela 3. Capital Social das Empresas	84
Tabela 4. Teste t de <i>Student</i> - Capital Social e Número de Estabelecimentos.....	84
Tabela 5. Teste K-S- Pressuposto da Normalidade da Distribuição das Variáveis	85
Tabela 6. Teste de Mann-Whitney - Capital Social e Número de Estabelecimentos	85
Tabela 7. Valores Médios - Capital Social e Número de Estabelecimentos por Composição de Capital.....	85
Tabela 8. Teste Qui-Quadrado- Número de Trabalhadores e Subsector de Actividade	88
Tabela 9. Percentagem de Vendas por Mercado.....	94
Tabela 10. Principais Países de Destino de Vendas das Empresas Inquiridas	95
Tabela 11. Localização Principais Concorrentes, Fornecedores e Clientes- Teste Qui-Quadrado	95
Tabela 12. Localização dos Principais Concorrentes por Composição de Capital Social ..	96
Tabela 13. Localização dos Principais Clientes por Composição de Capital Social	96
Tabela 14. Localização dos Principais Fornecedores por Composição de Capital Social ..	97
Tabela 15. Percentagem das Vendas por Mercado- Teste t de <i>Student</i>	97
Tabela 16. Percentagem das Vendas por Mercado por Composição de Capital-Teste K-S	98
Tabela 17. Percentagem de Vendas por Mercado- Teste de Mann-Whitney	98
Tabela 18. Volume de Negócios das Empresas Inquiridas (Valores em euros).....	100
Tabela 19. Percentagem de Contribuição da Filial Portuguesa no Grupo	101
Tabela 20. Tipologia de IDE	103
Tabela 21. Factores Determinantes de IDE- Tabela de Frequências de Respostas	106
Tabela 22. Cruzamento dos Determinantes de IDE- Teste t	110
Tabela 23- Cruzamento dos Determinantes de IDE – Teste K-S	110
Tabela 24. Teste Não Paramétrico de Mann-Whitney	111
Tabela 25. Subsector Cerâmico - Determinantes de IDE para Empresas Com Capital Estrangeiro.....	116
Tabela 26. Obstáculos/ Dificuldades- Estatísticas	118

Lista de Abreviaturas

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

AIDA – Associação Industrial do Distrito de Aveiro

APICER – Associação Portuguesa dos Industriais de Cerâmica

CAE – Classificação Portuguesa de Actividades Económicas

CAE – Rev.3 – A Classificação Portuguesa de Actividades Económicas, Revisão 3

CAE – Rev.2.1 – A Classificação Portuguesa de Actividades Económicas, Revisão 2.1

CIE – Código do Investimento Estrangeiro

CE – Comunidade Europeia

CEE – Comunidade Económica Europeia

CERAM – Sistema de Informação de Matérias-Primas Minerais com Utilização na Indústria Cerâmica

CTCV – Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro

DL – Decreto-Lei

EMN – Empresa Multinacional

EUA – Estado Unidos da América

FMI – Fundo Monetário Internacional

GEE – Gabinete de Estratégia e Estudos

GEP – Gabinete de Estudos e Planeamento

ICEP – Instituto de Comércio Externo Português

I&D – Investigação e Desenvolvimento

IDE – Investimento Directo Estrangeiro

INE – Instituto Nacional de Estatística

INETI – Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Inovação

IMF – International Monetary Fund

IPEA – Instituto de Pesquisa Económica Aplicada

IPC – Índice de Preços no Consumidor

LIBOR – London Inter-Bank Offered Rate

MIE – Ministério da Indústria e Energia

MSST – Ministério da Segurança Social e do Trabalho

MTSS – Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social

NC – Nomenclatura Combinada

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

OLI – Ownership, Location, Internalization

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas e Médias Empresas

PRIME – Programa de Incentivos à Modernização da Economia

SPSS – Statistical Package for Social Sciences

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

TNC – Transnational Corporation

UE – União Europeia

URSS – União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

UN – United Nations

UNCTAD –United Nations Conference on Trade and Development

VAB – Valor Acrescentado Bruto

WIR – World Investment Report

WB – World Bank

“... Nenhuma empresa nacional está, de todo, livre da influência de forças envolventes estrangeiras ou internacionais, porque existe sempre a possibilidade da concorrência de importações ou de concorrentes estrangeiros que estabelecem operações no seu próprio mercado.”

Donald e Vendell, (1996:16)

Capítulo 1 – Introdução

O investimento directo estrangeiro (IDE) traduz um dos temas mais prementes da actualidade. A sua dimensão e importância são, indubitavelmente, incontestáveis. A globalização da economia, realidade a que nenhum país se pode alhear, transporta consigo um fenómeno de concorrência internacional, que impõe a cada Estado, em geral, e às indústrias, em particular, a procura e criação de condições propícias à captação de investimento.

Neste contexto de globalização, complexidade e dinamismo, o IDE surge como uma das principais componentes de crescimento da economia, nas últimas décadas em Portugal, especialmente desde os acordos de adesão à União Europeia (UE). A concretização do IDE tem sido influenciada, cada vez mais, por factores de competitividade e atracção num quadro de relações globais e não apenas num universo local ou regional, não bastando, actualmente, ser captado apenas pelos incentivos fiscais que um determinado país está disposto a conceder aos investidores estrangeiros.

Pela sua natureza, o IDE, como outra qualquer forma de investimento, é geralmente concebido numa perspectiva de interesse duradouro e de longo prazo (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), 2002 e Banco de Portugal (2009)¹. Por conseguinte, a avaliação do investidor externo envolve um grau de irreversibilidade bastante elevado, pelo facto de os custos irrecuperáveis serem influenciados não apenas por factores relacionados com a incerteza económica, política e institucional do país de destino do capital, mas também por características específicas das empresas receptoras do investimento. Não obstante este aspecto, é inegável que o IDE flutua conforme as expectativas de rentabilidade do investimento no país receptor de capital.

Numa economia globalizada com poucas restrições à mobilidade de capitais, com empresas multinacionais (EMN) que operam em diferentes e complexos mercados, alterações na rentabilidade relativa resultam na realocação da produção para países mais competitivos. Desta forma, a análise dos determinantes do IDE, deve levar em conta tanto variáveis microeconómicas, directamente ligadas ao desempenho da empresa, como

¹ Instrução 34/2009- “Estatísticas de Operações com o Exterior” de 30 de Dezembro, entrou em vigor em 15 de Janeiro de 2010 e revogou a Instrução 1/96 com o respectivo Anexo VI- Nomenclatura das operações.

variáveis macroeconómicas e institucionais que, evidenciam os factores específicos do país receptor de IDE.

Neste trabalho pretendeu-se estudar e compreender os principais determinantes de IDE num grupo de empresas pertencentes a um sector tradicional da indústria em Portugal. A escolha recaiu sobre a indústria cerâmica portuguesa que, tal como outros ramos tradicionais da indústria transformadora, debate-se ainda hoje com o impacto provocado pela crescente abertura internacional da economia portuguesa e pela globalização dos mercados, que a integração europeia acelerou.

A indústria cerâmica em Portugal tem fortes tradições ancestrais, identificando-se importantes marcos de desenvolvimento que se entrelaçam com as diferentes fases da história nacional. A opção deste trabalho, centrada no sector específico da indústria, surge pelo desafio de analisar uma das primeiras actividades produtivas e económicas do Homem e, cuja implantação secular em território português privilegia a região Centro, mais concretamente o distrito de Aveiro, no qual se localizam algumas das principais fábricas cerâmicas do país. O peso deste sector na região Centro bem como o seu contributo para o desenvolvimento daquela área geográfica a nível económico, social e tecnológico, são factores que também justificaram a escolha deste sector.

O processo de internacionalização das empresas associado ao forte crescimento do IDE, num determinado sector económico, e os factores competitivos que o determinam, está relacionado com a evolução do sector e é essencialmente condicionado pelas características das empresas e do território em que se inserem, ao longo de um período de tempo relativamente longo, considerado desde o início do ciclo de vida da actividade produtiva.

Estas são algumas das motivações no interesse e escolha deste tema de investigação ligado aos determinantes de IDE num sector, que, segundo Feio (1996:2), tem sido apontado em diversos estudos sobre a competitividade da indústria transformadora nacional como um *“dos que apresenta fortes potencialidades no quadro de uma economia progressivamente mais integrada internacionalmente”*.

Assim, este estudo tem como alicerce empírico a realidade das empresas cerâmicas portuguesas na captação de IDE, percepcionando, desta forma, os principais factores que determinam o interesse e efectivo investimento das empresas estrangeiras. Com esta

investigação, pretendeu-se dar resposta a algumas questões pertinentes, que justificam, a importância do tema escolhido:

- Quais os principais factores de atracção de IDE na indústria cerâmica portuguesa?
- Quais as principais características das empresas cerâmicas com capital estrangeiro na sua composição de capital social?²
- Que tipologia de IDE se repete com maior frequência neste sector da indústria?
- Existem diferenças significativas na identificação dos principais determinantes de IDE quando comparamos as empresas apenas com capital nacional e as empresas maioritariamente com capital estrangeiro?

Sob uma perspectiva teórica, e numa primeira parte deste estudo, abordaram-se no capítulo dois algumas fontes e trabalhos científicos sobre o IDE, a sua evolução histórica e os principais determinantes, procurando, por um lado, melhor compreender o âmbito da investigação e, por outro, contribuir para o reforço deste estudo na corroboração de algumas fundamentações integradas de condicionantes de IDE, nomeadamente o paradigma eclético Dunning (2001a). No capítulo três caracterizou-se a indústria cerâmica portuguesa de modo a contribuir para a compreensão evolutiva do sector enquanto receptor de IDE.

Numa segunda parte desta investigação e no capítulo quatro, a análise empírica levada a cabo pela adopção de procedimentos metodológicos e estatísticos, permitiu confrontar os resultados abordados no enquadramento teórico com a realidade das empresas cerâmicas portuguesas, tendo dedicado um olhar à importância relativa que algumas variáveis têm revelado na evolução da atracção do IDE em Portugal nas últimas décadas. É portanto no capítulo cinco que se apresentam as principais conclusões que permitiram sintetizar e reflectir sobre os resultados obtidos na investigação confrontando-os com as questões de partida. Ainda neste capítulo, enunciam-se algumas das limitações do estudo e pistas de investigação futuras.

² As características estudadas foram a caracterização do subsector de actividade, o nº de estabelecimentos, nº de trabalhadores, localização dos concorrentes, fornecedores e clientes, volume de negócios, nível de autonomia da filial portuguesa e factores de competitividade no mercado português.

Parte I

Enquadramento Teórico

Capítulo 2 – IDE: Desenvolvimento, Lógicas e Determinantes

2.1. Alguns Contributos da História do Pensamento Económico e IDE

A forma como têm ocorrido os movimentos de capitais tem passado por diferentes etapas na evolução do processo histórico da globalização. Uma dessas etapas foi a era do expansionismo marítimo, a qual despoletou o surgimento do mercantilismo. Carvalho (2005), considera que nesta época o comércio internacional representava um importante factor no desenvolvimento de uma nação, essencialmente ao nível da acumulação de metais preciosos e do superavit na balança comercial.

Segundo Arrighi e Silver (2001), até ao século XVIII, o desenvolvimento do capitalismo mercantil assentava na exploração das diferenças dos preços no espaço territorial, isto é, nas discrepâncias de raridade de certos bens entre as diferentes regiões do mundo. Nesta época, o domínio do espaço era caracterizado por um elemento essencial do poderio comercial como o demonstra a intensidade das rivalidades coloniais e o facto de, todas as forças sociais terem começado por ser potências marítimas. Com a elevação do poder do capital produtivo e com o fenómeno da revolução industrial, a tónica essencial deixa de ser o espaço e passa a ser o tempo, mais concretamente, o tempo e o valor do trabalho.

Historicamente, no momento em que as políticas socialistas cunharam o termo “capitalismo”, em meados do século XIX, o conceito foi utilizado com grande carga hostil (Hudson, 1998). O objectivo histórico do capitalismo era integrar as economias nacionais de todo o mundo num mercado único. Para Marx, o desenvolvimento das forças produtivas numa economia capitalista, impulsionaria a acumulação de capital e, ao mesmo tempo, o aumento das mais-valias. Muito embora, o crescimento económico estivesse sujeito a períodos de expansão e crise, a competição acabaria sempre por criar capacidade excedentária (Reis, 2005).

Nesta lógica, Adda (1997) defende que a integração da economia mundial registou, nos quarenta anos anteriores à I Guerra Mundial, um avanço significativo. Prova disso são os

investimentos directos e empréstimos internacionais que se desenvolveram a uma cadência nunca antes observada (Souza, 1994)³, tendo os investimentos directos internacionais constituído uma importante novidade na medida em que se distinguiram com grande ênfase dos outros fluxos internacionais pela difusão que operavam das técnicas de produção e das relações sociais (Adda, 1997).

Este período foi marcado pelo domínio do capital financeiro e industrial que, unidos, controlavam os mais importantes mercados e influenciavam a acção política dos Estados. A supremacia do capital financeiro sobre todos os outros formatos de capital traduzia uma situação privilegiada de um pequeno número de Estados financeiramente fortalecidos quando comparados com todos os outros. O investimento era menos animado por uma lógica de concorrência entre empresas à escala mundial que por uma lógica de concorrência entre nações pelo acesso aos recursos do solo e subsolo⁴. Admitia-se, nesta fase, que as nações deviam participar essencialmente nas operações de comércio internacional com base em produções cuja composição factorial reflectisse as suas dotações em terra (Jacinto, 2005). A influência dos fluxos de investimento era apenas o reflexo da constituição de impérios coloniais ou de zonas de preponderância onde os povos mais poderosos podiam encontrar os recursos necessários às suas indústrias. Para Adda (1997), no limite, o investimento não era internacional mas imperial, imperialismo segundo a expressão que Lenine inaugurou.⁵

De salientar o papel fundamental que o Estado desempenhava procedendo à ocupação de novos espaços coloniais que consagravam o acesso exclusivo a matérias-primas e aos mercados. Ao longo do desenvolvimento do capitalismo, assistia-se à falta de matérias, tornando-se mais intensa a concorrência e a procura de fontes de matérias no mundo inteiro.⁶

³ Para Souza (1994), tal aspecto não significa que os fluxos de investimentos directos e empréstimos fossem inexistentes antes desse período. Com todos os obstáculos relativos à disponibilidade de dados da época, estima-se que a Grã-Bretanha tenha sido uma devedora externa líquida durante os séculos XVI e XVII, com capitais europeus investidos essencialmente em participações accionistas e em títulos da dívida pública inglesa (chegando a atingir cerca de 2,5 % do total dos activos Britânicos). Esta posição inverte-se entre 1760 e 1800, tornando-se a Grã-Bretanha o maior credor externo líquido global (foi considerado o maior investidor privado internacional, situação que se manteve até às vésperas da II Guerra Mundial).

⁴ Será importante realçar que até à II Guerra Mundial, a maior parte dos investimentos estavam concentrados no sector agrícola e mineiro.

⁵ Lenine chamou imperialismo a este domínio do capital financeiro.

⁶ A luta pela posse das colónias tornar-se-ia cada vez mais intensa, pois só essa detenção daria ao monopólio garantias completas de sucesso na luta contra os seus rivais.

Segundo Souza (1994) os três primeiros quartos do século XIX foram marcados pela exportação de capitais que englobava o investimento externo cujo principal objectivo era a aquisição de partes de capital de empresas já existentes, ou a constituição de novas entidades no país receptor do investimento. Para este autor, o último quarto do século observa o advento do movimento de constituição de filiais no estrangeiro de empresas já existentes nos seus países de origem. Estas filiais conseguiram manter, mesmo com o decurso do tempo, identidade de “empresa estrangeira”, não se confundindo com empresas locais como até então se verificava, estando todo este fenómeno perfeitamente consolidado às vésperas da I Guerra Mundial.

No período pós-guerra o mundo assiste a grandes mudanças na progressão das formas de investimento internacional (Jacinto, 2005; Reis, 2005 e Souza, 1994). A conjugação de um ambiente de destruição dos impérios coloniais, com os gastos e pagamentos da guerra, a Revolução Russa e com um forte clima de instabilidade na Europa Centro Oriental (Leste Europeu), conduziu, substancialmente, à redução da actividade financeira. Os fluxos de IDE só recuperaram os valores registados em 1914 em inícios dos anos 1930s. Os Estados Unidos da América (EUA), como forte investidor externo, é pouco afectado pela guerra e suas consequências directas, apesar de se verificarem à posterior os efeitos da Grande Depressão de 1929. Efectivamente os mercados norte-americanos foram relativamente protegidos, já que, os seus investimentos se concentravam em sectores de elevada elasticidade da procura. É ainda neste período que se assiste à forte deslocação dos fluxos de IDE da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) para o continente americano e Reino Unido. Esta expansão verifica-se essencialmente na exploração do petróleo, assistindo-se à abertura de novos campos petrolíferos no Golfo de México e no Médio Oriente.

Com a II Guerra Mundial assiste-se a um forte declínio dos fluxos de IDE que, poderá até afirmar-se, quase desapareceram depois de um crescimento contínuo de praticamente meio século (Reis, 2005 e Souza, 1994). A interrupção na acumulação de stocks de IDE e o desinvestimento por parte das potências europeias, agora bastante enfraquecidas, desencadearam uma drástica redução destes fluxos não só em todo o continente europeu como também no norte de África e Ásia Ocidental (essencialmente na China Ocidental). Para Jacinto (2005), é neste período que os EUA emergem como grande potência militar e económica, com o nível mais elevado de rendimento *per capita* e índices de procura

interna exigentes. A Leste, a URSS manteve o confronto ideológico (militar sem contudo influenciar as dinâmicas económicas)⁷.

Segundo Reis (2005), à lógica imperialista⁸ justapôs-se uma nova lógica, fundamentalmente mais dinâmica, de integração concorrencial do mundo capitalista. Esta dinâmica estendeu-se às economias em que o capitalismo encontra terreno favorável e cujas características políticas e macroeconómicas se prestam a investimentos de longo prazo. O IDE respondia favoravelmente às estratégias de penetração dos mercados locais, por vezes protegidos, bem como às políticas de exploração dos baixos custos produtivos (essencialmente de mão-de-obra), com vista à reexportação dos produtos para países ricos.

Todavia, o IDE dos países em desenvolvimento diminuiu desde 1938, sendo que entre 1914 e 1938 o stock de IDE representava 2/3 do total, a partir da II Guerra Mundial registava um peso de 1/3 em 1960, 1/4 em 1980 e 1/5 em 1990.

O fim da II Guerra Mundial traduziu-se num período de forte inovação tecnológica, com especial destaque para os sectores químicos e petrolíferos, potenciando uma considerável expansão dos investimentos pós-guerra. A recuperação das economias da Europa Ocidental é surpreendentemente acelerada, muito por força dos fluxos de capital externo. O IDE, neste período, dá continuidade à tendência dos fluxos registados desde 1914, isto é, regista-se uma crescente preferência pelas nações desenvolvidas como alvo de investimento (Souza, 1994)⁹. Verifica-se, efectivamente, um crescimento do investimento industrial face aquele que se verifica nos sectores primário e terciário¹⁰, com excepção da crescente exploração petrolífera no Médio Oriente. A estratégia da EMN é adoptada por grande parte das empresas nos países desenvolvidos, onde se reproduziam as unidades de origem exportando a sua produção, à medida que a sua capacidade produtiva aumentava. Os fluxos de IDE nos países em desenvolvimento constituíram, durante muito tempo, vectores essenciais de dependência, apesar das suas qualidades teóricas (apropriação de tecnologias e de métodos de organização). Este factor foi um entrave à penetração do IDE nos países

⁷ No final deste período, algumas regiões foram subtraídas aos mercados internacionais e às possibilidades de uma articulação internacional dos processos produtivos: as regiões da Europa de Leste ocupadas pelos soviéticos e transformadas em economias planificadas.

⁸ A lógica dos impérios coloniais.

⁹ Segundo Souza (1994) - O investimento directo em países desenvolvidos regista um peso de 32,2% do total em 1914, 34,3% em 1938, uma queda temporária e, 67,3% em 1960.

¹⁰ Inicia-se um período de grandes nacionalizações de empresas multinacionais (EMN) por governos do 3º mundo envoltos em preocupações de soberania.

em desenvolvimento. Contudo, se por um lado se assiste a uma redução das economias em desenvolvimento como regiões de acolhimento do IDE, por outro, verifica-se uma rápida expansão em novas formas de investimento no sector transformador e nos serviços das economias mais dinâmicas da Ásia e da América Latina.¹¹

Após a década de 1980s, as tendências registadas pelos indicadores de desempenho das EMN revelam que a produção internacional constitui um forte elemento na definição dos padrões de IDE. As mudanças verificadas, em contexto global, para Jacinto (2005) e Reis (2005), reflectiam não só alterações nos processos de acumulação de stocks de IDE como também na estrutura das empresas multinacionais. A rápida evolução dos conceitos tecnológicos, a valorização de algumas moedas europeias¹² e o significativo aumento da eficácia e diminuição dos custos de transportes levou à inversão da dinâmica dos fluxos de IDE, com forte destaque para os investimentos da Europa e Japão nos EUA. Jacinto (2005) explica que o desenvolvimento da economia japonesa, reduziu intensamente as discrepâncias entre os EUA e as restantes economias, aproximando os níveis concorrenciais entre mercados. As empresas já não eram, neste período, simples pólos unidos por participações no capital mas unidades ligadas por relações de complementaridade submetidas à mesma administração. Estas “novas” entidades organizavam-se em rede com processos produtivos globais, sendo a sua valorização obtida através da segmentação e localização central ou periférica aproveitando as diferentes condições operacionais e de mercado.

Segundo o World Investment Report (WIR) de 2003, no período 1996-2000 verificamos que o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, a preços correntes, registava uma média de crescimento de 1,3 % e os fluxos de IDE (*inflows*) registavam, no mesmo período, uma taxa de crescimento anual na ordem dos 40,2 % (UNCTAD¹³, 2003:3) - Anexo 1. Neste contexto, poderá afirmar-se que o desempenho da actividade das EMN é nitidamente superior ao desempenho económico global.

Como já referido anteriormente, desde o início dos anos de 1990s e, ao contrário das décadas anteriores, que se assiste a um novo padrão dos fluxos de IDE caracterizado pela participação mais activa e significativa dos países em desenvolvimento como receptores de

¹¹ Esta evolução, já muito sustentada nos anos 1970s, foi quebrada pela erupção da crise da dívida dos anos 1980s, mas retomada a um ritmo significativo em finais dos anos 1980s.

¹² E do Yen.

¹³ United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

IDE. No ano 2000 e seguintes, assiste-se, nestes países, a uma mudança qualitativa nos determinantes de IDE, assumindo preponderância as vantagens especificamente ligadas aos factores de localização, como a estrutura e dimensão do mercado local, políticas e qualidade das instituições, elementos determinantes e dinamizadores dos fluxos de IDE.

É neste contexto que se procederá ao detalhe das características e dinâmicas recentes de IDE e seus principais determinantes.

2.2. Noção de Investimento Directo Estrangeiro

A noção estatística e operacional de IDE conduziu à necessidade de um conceito institucional aceite, desde 1993, pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), OCDE, Comissão da Comunidade Europeia (CE) e Nações Unidas/Banco Mundial¹⁴ que definem IDE como participação mínima no capital social 10% (ou equivalente em poder de decisão). Esta percentagem considera-se o mínimo de poder de voto para influenciar a gestão da entidade receptora do capital externo, definindo-se, assim, como IDE todo e qualquer fluxo financeiro ou, de outra natureza, que possa estabelecer uma participação mínima equivalente.

A influência e o poder de gestão têm um particular significado se o IDE permitir o acesso a activos de significância estratégica, sejam mercados locais, fusões e aquisições de partes sociais de empresas locais, marcas, patentes, assistência técnica ou outros factores de competitividade.

Segundo Bourguinat (1992) o IDE inaugura uma “dimensão temporal” de grande importância, uma vez que a decisão de implantação gera fluxos de trocas, produção e repatriamento de lucros que se difundem por vários períodos longos¹⁵. Para este autor, a ideia de penetração seja para expropriação dos concorrentes locais, seja para transferência das tecnologias, insere-se genericamente num complexo processo que antecipa as acções e reacções dos concorrentes: a motivação na decisão de investimento directo é sustentada

¹⁴ Commission of the European Communities, International Monetary Fund (IMF), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), United Nations (UN), World Bank (WB) (1994), System of National Accounts.

¹⁵ A difusão por longos períodos, já não se verifica, segundo este autor, com as exportações, assumindo um carácter temporal mais curto e pontual.

pela transferência de direitos patrimoniais e, por conseguinte, pelo poder económico que é, de facto, incomparável com a simples exportação.

A definição de IDE adoptada pelo Banco de Portugal é a que consta da Instrução 34/2009 de acordo com a qual “*o investimento directo estrangeiro (...) tem por objectivo a obtenção de laços económicos estáveis e duradouros dos quais resulte, directa ou indirectamente, a existência de efectivo poder de decisão por parte do investidor directo numa empresa a constituir ou já constituída em Portugal, entendendo-se, “ (...) como indicador da existência de uma relação de investimento directo estrangeiro a detenção, por parte de cada investidor directo não residente de, pelo menos, 10% do capital social da empresa de investimento directo residente*”¹⁶. Segundo Cunha (2006), esta limitação percentual já foi superior no nosso ordenamento jurídico, situando-se nos 25%, no âmbito da aplicação do código do investimento estrangeiro (CIE) de 1977, e nos 20%, no âmbito da aplicação do CIE de 1986 e 1995 (neste último caso, e quanto à detenção a título individual, definia-se o limite de 10%).

A estabilidade, a durabilidade dos laços e o poder deles resultante traduzido na detenção de um mínimo de participações sociais, reflectindo a intenção de existir uma intervenção directa ao nível da gestão por parte do investidor, são elementos comuns às diversas definições de IDE.

A OCDE, por exemplo, define IDE como um tipo de investimento efectuado por uma entidade residente numa economia (investidor directo)¹⁷ com o propósito de estabelecer um interesse duradouro numa empresa residente noutra economia. Este interesse duradouro pressupõe a existência de uma relação a longo prazo entre o investidor directo e a empresa e um significativo nível de influência do investidor directo na sua gestão. O IDE engloba tanto a transacção inicial entre duas empresas como todas as transacções subsequentes de capital entre ambas e filiais, associadas ou não (OCDE, 2002).

¹⁶ Definição adoptada pelo FMI e OCDE já anteriormente referida que, segundo Cunha (2006:20), é igualmente o “*conceito vigente do Instituto Nacional de Estatística (INE) aprovado pelo Conselho Superior de Estatística desde 5 de Novembro de 1999*”.

¹⁷ Para fins estatísticos, a OCDE considera que qualquer governo, pessoa física (ou grupo de pessoas físicas), empresa pública ou privada, grupo de empresas ligadas entre si, é um investidor directo estrangeiro se detém ele próprio uma empresa de investimento directo, isto é, uma filial ou sucursal que efectua operações num país diferente da residência do investidor ou dos investidores directos.

Na mesma linha de pensamento, a durabilidade das relações e a sua estabilidade reflectem, para Reis (2005), elementos essenciais na definição de IDE. Para este autor a noção de IDE assenta na aquisição de activos por entidades não residentes com o intuito de manter o seu controlo duradouro, obtendo, desta forma, para além de fluxos contínuos de rendimento, um melhor posicionamento competitivo na esfera multinacional. A caracterização de IDE, afirma ainda, implica a existência da propriedade dos fluxos de investimento de não residentes¹⁸ e de uma transacção da qual resultem relações a médio e longo prazo capazes de criar benefícios continuados na propriedade dos investidores, direitos sobre a gestão desses activos e vantagens/direitos patrimoniais tangíveis e intangíveis como potenciais factores de poder nos mercados.

O conceito de “multidimensional” e a teoria explicativa de IDE sob a apresentação de alguns critérios de avaliação do nível de internacionalização das empresas, são elementos explorados num estudo de Dunning (1993). Segundo este autor, os principais critérios assentam no peso ou relevância dos seus activos e lucros da responsabilidade das suas filiais no estrangeiro; no número e dimensão das empresas subsidiárias ou associadas que controlam operações no estrangeiro; no número de países em que desenvolve as suas actividades; no nível de internacionalização do seu corpo de administradores/gestores ou de proprietários; no grau e extensão da internacionalização das suas actividades de maior valor acrescentado, nomeadamente as actividades de investigação e desenvolvimento (I&D) e, finalmente, na estrutura e extensão das vantagens que decorrem do seu controlo sobre um conjunto de actividades económicas localizadas em vários países.

Segundo Rodriguez-Claré (1996:852) após muitos anos de cepticismo “*existe hoje uma crença generalizada de que as EMN podem ser um elemento importante na estratégia de desenvolvimento de um país*”¹⁹. Recorde-se que o início dos anos de 1980, no plano internacional, marca um período que inaugura a globalização das economias e dos mercados e o incremento dos acordos de cooperação inter-empresas que se consubstancia na predominância da internacionalização sobre dinâmicas puramente internas e nacionalistas. Efectivamente, a concretização do investimento depende, cada vez mais de *friendly business*, não sendo actualmente susceptível de ser captado apenas pela

¹⁸ Apesar da propriedade dos fluxos de investimento ser de residentes externos tal não significa que esse investimento não possa ser levado a cabo por filiais residentes (esta propriedade manter-se-á na proporção do capital investido nessa filial).

¹⁹ A definição de EMN e suas estratégias será alvo de estudo no sub-capítulo 2.5.1.

atractividade dos incentivos fiscais que um determinado país está disposto a conceder aos investidores.

2.3. Determinantes de IDE

2.3.1. Perspectiva Genérica

Os fundamentos da teoria da organização industrial têm vindo a assumir uma mudança de paradigma no que respeita à abordagem dos determinantes de IDE. A reestruturação da economia mundial após a II Guerra Mundial e o surgimento das EMN como agentes activos das mudanças tecnológicas e dos processos de integração dos mercados, contribuíram para o desenvolvimento de novas linhas de investigação relativas aos determinantes de investimento.

Neste contexto, Hymer (1960) começou por desvalorizar na sua análise, a determinação do stock óptimo de capital e sua variação, passando a relevar a forma de distribuição desse capital entre as actividades produtivas no país de origem e no país receptor do investimento. Segundo Ribeiro e Santos (2001), a primeira explicação sobre internacionalização empresarial que Hymer avançou, resultava *“na exploração de um conjunto de activos (tecnologia e conhecimento) que, quando patenteados, gozavam do estatuto do bem público conferindo à empresa estrangeira uma vantagem de monopólio ou oligopólio nos mercados de acolhimento”* (Ribeiro e Santos, 2001:6).

Hymer (1960) defendia que se as EMN conseguiram competir com empresas locais, que têm conhecimento superior do mercado e do meio envolvente, é porque apresentavam algumas vantagens competitivas, como sendo economias de escala internas ou externas²⁰, como restrições às importações, intervenções governamentais, acesso ao conhecimento patentado, entre outros. Perante estas vantagens, as EMN, ao invés de exportarem ou de licenciarem a produção de empresas locais²¹, iriam preferir atender o mercado externo por meio de IDE.

As teorias de capital e do comércio internacional que centravam a sua análise nos motivos que levavam as empresas a produzir no exterior, passaram a dar lugar a formulações de um

²⁰ Essencialmente as dadas por integração vertical.

²¹ Presença de incerteza quanto aos custos de licenciamento bem como direitos de propriedade, isto é, custos de transferência do conhecimento para o detentor, elevados.

quadro conceptual e teórico destinado a avaliar as condições sobre as quais determinados mercados eram fornecidos por filiais estrangeiras de produção, em vez das suas empresas locais ou até mesmo importações.

Numa primeira fase, a teoria moderna de IDE procura explicar o que determina a internacionalização da produção, enquanto o modelo tradicional de investimento parte do pressuposto de que os respectivos fluxos são determinados pelo diferencial de retorno. Segundo Ohlin (1933), citado em Nonnenberg e Mendonça (2004), o IDE era motivado, essencialmente, pela oportunidade de obtenção de altos níveis de lucros em mercados em crescimento, factor facilitado pela possibilidade de financiamentos ao investimento a taxas de juros relativamente reduzidas no país de origem.

Uma segunda linha de estudos sobre os determinantes de IDE caracteriza-se pelas vantagens associadas à internalização, onde Buckley e Casson (1976) defendem a necessidade e importância de existência de quatro principais elementos: (1) elementos específicos da indústria em que se inserem (ligados com a natureza do produto e as características do mercado externo); (2) elementos típicos da região (características sociais e geográficas); (3) elementos característicos dos países (ligados às suas relações políticas e fiscais) e, finalmente (4) vantagens específicas da empresa, as quais reflectem a capacidade organizativa e de gestão nos mercados internos.

Não obstante a importância das EMN no processo de investimento internacional, Dunning (1973), propõe uma formulação integrada dos vários condicionantes de IDE. A abordagem eclética de Dunning (2001a) deve, na sua opinião, ser considerada um paradigma, na medida em que pode englobar diversas correntes teóricas paralelas e concorrentes entre si, sem apresentar uma previsão única. Este paradigma, da análise dos determinantes da actividade das EMN, apresenta críticas à teoria do ciclo de vida do produto (Vernon, 1966)²² e à teoria da internalização (Buckley e Casson, 1976)²³, como sendo explicações parciais do fenómeno da internacionalização da produção.

²² A teoria do ciclo de vida do produto é alvo de análise detalhada no sub-capítulo 2.5.1. da definição e modelos tradicionais das EMN.

²³ Os estudos de Buckley e Casson (1976) representam um marco na concepção da teoria da internalização. Esta teoria inaugura a convicção de que a empresa, como vector organizativo, nasce para integrar as transacções que o mercado realiza de forma ineficaz ou com custos mais elevados para a empresa. Inclui-se, neste caso, um número significativo de transacções de bens intermédios intangíveis, como o *know-how*, capacidade tecnológica de gestão e de marketing. Quando este processo de internalização se verifica além fronteiras, estamos perante um processo de internacionalização.

Este modelo ficou conhecido pela justaposição de três factores OLI (*Ownership, Location, Internalization*) (Dunning, 2001a) que compreendem as: i) vantagens de propriedade (*Ownership*) destas empresas face a outras que proponham servir os mesmos mercados; ii) as vantagens de localização (*Locational*) de alguns países para oferecer activos complementares, ou seja, maior rentabilidade na apropriação interna dessas vantagens ao invés de se proceder ao seu licenciamento ou venda a outras empresas e, finalmente iii) as vantagens de internalização (*Internalization*) onde se desenha a combinação das vantagens de propriedade como inputs (incluindo os recursos naturais) com os activos externos disponíveis no país receptor, a custos significativamente mais reduzidos, através do IDE²⁴.

Na perspectiva ecléctica e, de acordo com Machado (2004), o IDE ocorre quando se conjugam as contribuições de três abordagens teóricas distintas, ou seja; a teoria da economia industrial, que procura dar resposta ao facto de determinadas empresas adquirirem e sustentarem uma ou várias vantagens competitivas relativamente às outras; a teoria da empresa, que procura explicar a forma organizativa através da qual as empresas constituem, aumentam e utilizam essas vantagens e; a teoria da localização, que explica em que países as empresas escolhem localizar as suas produções ou actividades de valor acrescentado.

Dunning (1981) identifica como principais vantagens específicas da empresa, o capital, a capacidade tecnológica e inovadora, a qualificação empresarial e organizacional (aliada à experiência no mercado nacional), as economias de escala (e de gama), o acesso a mercados, o superavit de I&D, a reputação, imagem e marca e a qualidade dos produtos. Como vantagens de localização a propriedade de recursos naturais, os custos de mão-de-obra, dos materiais e dos transportes, economias de especialização de produto, as políticas governamentais (essencialmente as barreiras alfandegárias e os incentivos ao investimento), a qualificação e disponibilidade da mão-de-obra, a estabilidade política e legislação laboral, a existência de mercados locais (neste último, a tipologia de produção internacional consubstancia-se, essencialmente, ao sector do comércio). O controlo dos mercados, a necessidade de explorar vantagens de tecnologia, custos elevados de transacção ou informação, a diversificação do risco e os ganhos de eficiência caracterizam os principais factores de internalização.

²⁴ Combinações através do IDE e não através de mecanismos do mercado, ou de outra forma de acordos tácitos, não societários de cooperação.

Paralelamente, e ainda no âmbito do paradigma OLI, Dunning (1981)²⁵ identifica um conjunto de variáveis estruturais determinantes de IDE relativas às empresas, ao sector de actividade em que se inserem, e ao país (Quadro 1).

²⁵ A ideia do ciclo de desenvolvimento de IDE foi introduzida por Dunning (1981) com o objectivo de dinamizar o paradigma eclético, contextualizando-o em níveis de desenvolvimento económico dos diversos países. O IDE líquido de cada país, alterar-se-ia em função do seu rendimento *per capita*. Neste contexto, várias críticas foram dirigidas ao paradigma eclético, nomeadamente na falta de originalidade; na desvalorização dos factores de escolha entre as alternativas à disposição das empresas (Machado, 2004) e no número excessivo de variáveis consideradas (Dunning, 2001b). Apesar das actualizações do paradigma eclético na década de 90, de modo a considerar eventuais alterações provocadas pelo avanço do processo de globalização, Dunning (2001b: 177) explica que " (...) o objectivo do paradigma eclético não é oferecer uma explicação completa de todos os tipos de IDE mas antes apontar para uma metodologia e um conjunto de variáveis que contenham os ingredientes necessários para uma explicação satisfatória de casos particulares de actividades estrangeiras de valor acrescentado".

Quadro 1. Paradigma Eclético OLI

Vantagens específicas da empresa (Ownership) O	Vantagens de localização (Locational) L	Vantagens de internalização (Internalization) I
Variáveis estruturais relativas às empresas		
<ul style="list-style-type: none"> - Dimensão e quota-parte do mercado da empresa, extensão da produção e diversificação do processo - Capacidade inovadora e grau de sensibilidade ao mercado ou à segurança/ estabilidade. - Extensão das economias de produção agregada 	<ul style="list-style-type: none"> - Experiência internacional (posição da empresa no ciclo do produto) - Comportamentos face à centralização de certas funções (I&D, escritórios regionais e outros) - Estratégia de gestão face ao envolvimento internacional - Elementos de distância física como (quadro cultural, legal, comercial, linguístico) 	<ul style="list-style-type: none"> - Métodos organizativos e de controlo (nível organizativo; acordos contratuais) - Comportamento face à diversificação e crescimento da empresa e à subcontratação e estabelecimento de parcerias (joint-ventures, por ex.) - Frequência e tipo de transacções realizadas (por ex., o nível de incerteza e perfil relativo à transferência tecnológica)
Variáveis estruturais relativas ao sector de actividade		
<ul style="list-style-type: none"> - Economias de escala e de gama (ou diversificação) na aquisição, produção venda e financiamento - Acesso privilegiado a inputs ou a mercados - Nível de intensidade tecnológica (protegida ou não por patentes e marcas) - Diversificação de produtos e dos processos 	<ul style="list-style-type: none"> - Natureza da concorrência entre empresas do mesmo sector - Possibilidade de segmentação das actividades -Custo da mão-de-obra, incentivos fiscais e as fontes de energia - Custos de transporte de produtos finais e intermédios - Tarifas específicas do sector (barreiras) 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de integração horizontal e vertical (por via do controlo dos recursos e dos mercados) - potenciais vantagens de internalização face a parcerias prévias e acordos contratuais - vantagens relacionadas com a possível divisão internacional do trabalho (especialização da produção)
Variáveis estruturais relativas ao país (de origem e de destino)		
<ul style="list-style-type: none"> - Qualificação dos recursos humanos, dotação de recursos - Dimensão e características do mercado - Políticas governamentais face à inovação, protecção de direitos e à estrutura de concorrência - Modos de controlo do IDE no próprio país 	<ul style="list-style-type: none"> - Distância geográfica entre países - Intervenção dos governos ao nível das taxas, tarifas, apoios (incentivos às EMN) 	<ul style="list-style-type: none"> - Actuações governamentais no sentido de as empresas internalizarem as transacções, como por ex. a transferência de preços - Estratégia de fusões - Capacidade infraestrutural ao nível da tecnologia, educação e das comunicações.

Fonte: Dunning (1981)

Numa perspectiva analítica, aos factores de localização na indústria, cumpre destacar a mão-de-obra (disponibilidade, custo e qualificação), o mercado (dimensão e perspectivas

de crescimento), a acessibilidade (geográfica e infra-estrutural) e os incentivos ao investimento externo. Por exemplo, num estudo levado a cabo por Alexander (1995) citado por Ribeiro e Santos (2001) sobre o comércio, os factores de localização que reuniram maior consenso foram a estabilidade política e o ambiente económico, social, regulamentar e cultural do país de acolhimento, a oportunidade de entrada em novos mercados, a atractividade do mercado e a estrutura pouco competitiva do mercado local.

De facto, as vantagens competitivas de uma dada localização são encaradas tradicionalmente sob condições predominantemente macroeconómicas e, para além das já referidas anteriormente, são ainda de salientar os níveis de inflação, a situação da balança de pagamentos o grau de endividamento externo que de facto se caracterizam como os principais indicadores do nível de atractividade da localização para projectos de investimento internacional.

Por outro lado, as variações das posições institucionais entre os diversos países têm sido tratadas como factores secundários tendo registado reduzida significância na análise dos determinantes do IDE (Amal e Seabra, 2005 e Wheeler e Mody, 1992). No entanto, para Amal e Seabra (2005), o facto de a maioria dos estudos ter presente as imperfeições de mercado, evoluiu a necessidade, entre os economistas, de que os agentes económicos necessitavam de outros meios e motivações de decisão de IDE.

Nesta linha, Basi (1963) e Mudambi e Navarra (2002) defendem que o ambiente institucional, essencialmente ao nível da qualidade das instituições políticas, influencia a decisão de IDE. Basi (1963), por exemplo, apura que a instabilidade política é a principal variável sobre a decisão de investimento externo. Por seu turno, Mudambi e Navarra (2002), defendem que o papel das instituições está fortemente relacionado com a capacidade de resolução das imperfeições de mercado e que a sua inclusão em análises económicas, melhorará significativamente o ambiente económico, promovendo a eficiência entre as várias estruturas de mercado. Para estes autores, o papel das instituições na sociedade é geralmente visto como necessário para cumprir com duas questões essenciais: (1) redução dos custos de transacção; (2) redução de custos de processamento de informação de apoio às decisões.

Destacam-se ainda, numa linha de determinantes de internacionalização da produção, por razões internas à empresa, os trabalhos de Graham (1978,1998) em que na sua óptica o nascimento da EMN resulta da influência oligopolística como medida de redução de riscos.

O conceito de acumulação tecnológica, como processo endógeno e cumulativo à empresa, é considerado um dos contributos mais recentes e promissores na determinação do IDE e surge com Cantwell e Piscitello (2000). A competitividade entre as empresas é, neste contexto, tecnológica, sendo a inovação, a principal fonte de lucros. Desta forma, pode a empresa, ao internacionalizar-se, utilizar o seu *Know How* e potencial inovador noutros mercados, ampliando, por um lado, as suas vantagens específicas e, por outro, aumentar a sua capacidade inovadora. A internacionalização da produção é, neste âmbito, resultado de maior concorrência tecnológica.

2.3.2. Contributo de alguns Estudos Empíricos

Poderá considerar-se ainda alguns estudos, e aprofundar-se outros, cujo contributo complementa a análise empírica a esta temática.

Wheeler e Mody (1992)²⁶ estudaram alguns investimentos industriais de EMN americanas nos anos de 1980s e concluíram que o desenvolvimento infraestrutural de um país, a estabilidade económica e o crescimento do mercado doméstico determinavam a decisão de IDE. Paradoxalmente, os incentivos governamentais de curto-prazo, o risco político (nomeadamente ao nível da corrupção) e a eficiência administrativa de um país revelaram-se factores pouco significativos nas opções de investimento das EMN.

Os trabalhos de Serven e Solimano (1993) apresentam o efeito positivo do crescimento económico sobre o IDE, muito embora, relevem o consenso literário sobre os efeitos negativos de alguns factores, tais como, as flutuações macroeconómicas e os gastos com a dívida externa que, inevitavelmente, provocam uma situação de instabilidade e incerteza nas economias receptoras de investimento.

Nesta linha de estudos e, mais recentemente, Ralhan (2006), através de um modelo de *cross-sectional* baseado em oito países²⁷, identificou como principais determinantes dos fluxos de capital externo o crescimento e a dimensão de uma economia e o nível do PIB,

²⁶ O trabalho de Wheeler e Mody (1992) já tinha sido citado no ponto anterior deste capítulo, contudo ainda não tinha sido explicado o seu contributo empírico.

²⁷ Ralhan (2006) estudou a Austrália, Índia, Indonésia, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e o México.

dada a crescente confiança dos investidores que daí poderá resultar. Ralhan (2006) mostrou ainda que a London Inter-Bank Offered Rate (LIBOR) - taxa de juro internacional, considerada em alguns estudos anteriores como a principal motivação de IDE em países latino-americanos (Milman, 1996), não se revelou significativa na determinação dos fluxos de capital. Efectivamente, Milman (1996), numa análise aos determinantes do investimento privado em quatro países da América Latina²⁸, concluiu que a LIBOR e o crescimento anual do PIB representaram as variáveis de maior importância na determinação do IDE. Estes dois autores afastam-se em alguns resultados e aproximam-se noutros. Ambos concluem que o crescimento e nível do PIB influenciam os fluxos de capital, no entanto, não apuram o mesmo resultado para a taxa de juro internacional. Daqui se depreende que, apesar de as condições macroeconómicas de estabilidade representarem factores muito importantes na decisão de IDE, também forças externas, como juros internacionais (impulsionadores da poupança interna), podem assumir crucial relevância nas estratégias de IDE. Sugere-se ainda que a poupança interna, ao contrário dos empréstimos com a dívida externa, determinará o ritmo dos fluxos de IDE nos países em desenvolvimento.

Estudos mais recentes, deram enfoque à análise do impacto das reformas estruturais nos países da América Latina sobre os fluxos de IDE²⁹. De destacar o trabalho de Trevino, Daniels e Arbeláez (2002) que constituíram as suas hipóteses em estudo reportando-as a três níveis diferentes de reformas de mercado: a microeconómica, macroeconómica e institucional sobre os fluxos de IDE em sete países³⁰ da América Latina para o período de 1988-1999. Os testes aplicados, com base em séries temporais³¹ (com estimação de um modelo de regressão multivariada), mostraram que o PIB, as privatizações e as mudanças do índice de preços no consumidor (IPC) foram considerados factores determinantes na decisão de investimento directo. Daqui resulta, por outro lado, que as variáveis de dimensão institucional não assumem, neste estudo, um peso significativo.

Contudo, Nonnenberg e Mendonça (2004), com recurso a dados de painel para trinta e três países para o período 1975-2000, estimam como principais determinantes de IDE nos países em desenvolvimento, factores que podem ser consideradas institucionais: “*factores*

²⁸ Argentina, Chile, México e Venezuela.

²⁹ Trabalhos muito influenciados pelas abordagens institucionais.

³⁰ Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela.

³¹ Utilizaram, também, uma variável dummy (país) para determinar, *ceteris paribus*, que países registaram maior capacidade de atracção de IDE.

como o tamanho e o ritmo de crescimento do produto, a qualificação de mão-de-obra, a receptividade em relação ao capital externo, o risco do país e o desempenho das bolsas de valores estão entre os principais determinantes de IDE....foi possível mostrar que o IDE não tem efeito positivo sobre o PIB” (Nonnenberg e Mendonça, 2004:1).

Amal e Seabra (2005) examinam os determinantes do IDE, também na América Latina³², apontando a necessidade de o IDE ser concebido numa perspectiva de longo prazo, além de variar conforme as expectativas de rentabilidade do país que recebe o capital³³. No trabalho desenvolvido por estes autores, as variáveis estatisticamente significativas para explicar a decisão de IDE relacionam-se com o ambiente institucional - o risco político e a liberdade económica. Concluíram, ainda, que a estratégia predominante dos países emergentes a nível mundial tem sido a procura de eficiência, enquanto que para a América Latina, domina a procura de mercado local e regional, onde a dimensão institucional, assume de facto, um papel predominante na decisão pela localização do IDE.

O reconhecimento da relação entre os fluxos de IDE e o fluxo do comércio entre países de origem e de destino das EMN, é outra linha de pesquisa de elevada significância. Comércio e IDE podem ser determinados por um mesmo conjunto de variáveis como a distância entre o país de origem e de destino. Nesta linha, os autores Egger e Pfaffermayr (2004) apresentam um modelo gravitacional baseado em equações simultâneas para o comércio e IDE cujos resultados indicam que o efeito da distância é significativo para os fluxos de IDE e não significativo para o comércio bilateral; “(...) *o modelo gravitacional, com origem na Lei de Gravitação Universal de Newton, foi inicialmente utilizado em economia para avaliar o fluxo de comércio bilateral entre países*” (Spass, 2007: 64). Este modelo, numa fase inicial de aplicação, foi alvo de diversas críticas “(...) *baseadas na ausência de fundamentações teóricas para a constituição da equação gravitacional*” (Africano e Magalhães, 2005:6).

Actualmente, torna-se imprescindível ressaltar o rápido crescimento de estudos que adoptam, em termos metodológicos, modelos gravitacionais aplicados à análise de IDE, muito embora, como já referido, estes sejam aplicados tradicionalmente às análises dos fluxos bilaterais de comércio. O argumento utilizado pelos especialistas passa pela

³² Recorde-se que já se apresentou anteriormente os estudos de Milman (1996) e Trevino, Daniels e Arbeláez (2002), ambos sobre a América Latina, e todos eles com resultados muito similares – a variação do PIB e as taxas de inflação como principais determinantes de IDE.

³³ Este modelo serviu de base a um estudo aplicado a Portugal e ministrado por Pereira (2007).

importância das variáveis tradicionais desta abordagem, como a distância e o PIB, serem significativas para explicar as decisões de IDE.³⁴

De entre os estudos mais recentes sobre determinantes de IDE, destaca-se o de Stefanovic' (2008) que salienta a importância do IDE como um factor chave de desenvolvimento económico e um mecanismo basilar dos fluxos de capital. O modelo OLI (paradigma eclético de Dunning) sustenta a análise deste estudo. Parte-se da convicção de que as EMN são detentoras de vantagens específicas, e de que terão capacidade de internalizar os custos de transacção. Nesse sentido, o factor mais importante na tomada de decisão de IDE, assentará nas vantagens de localização do país de acolhimento. Das vantagens de localização possíveis, o estudo aponta para os factores institucionais, que decorrem das políticas de IDE adoptadas por um país, como os elementos chave na opção de IDE.

Piteli (2009) dá enfoque à produtividade total dos factores como principal motivação de IDE. Com recurso a um modelo já desenvolvido por outros autores³⁵, Piteli (2009) evidencia diferenças entre países desenvolvidos europeus e não europeus. A produtividade total dos factores de duas vertentes distintas (a do lado da procura e a da oferta) é significativa para os países europeus, ao passo que apenas os factores do lado da oferta foram significantes para os países não europeus. Os países com maior capacidade de atracção de IDE deverão, na opinião desta autora, ser detentores de políticas que melhorem o ambiente global dos negócios, a rentabilidade da empresa e, o factor mais importante, a produtividade global da economia. Nas economias desenvolvidas, as iniciativas fiscais e questões relacionadas com a procura, revelaram-se elementos de menor importância na atracção de IDE.

Gentvilaité (2010) analisa os determinantes de IDE em dez países da Europa Central e Oriental³⁶. Com a utilização de dados de painel, concluiu que os países em estudo registam experiências positivas ao nível dos efeitos do IDE, dadas as suas características específicas. O sector privado, o nível de abertura (com o comércio a assumir um peso significativo no PIB) e o desenvolvimento infraestrutural representaram as principais motivações de IDE

³⁴ A inclusão da dimensão institucional em modelos gravitacionais tem ocorrido através da variável distância institucional entre o país de origem e de destino do IDE.

³⁵ O autor apoiou-se num modelo criado por Head e Mayer (2003) que deriva da teoria económica que compara a procura com a oferta de determinantes de IDE.

³⁶ Bulgária, República Checa, Estónia, Hungria, Lituânia, Letónia, Polónia, Roménia, Eslovénia e Eslováquia.

nestes países europeus. Para além disso, o artigo procura também enquadrar os determinantes em dois grupos: do tipo *market-seeking* e *resource-seeking*. Chega à conclusão que os principais determinantes encontrados são importantes em ambos os grupos de actuação estratégica das EMN.

A abordagem à literatura empírica acerca dos determinantes de fluxos IDE revela, de uma forma geral, que factores tradicionais, como o PIB e o seu crescimento anual, a qualificação e o custo da mão-de-obra e a existência de um ambiente macroeconómico favorável, potenciam e estimulam a decisão de IDE por parte das EMN, em especial o investimento direccionado aos países em desenvolvimento.

Quadro 2. Resumo da Literatura Empírica sobre Determinantes de IDE

Autores	Principais Determinantes IDE
Wheeler e Mody (1992)	- Desenvolvimento infraestrutural de um país - Estabilidade económica - Crescimento do mercado doméstico
Serven e Solimano (1993)	- Crescimento económico - Flutuações macroeconómicas - Gastos com a dívida externa
Milman (1996)	- Taxa de Juro internacional (LIBOR) - Crescimento anual do PIB
Trevino, Daniels e Arbeláez (2002)	- Dimensão macroeconómica, microeconómica e institucional (PIB, privatizações e as mudanças do IPC)
Nonnemberg e Mendonça (2004)	- PIB e o seu crescimento - Qualificação da mão-de-obra - Receptividade em relação ao capital externo - Risco do país - Desempenho das bolsas de valores
Egger e Pfaffermayr (2004)	- Efeito da distância entre o país de origem e de destino
Amal e Seabra (2005)	- Variáveis de ambiente institucional (risco político e liberdade económica)
Ralhan (2006)	- Crescimento e dimensão de uma economia - Nível do PIB
Stefanovic' (2008)	- Factores institucionais (políticas de IDE internas)
Piteli (2009)	- Produtividade global da economia - Rentabilidade da empresa - Ambiente global dos negócios
Gentvilaité (2010)	- O sector privado - O nível de abertura (com o comércio a assumir um peso significativo no PIB) - Desenvolvimento infraestrutural

Fonte: Elaboração própria

2.3.2.1. Abordagem Empírica em Portugal

O IDE tem sido um importante vector no desenvolvimento da economia portuguesa. Em termos de *inflows*, o IDE representou em Portugal “*uma média de 2,5 % do PIB no período de 1996-2006*” (Leitão e Faustino, 2008:2).

Numa análise a Portugal, Souza (1994) aborda, na sua tese de mestrado, os determinantes conjunturais de IDE no período 1981-1992, onde a variação do PIB assume o papel de variável fundamental. Neste trabalho o autor adapta a Portugal a modelização já levada a cabo para IDE das EMN brasileiras. Repare-se que o período em análise é determinante para o resultado obtido. Recorde-se que o PIB revelou um aumento crescente na década de 1980s e 1990s, no entanto a partir de 1990 esse favorável percurso começou a desacelerar.

Numa linha ideológica paralela, Freitas (1998), refere que alterações provocadas por entradas de capital estrangeiro, estão correlacionados com períodos de elevado crescimento da economia, estando essas entradas ligadas a causas externas e internas bastante favoráveis traduzindo mais um clima favorável e menos as características persistentes do meio empresarial e da sua envolvente.

Os trabalhos de Mata e Portugal (2002) desenvolvem investigação associada à sobrevivência das novas empresas estrangeiras ou domésticas, no período de 1983-1989, argumentando que a sua permanência no mercado é determinada pelas características das empresas, nomeadamente as vantagens de propriedade (*ownership advantages*), dimensão e estratégias de crescimento, organização interna e ainda pelas propriedades da indústria em que se insere (economias de escala, por exemplo). Os seus resultados indicam que empresas domésticas e estrangeiras não exibem diferentes formas de sobrevivência, respondendo em linhas similares aos determinantes de permanência no mercado, bem como a idênticos padrões temporais de saída.

Barbosa e Louri (2002), mostram, igualmente, que o IDE em Portugal é fortemente afectado pelas características das empresas, como a dimensão e os custos salariais, já que, pelo contrário, os resultados líquidos positivos e o crescimento da indústria não afectam o investimento estrangeiro. As EMN de indústria transformadora instaladas em Portugal têm as suas actividades orientadas e preparadas para ignorar as características do mercado doméstico.

Na mesma linha de resultados, estudou-se um inquérito às empresas portuguesas com investimento directo em Cabo Verde de Setembro de 2002, que serviu de base à dissertação de mestrado sobre determinantes e estratégias empresariais do IDE em Cabo Verde, levado a cabo por Costa (2002). A amostra era composta por um universo de 64 empresas de diferentes sectores de actividade (nomeadamente construção civil, comércio, confecções/calçado, turismo entre outros), tendo-se obtido 33 respostas, ultrapassando 50% do total das empresas inquiridas, o que foi considerado relevante para a interpretação dos dados. Pelas análises efectuadas e, sob a visão da empresa, verificou-se que as principais determinantes do investimento das empresas portuguesas em Cabo Verde, foram a possibilidade de expansão da actividade da empresa/ capacidade disponível, a procura de novos mercados e a possibilidade de exploração das vantagens específicas da empresa como a marca, tecnologia, capacidade financeira, recursos humanos especializados, entre outros.

Castro (2000), na sua tese de doutoramento, analisa em pormenor os fluxos de entrada e saída de IDE em Portugal. O tamanho e o crescimento do mercado doméstico, são as variáveis fortemente associadas às entradas de IDE em Portugal. Este factor não constitui surpresa para a intuição deste autor, já antes corroborada por outros como Taveira (1984) referido por Castro (2000), em que o mercado doméstico era também forte impulsor das exportações na orientação de IDE. O PIB, não aparece neste trabalho, significativamente associado à expansão do IDE, mas antes relacionado simplesmente com novo investimento.

Africano e Magalhães (2005), investigaram a relação entre os fluxos de IDE, em termos de *inwards e outwards*, e o crescimento do comércio na economia portuguesa ao nível das importações e exportações. O objectivo do estudo resumiu-se a dois pontos essenciais: (1) perceber se os fluxos de entrada de IDE na economia portuguesa, favoreciam ou reduziam os fluxos do comércio e (2) perceber se os fluxos de saída de IDE, favoreciam ou reduziam os fluxos do comércio. Os autores utilizaram um modelo gravitacional aplicado às importações e exportações portuguesas, ou seja, um modelo aplicado ao comércio bilateral entre Portugal e 28 países³⁷, utilizando valores médios para os anos de 1998 a 2000. As principais conclusões assentaram no facto de, por um lado, os fluxos de entrada de IDE

³⁷ Países da OCDE e Brasil.

revelarem um impacto positivo e estatisticamente significativo nas exportações³⁸ e importações, sugerindo a relação de complementaridade entre comércio e fluxos de entrada de IDE e, por outro, os fluxos de saída de IDE não se relacionarem significativamente com as exportações e importações portuguesas. De acordo com estudo, podemos depreender que, no processo de captação e manutenção de investimento, podemos não identificar, na origem, relações prévias de importações ou exportações, dependendo da tipologia de fluxo de IDE considerada (*inwards* ou *outwards*).

Pereira (2007), apresenta um modelo caracterizado essencialmente por uma perspectiva macroeconómica adaptada a Portugal no período 1975-1995. Como já referido anteriormente, este autor apoia o seu modelo na análise dos estudos que partiram de Amal e Seabra (2005), tendo tido como principal objectivo perspectivar os efeitos da estabilidade económica e os resultados dos agregados económicos no país receptor dos fluxos de IDE. O estudo revela que a variação da taxa de inflação exerce sobre o IDE³⁹ em Portugal, um impacto positivo. A variação real do PIB tem um impacto positivo sobre o IDE, mas pouco significativo. Estes resultados contrariam os pressupostos obtidos por Amal e Seabra (2005), que encontram como variáveis estatisticamente significativas para explicar a decisão de IDE, as relacionadas com o ambiente institucional tais como o risco político e liberdade económica.

Pela natureza dinâmica do IDE, Leitão e Faustino (2008) acrescentaram, num estudo recente, uma vertente dinâmica na estimação de um modelo de dados em painel no período 1996-2006. Nesta investigação, os autores concluíram que os principais factores impulsionadores de IDE, em 15 países da UE, foram a dimensão do mercado português (medida, essencialmente, pelo PIB), a estabilidade macroeconómica, a distância entre países e o custo da mão-de-obra. A inflação, neste estudo, apresentou um efeito positivo na atracção de IDE, contrariamente às expectativas desenvolvidas pelos autores.⁴⁰

Crespo e Fontoura (2009), numa nova e muito recente linha de investigação, averigam a questão referente à existência de efeitos indirectos para a economia que acolhe o IDE,

³⁸ Com maior impacto nas exportações do que nas importações.

³⁹ Neste trabalho IDE é a variável dependente que expressa o valor dos fluxos totais de IDE em relação ao PIB.

⁴⁰ Seria fulcral um aprofundamento da investigação de modo a dar resposta à relativa indignação no resultado inesperado: “(...) porque é que com elevados níveis de inflação em Portugal não se assiste a uma redução de inflows de IDE.” (Leitão e Faustino, 2008: 10).

vulgarmente designadas por externalidades⁴¹ relativamente a um conjunto de empresas nacionais, concentrando-se na análise dos factores que condicionam a sua ocorrência e dimensão. A hipótese subjacente ao facto de as externalidades do IDE poderem ocorrer apenas num sub-grupo de empresas, leva a um esforço de acompanhamento teórico que procura testar, empiricamente, a importância dos diferentes factores determinantes de IDE. Não obstante a relevância destes testes, a evidência obtida não é plenamente esclarecedora, dado que, relativamente a vários factores abordados, os resultados não legitimam conclusões robustas. Contudo, uma importante excepção traduz a coincidência nos resultados: “(...) a importância da empresa nacional possuir capacidade para absorver a nova tecnologia das EMN, (...) e a importância da proximidade de localização entre empresas nacionais e EMN, (...), ambos os factores são claramente identificados em estudos recentes para o caso português” (Crespo e Fontoura, 2009: 6). As principais conclusões obtidas para Portugal por Crespo e Fontoura (2009), assentaram no facto de os efeitos indirectos positivos de IDE só se verificarem em algumas empresas nacionais, sendo estas detentoras de um “*gap tecnológico*” moderado, relativamente às estrangeiras (no âmbito do mesmo sector), e de fornecerem *inputs* às EMN desde que se verifique proximidade geográfica. De facto, a grande maioria dos países, tanto desenvolvidos como em desenvolvimento, disputa a atracção de IDE, partindo do pressuposto de que “(...) as multinacionais trazem externalidades positivas (*spillovers*) para a economia nacional, estimulando o desenvolvimento, o crescimento, o emprego, os salários, as exportações, a inovação tecnológica e de gestão (...), melhorando, desta forma, as condições macroeconómicas, a sofisticação do tecido industrial local e da sua mão-de-obra.” (Teixeira e Lehmann, 2007:30).

⁴¹ A ocorrência de externalidades de IDE é frequentemente salientada pela obtenção de ganhos de produtividades pelas empresas nacionais, através do contacto, no mercado local, com as EMN mais eficientes. Serão geradas externalidades para as empresas nacionais se esses ganhos não forem internalizados na sua totalidade pelas EMN. Quando a empresa nacional e estrangeira pertencem ao mesmo sector, estamos perante externalidades horizontais, quando, por outro lado, se situam em sectores distintos, teremos externalidades verticais (Crespo e Fontoura, 2006).

Quadro 3. Resumo da Literatura Empírica sobre Determinantes de IDE em Portugal

Autores	Principais determinantes de IDE	Vantagens OLI (Paradigma Eclético) - Dunning (2001a)
Souza (1994)	– Variação do PIB	Vantagens de localização
Freitas (1998)	– Crescimento da economia	Vantagens de localização
Castro (2000)	– Dimensão e crescimento do mercado doméstico – Custos da mão-de-obra – Qualificação da mão-de-obra (<i>labour skills</i>)	Vantagens de localização
Barbosa e Louri (2002)	– Vantagens de propriedade (dimensão e custos salariais)	Vantagens de propriedade
Mata e Portugal (2002)	– Vantagens de propriedade (<i>ownership advantages</i>). Exemplo: dimensão, estratégias de crescimento e organização interna, economias de escala	Vantagens de propriedade
Costa (2002)	– Possibilidade de expansão da actividade das empresas/ capacidade disponível – Procura de novos mercados – Exploração das vantagens específicas da empresa (marca, tecnologia, capacidade financeira, recursos humanos)	Vantagens de propriedade
Africano e Magalhães (2005)	– Em termos de <i>inwards</i> de IDE: exportações e importações (com maior impacto nas exportações).	Vantagens de internalização
Pereira (2007)	– Variação da taxa de inflação	Vantagens de localização
Leitão e Faustino (2008)	– Dimensão do mercado português (PIB) – Estabilidade macroeconómica – Distância entre países e o custo da mão-de-obra	Vantagens de localização
Crespo e Fontoura (2009)	– “ <i>Gap tecnológico</i> ” moderado das empresas nacionais (a) – Capacidade de fornecimento dos <i>inputs</i> às EMN, desde que se verifique proximidade geográfica (b)	(a) Vantagens de propriedade (b) Vantagens de internalização

Fonte: Elaboração própria a partir de Dunning (2001a)

2.4. Perspectiva do IDE em Portugal nos Últimos Anos

O IDE é, de facto, uma das vertentes mais visíveis do processo de globalização. Este fenómeno arrasta consigo a dinamização do comércio internacional obrigando cada Estado a criar condições propícias à atracção de investimento.

Portugal não está apartado desta realidade, até porque, nas últimas décadas⁴², o IDE surge como uma das principais componentes de crescimento da economia, especialmente desde os acordos de adesão à UE. Neste contexto, têm sido promovidas medidas de estímulo ao investimento em Portugal e dinamizada a regulamentação legislativa associada. São exemplo destas iniciativas o *Programa para a Produtividade e o Crescimento da Economia*⁴³ que enunciava, sob o título “Fomento do investimento produtivo e das exportações”, uma série de medidas promotoras de captação de investimento para Portugal, designadamente mais investimento produtivo.

Apesar deste iniciativa estratégica, este documento foi considerado “pesado na sua execução” tendo sido substituído pelo programa *PRIME*⁴⁴ que contemplava como um dos seus principais objectivos “*apoiar o investimento gerador de valor acrescentado nacional*”. Nesta linha, Portugal continuou a investir noutros documentos político-estratégicos, dos quais se destacam o Programa de Estabilidade e Crescimento 2003-2006 e, mais recentemente, o Programa de Estabilidade e Crescimento 2010-2013⁴⁵. Apesar de o Programa mais recente (2010-2013) visar essencialmente o apoio à consolidação orçamental e ao controlo do crescimento da dívida pública, ambos os Programas estabelecem a necessidade de acelerar o processo de convergência real com a média da UE, onde se destacam as intenções de implementação de medidas de atracção de investimento externo. De acordo com a Resolução da Assembleia da República n.º 29/2010 de 15 de Março, após recolha de alguns contributos e recomendações da OCDE e FMI, o período 2010-2013 deve ser marcado por um conjunto de medidas que contribuam para “*simplificar a actividade e reduzir custos de contexto para as empresas estrangeiras com interesses económicos em Portugal, promovendo por essa via o investimento estrangeiro, bem como para empresas nacionais que pretendam alargar a sua actividade além fronteiras, cumprindo assim com uma das prioridades do Governo - o reforço da internacionalização da economia*” (Resolução da Assembleia da República n.º 29,

⁴² De salientar, em termos de enquadramento nacional, a década de 1990s marcada pela liberalização económica; Portugal constituiu-se membro efectivo da UE, verificando-se um forte crescimento do investimento estrangeiro com decréscimo na primeira metade da década.

⁴³ Resolução do Conselho de Ministros n.º 103/2002 de 17 de Julho, publicada no Diário da República, II Série, de 26 de Julho de 2002.

⁴⁴ Resolução do Conselho de Ministros n.º 101/2003 de 10 de Julho, publicada no Diário da República, II Série, de 8 de Agosto de 2003.

⁴⁵ Resolução da Assembleia da República n.º 29/2010 de 15 de Março, publicada no Diário da República, I Série, de 12 de Abril de 2010.

2010:53). Neste contexto, são de destacar algumas medidas de simplificação administrativa como sendo o aprofundamento da desburocratização dos processos de licenciamento, a eliminação de licenças em diversos actos e o desenvolvimento do dossier electrónico da empresa, no âmbito do qual se criará um repositório central de informação de cada empresa para consulta por qualquer entidade da Administração Pública.

Efectivamente, o IDE em termos de *inflows* em Portugal tem vindo a afirmar-se de forma crescente nos últimos anos (Gráfico 1), sendo, não obstante, de salientar o peso assumido pelo desinvestimento (Gráfico 2) no mesmo período, traduzindo, em termos líquidos (saldo), uma diminuição do IDE em Portugal no novo milénio (Gráfico 3).

Note-se que à escala internacional os primeiros anos do novo milénio foram marcados por uma forte instabilidade internacional decorrente do abrandamento de grandes economias, como foi o caso dos EUA e da Alemanha. Assiste-se, neste período, ao surgimento do Sudeste asiático como novo centro económico (Moreira e Dias, 2008). Segundo estes autores, a China e a Índia registam, por um lado, crescimentos endógenos elevados, o que os tornam destinos atractivos aos investimentos nos seus mercados internos e, por outro, a maior parte dos países do Sudeste asiático traduzem mercados apetecíveis de IDE, sobretudo como plataformas transformadoras. Na Europa, uma nova dinâmica é marcada pela entrada de dez novos países do Leste Europeu para a UE. A insegurança, com o aumento do terrorismo internacional, impulsiona também, nesta época, uma forte retracção no investimento.

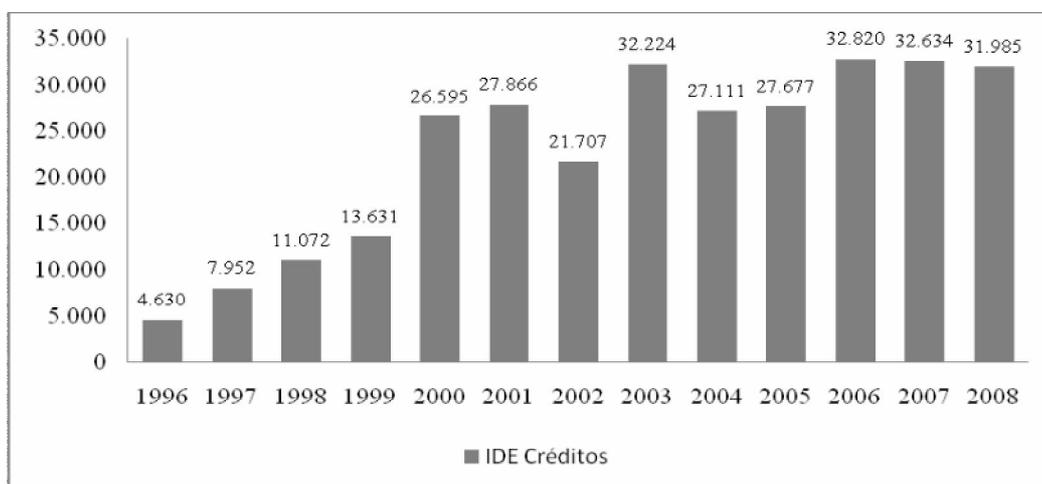
A oscilação constante no montante total de IDE em Portugal ao longo destes oito anos do novo milénio (Gráfico 3), traduz a instabilidade internacional e a crise económica interna; realidade a que nenhum país se pode alhear.

Apesar de os fluxos de IDE traduzirem um decréscimo com oscilações em Portugal neste período, a indústria transformadora lidera, em 2007, o ranking de transacções na captação de investimento a seguir ao sector imobiliário e ao comércio (Gráfico 4)⁴⁶.

De salientar ainda a impotência do Estado português em fazer face à diminuição da competitividade de Portugal, como destino de IDE, face à atractividade de outros países, nomeadamente do Leste europeu e do Sudeste asiático.

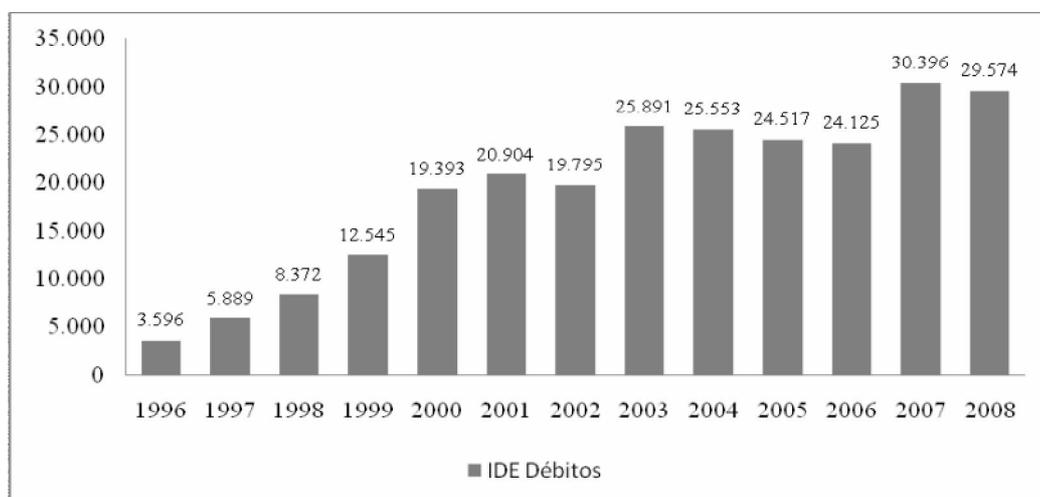
⁴⁶ O tema em estudo aborda, precisamente, um dos sectores da indústria transformadora em Portugal: a indústria cerâmica.

Gráfico 1: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Créditos⁴⁷) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)



Fonte: Banco de Portugal (Investimento Bruto). Informação consultada em Novembro de 2009

Gráfico 2: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Débitos⁴⁸) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)

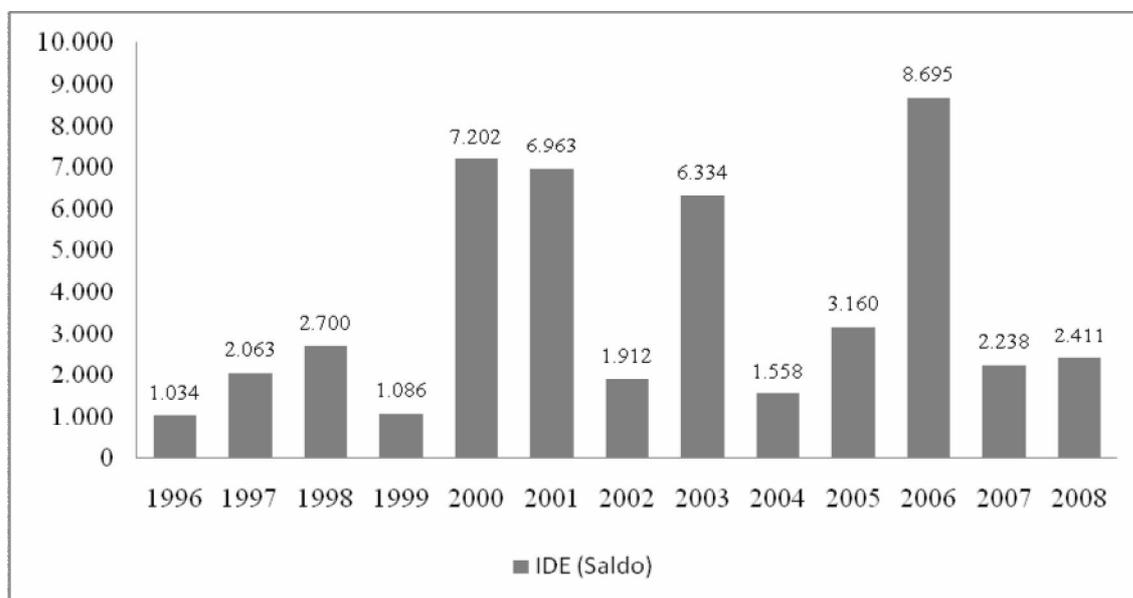


Fonte: Banco de Portugal (Investimento Bruto). Informação consultada em Novembro de 2009

⁴⁷ Os valores apresentados referem-se aos fluxos totais a preços correntes. Esses fluxos, ilustrados nos gráficos 1 (créditos ou entradas) e gráfico 2 (débitos ou saídas), referem-se à totalidade das operações subjacentes ao investimento directo do exterior em Portugal como é o caso do capital nas empresas, dos lucros reinvestidos, créditos, empréstimos, suprimentos entre outros.

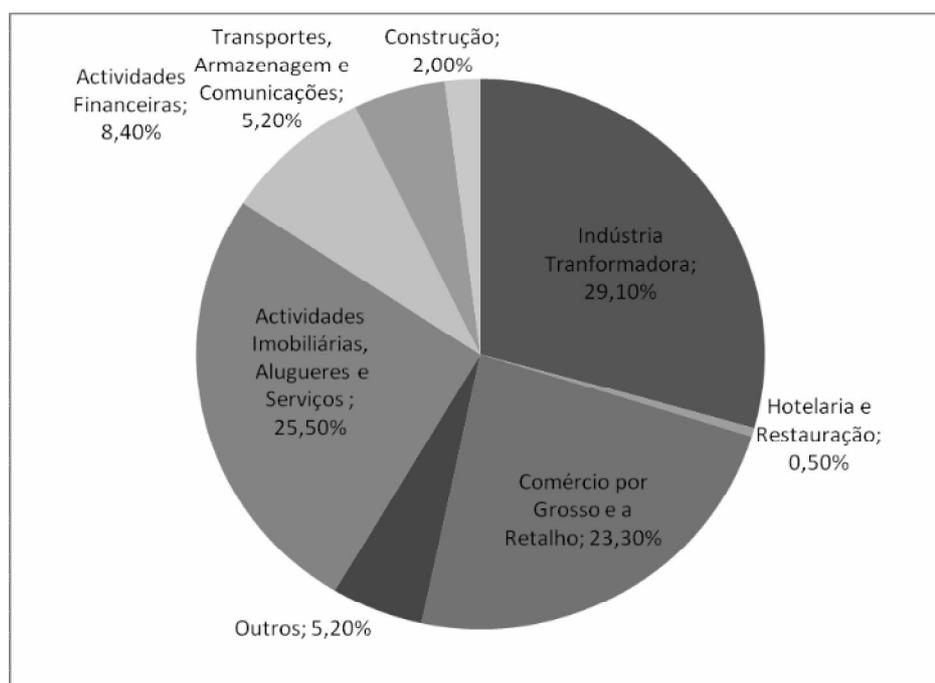
⁴⁸ As operações a débito dos fluxos de investimento directo do exterior em Portugal representam saídas de capital estrangeiro ou, genericamente, transacções de desinvestimento. As situações mais comuns são a venda de participações de capital estrangeiras a investidores portugueses e o repatriamento de lucros investidos.

Gráfico 3: Investimento Directo do Exterior em Portugal (Saldo) - Janeiro de 1996 a Dezembro de 2008 (Valores em Milhões de Euros)



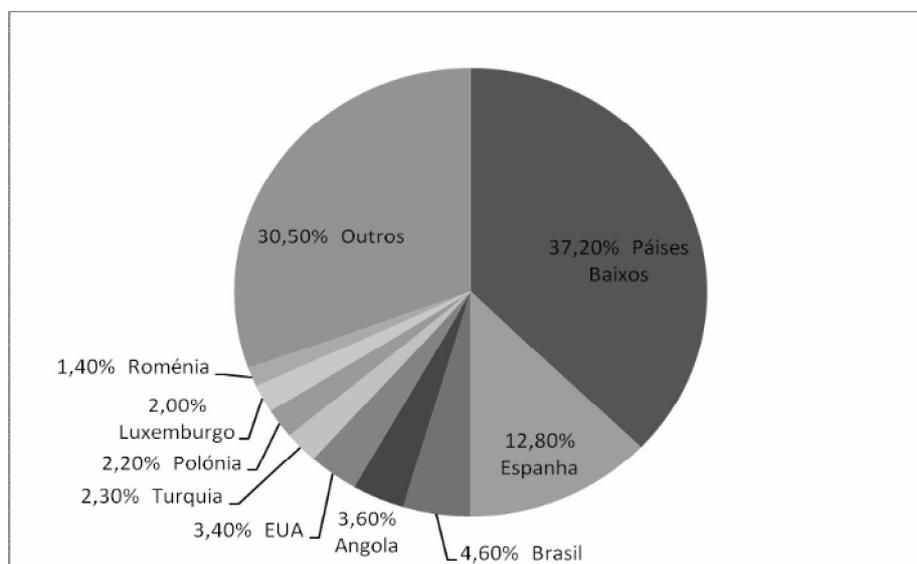
Fonte: Banco de Portugal (Investimento Líquido). Informação consultada em Novembro de 2009

Gráfico 4: Investimento Directo do Exterior em Portugal por Sectores de Actividade – 2007



Fonte: Banco de Portugal (Investimento bruto). Informação consultada em Abril de 2008

Gráfico 5: Investimento Directo do Exterior em Portugal por Países de Origem (Créditos) – 2007



Fonte: Banco de Portugal (Investimento bruto). Informação consultada em Abril 2008

A UE representa a principal origem de capital estrangeiro em Portugal. Segundo dados do Banco de Portugal, no quinquénio terminado em 2004, os principais países investidores foram o Reino Unido, a Alemanha, a França, os Países Baixos, a Espanha, a Bélgica, o Luxemburgo, a Finlândia e os EUA, com a Espanha a ocupar o 1º lugar em 2004. No ano 2006, surgem de novo países da UE nos lugares cimeiros, ocupando a Alemanha o 1º lugar, seguida do Reino Unido, França e Espanha, surgindo, como novidade em relação a 2005, a Suíça no grupo dos principais países investidores em Portugal⁴⁹. Segundo dados mais recentes do Banco de Portugal, a UE continua a ser a principal região de origem de IDE, sendo responsável por 88% do total de IDE em 2007 (Gráfico 5).

Cabe ainda, nesta abordagem ao IDE em Portugal nos últimos anos, referir que, a definição de IDE adoptada pelo Banco de Portugal, já anteriormente referida, é aquela que, grosso modo, vai surgindo na legislação portuguesa que, ao longo dos últimos 30 anos, regulamentou o IDE, designadamente no nº 1 do art.º 2.º DL nº 197-D/86, de 18 de Julho⁵⁰ e no nº 1 do art.º 3.º, do DL nº 321/95, de 28 de Novembro, que estipula que “são

⁴⁹ A Suíça e os EUA são os dois únicos países na lista dos maiores investidores estrangeiros, fora da UE.

⁵⁰ Nos termos do qual “(...) operações de investimento estrangeiro são os actos que têm por objecto (...), quanto a uma empresa constituída ou a constituir em Portugal, a criação de laços económicos estáveis e duradouros, de que resulte (...) a obtenção ou o reforço de efectivo poder de decisão(...)”.

operações de investimento estrangeiro os actos e contratos realizados por pessoas singulares ou colectivas não residentes que tenham por objecto ou efeito a criação, manutenção ou reforço de laços económicos estáveis duradouros relativamente a uma empresa constituída ou a constituir em Portugal”.

Efectivamente, o IDE pode constituir contornos ou modalidades distintas. A Instrução 34/2009 do Banco de Portugal⁵¹ define algumas delas:

- Aquisição/alienação de acções das empresas investidoras não residentes (participações cruzadas)⁵²;
- Constituição de novas empresas / abertura de sucursais/ dissolução;
- Aquisição/Alienação total ou parcial de empresas residentes já constituídas;
- Aumentos (reduções) de capital;
- Lucros reinvestidos;
- Prestações suplementares de capital;
- Empréstimos concedidos pelos investidores directos não residentes;
- Empréstimos concedidos às empresas residentes (empréstimos reversos)⁵³;
- Outras operações⁵⁴.

No que concerne às duas últimas modalidades, quando representem uma participação superior a 10 %, por parte da empresa residente, no capital da empresa investidora estrangeira, equivalem a investimento directo de Portugal no exterior.

⁵¹ Foi com base neste documento que se definiram as modalidades de IDE constantes do questionário enviado às empresas no âmbito da análise empírica. Para detalhe das operações com o exterior, foi consultado o manual de procedimentos da Instrução 34/2009 do Banco de Portugal, onde a tipologia de IDE é numerada e caracterizada (classe 7 de operações). Aquando do envio do questionário aos inquiridos, vigorava o documento revogado por aquela instrução (Instrução 1/96- Anexo VI), cujo conteúdo, em matéria de tipologia de IDE, não foi alterado.

⁵² Participações cruzadas são acções que cada uma de duas empresas detém no capital da outra. A aquisição/alienação de acções das empresas investidoras não residentes traduz um conjunto de operações efectuadas por empresas residentes receptoras de IDE e cuja missão é, no que concerne à empresa investidora não residente, a obtenção (extinção) de uma participação directa cruzada inferior a 10% do capital. Sempre que essa participação no capital da empresa investidora não residente seja igual ou superior a 10 %, a operação deverá ser classificada na rubrica apropriada de IDE de Portugal no exterior.

⁵³ Empréstimos e outros créditos (tais como suprimentos, créditos comerciais, subscrição de obrigações, garantia de empréstimos, operações de leasing financeiro, acordos de recompra e empréstimos de títulos) concedidos pela empresa residente à sua investidora não residente e, respectivos reembolsos.

⁵⁴ Outras operações de investimento directo efectuadas pela empresa não residente/residente e cujo âmbito não esteja compreendido nas rubricas anteriores, como a constituição de consórcios, a cobertura de prejuízos ou a realização de operações sobre derivados financeiros entre empresas de investimento directo.

2.5. As Empresas Multinacionais e suas Estratégias

2.5.1. Definição de Empresa Multinacional - Modelos Tradicionais

O IDE é indiscutivelmente um vector estratégico das EMN. A vertente estratégica do IDE decorre da missão destes agentes económicos.

A OCDE, WIR de 2002, define as empresas transnacionais (TNC)⁵⁵ como entidades que incluem as empresas mãe e suas filiais estrangeiras. Pode definir-se empresa mãe como sendo a organização que controla os activos de outras empresas em países diferentes do seu próprio país, normalmente, através da sua participação no capital social. O exercício do controlo sobre os activos das outras empresas, exige uma participação mínima de 10 % no capital social⁵⁶, em acções ordinárias ou poder de voto numa empresa receptora de IDE.

Conceptualmente, uma filial estrangeira é uma empresa na qual um investidor residente noutra economia possui uma participação que permite manter um interesse duradouro na gestão dessa empresa.

Para Santos (1997), historicamente, duas crenças têm acompanhado o aparecimento, desenvolvimento e a gestão das EMN. Por um lado, a força competitiva internacional que resulta da liderança do país de origem da empresa e, por outro, o processo ordenado, sequencial e frequentemente lento, pelo qual as empresas se tornam multinacionais e exploram as oportunidades de um mercado global.

A primeira convicção desenvolve-se, segundo este autor, na interacção de núcleos nacionais de recursos, capacidades e tecnologias que, operando com oportunidade em certos mercados, surgem com mais eficácia nos respectivos países de origem. Contudo, esta crença tradicional, está actualmente desvirtuada na medida em que as empresas e indústrias de saber-intensivos, acreditam na dispersão mundial das capacidades e saberes estratégicos, estando, muitas vezes, o *Know-how*, afastado do seu país de origem.

A segunda convicção assenta na evolução do ciclo de vida do produto como guia de todo o processo de expansão multinacional. Desta forma, "o processo de internacionalização das

⁵⁵ Expressão utilizada pelos autores da UNCTAD.

⁵⁶ De acordo com a Instrução 34/2009 do Banco de Portugal. Neste documento, a indicação da participação mínima de 10 %, não exclui a possibilidade de existência de relações de IDE em casos em que a participação no capital da empresa de IDE seja inferior a 10%.

empresas é descrito como um desenvolvimento sequencial e incremental de mercados: as empresas primeiro movem-se para os mercados externos que mais se parecem com o seu, e só migram para novos mercados quando estes se desenvolvem, lentamente” (Santos, 1997:1). Contudo, actualmente os mercados desenvolvem-se rapidamente e em simultâneo em diversos países, sendo até comum, a liderança internacional de alguns desses mercados em países paradoxais, longe dos respectivos sistemas de inovação tecnológica.

Efectivamente, a introdução de uma nova tecnologia num determinado mercado poderá traduzir um processo demasiado oneroso e arriscado para as empresas domésticas, uma vez que implica elevados custos de informação sobre a nova tecnologia, arrastando consigo alguma incerteza relativamente ao sucesso da sua aplicação no mercado local. Para Barrios e Strobl (2002), a relevância deste efeito é acrescida quando os bens produzidos pelas EMN são substitutos próximos daqueles que a empresa doméstica produz.

O modelo tradicional do ciclo de vida do produto apresentado por Vernon (1966), na sua versão inicial, é o resultado de uma análise da experiência de EMN norte-americanas do período do pós II Guerra Mundial. Este modelo mostra que a liderança tecnológica dos EUA⁵⁷ constitui o alicerce de estimulação das suas exportações e da formação e desenvolvimento das EMN. A teoria da internacionalização baseada no ciclo de vida do produto, descreve e explica a expansão internacional da empresa que adquire, entretanto, o estatuto de multinacional. Vernon (1966) defendeu que o produto desloca-se para países com inferiores níveis de rendimento à medida que evolui ao longo do seu ciclo de vida. Segunda esta tese, nas primeiras fases de introdução e desenvolvimento, a produção mantém-se no país de origem, e a empresa desenvolve actividades comerciais em mercados externos semelhantes ao seu. Após este período, com a uniformização e a maturidade do produto, os custos adquirem maior relevância; a empresa transfere a sua produção para países de destino com custos substancialmente inferiores.

Os fluxos de IDE seguem um processo idêntico, ou seja, deslocam-se para os países desenvolvidos para criarem produtos inovadores e emergem dos países desenvolvidos para

⁵⁷ Os EUA são um país com algumas particularidades. O rendimento médio dos consumidores norte-americanos, por exemplo, é superior a qualquer outro país; por conseguinte, o lançamento de qualquer novo produto para consumidores de elevado poder de compra, deveria ser realizado, numa fase inicial, no mercado dos EUA. Por outro lado, o elevado custo da mão-de-obra e o factor capital mais abundante, quando comparado com outros países, condiciona a procura de produtos de consumo de bens industriais.

o resto do mundo à medida que os produtos passam de inovadores para a produção em massa.

Neste contexto, (Santos, 1997) defende que com a forte pressão dos custos, principalmente no que respeita à mão-de-obra intensiva, a produção é transferida para países economicamente menos desenvolvidos, onde o produto praticamente não é consumido, destinando-se quase exclusivamente à exportação. A transferência de *Know-How* (nomeadamente ao nível do conhecimento de projectos e engenharia) para alguns países de destino, é a realidade seguinte, efectivando, desta forma, as reais adaptações do produto aos vários mercados nacionais. Nesta linha de actuação a EMN criará, numa fase final, laboratórios de I&D em alguns países de destino mais evoluídos. De acordo com um estudo de Couto e Vieira (2002), a importância das actividades de I&D para a determinação das estratégias das EMN tem sido realçado como um elemento chave.

Ainda num quadro tradicional de descrição e explicação da expansão internacional da empresa com o estatuto de multinacional, um outro modelo descreve o fenómeno sob um prisma de auto-desenvolvimento: numa primeira fase a empresa começa por exportar os seus produtos para países culturalmente próximos e, após a abertura de pontos de comercialização no estrangeiro, desenvolve e promove alguns acordos com parceiros externos nos países destes (Johanson e Vahlne, 1977). À posterior a empresa acaba por produzir nestes países de destino. O processo de aprendizagem pela EMN é, desta forma, dinamizado, nomeadamente no que concerne à gestão de operações no exterior e à prestação de serviços em mercados externos.

Uma outra perspectiva explica como é que uma EMN ganha com um conjunto de vantagens competitivas no seu país de origem. O modelo mais comum é o conhecido “diamante” nacional (Porter, 1990). É no seu país de origem que a empresa encontra os mercados mais importantes, os elementos críticos de produção (como é o caso dos recursos humanos, tecnologia, capital), os fornecedores e os concorrentes mais sofisticados, os clientes mais exigentes. É deste conjunto de factores locais que resulta o desenvolvimento das já referidas vantagens competitivas, nomeadamente a inovação tecnológica, e que a empresa irá explorar internacionalmente. Efectivamente, este modelo descreve e explica a

razão de ser e o percurso das EMN, assentando esta tese num certo determinismo geográfico, económico e político.⁵⁸

Ainda numa perspectiva convencional, a organização da EMN vai passando por diferentes estruturas conforme o nível de mundialização e a variedade dos seus produtos, atingindo o estatuto pleno de multinacional ao fim de algumas décadas de internacionalização. A existência deste tipo de empresas, enquanto estruturas organizativas, justifica-se pelas vantagens de internalização de determinadas operações entre países (Dunning, 1981), tese que decorre do oportunismo e economia dos custos de transacção enquanto elementos da teoria da empresa.

Em suma, a internacionalização é compreendida como um processo sequencial em que algumas EMN exibem padrões de comportamento complexos: a empresa transnacional cuja principal missão é aliar simultaneamente a eficácia e a sensibilidade – processo popularizado pela expressão “*pensar globalmente, agir localmente*”, procurando de forma selectiva e multidimensional a integração global e a resposta local (Santos, 1997:4).

2.5.2. Estratégias das Empresas Multinacionais

A procura de explicação da actividade das EMN deverá ser inserida num conjunto de várias estratégias relacionadas do ponto de vista contextual (Dunning, 2001a).

É nos anos 1980s que surge um novo tipo de estratégia adoptada pelas EMN, baseada na mundialização de activos intangíveis, a juntar a três tipos diferentes que já se identificavam e distinguiam em meados dos anos 1970s (Quadro 4).

Para Reis (2005) uma das estratégias adoptada até meados dos anos 1970s era típica das EMN do sector primário. Estas estratégias designavam-se de aprovisionamento e incitavam à integração vertical a montante dos recursos agrícolas, mineiros ou energéticos situados nos antigos territórios coloniais (mais tarde denominados de países do terceiro mundo, ricos em recursos naturais)

Porter (1986), identificou uma segunda linha de estratégias com a abordagem “multidoméstica”. Tratava-se de estratégias de mercado englobando o estabelecimento de

⁵⁸ Grandeza do país, grandeza da empresa.

“filiais relais⁵⁹”. Este autor sublinhou o carácter dinâmico desta linha de actuação com uma progressão para tipos sucessivamente mais elaborados, que uma empresa pode desenvolver a partir do momento que enfrenta os mecanismos da concorrência à escala mundial. Efectivamente, o percurso da maior parte das grandes EMN é disso bom exemplo: *“as estratégias multidomésticas, características do estabelecimento das empresas norte-americanas na Europa nos anos do pós-guerra, evoluíram no sentido de uma maior integração, propiciada pelo grande desenvolvimento das telecomunicações e dos transportes e estimulada pelos benefícios inerentes à exploração à escala global dos recursos e dos mercados”* (Feio, 1998:40)

Um terceiro tipo de estratégias, segundo Chesnais (1997), seria caracterizado por um cenário de produção racionalizada, ou seja, de produção integrada em ambiente mundial através da constituição de “filiais – fábrica”. Este tipo de estratégia tem como principais factores determinantes a diminuição de custos de produção em economias baseadas em grande especialização (países com mão-de-obra barata e abundante).

Em meados dos anos 1980s, emerge uma quarta estratégia a que Michalet (1985) designou por técnico -financeira. Esta era caracterizada por uma via de internacionalização alicerçada em activos intangíveis da empresa, sobre o seu capital humano. Este autor precisou ainda que esta estratégia inaugura a transferência gradual das actividades no estrangeiro das empresas de produção directa de material para o fornecimento de serviços.

Para Santos (1997:5), *“os recursos estratégicos têm cada vez mais outra natureza, são recursos imateriais baseados no saber das empresas, em geral raros, difíceis de imitar ou de substituir”*. Efectivamente, a competitividade da empresa é sustentada pela definição de um *Know-how*, por competências e conhecimentos tácitos e dependentes de contexto, de formas complexas de saber, de gerir e de investigação e desenvolvimento (I&D).⁶⁰

⁵⁹ Porter (1986) com esta expressão refere-se à dinâmica das EMN, à reconstrução dos fluxos de entrada e saída, a um presente dinâmico e, essencialmente, a um conceito de filiais que exploram o que de positivo existe no país receptor de IDE (por exemplo a transferência de conhecimento) e em todo o meio envolvente.

⁶⁰ Estes recursos estratégicos podem estar, por vezes, tão entranhados nos contextos locais, que se tornam, na prática, imóveis. Por exemplo, uma empresa farmacêutica japonesa tinha já um laboratório de I&D no Reino Unido muito antes de produzir e comercializar os seus produtos em toda a Europa (perfeita contradição com os modelos convencionais de internacionalização).

Quadro 4. Tipologia de Estratégias Competitivas das EMN

Tipologia da Estratégia	Factores Determinantes	Características do Processo Produtivo	Principais Destinos do IDE
1. Estratégias de aprovisionamento	<ul style="list-style-type: none"> – Diminuição de riscos – Garantia de aprovisionamento de matérias-primas – Possibilidade de transformação primária de matérias-primas 	<ul style="list-style-type: none"> – Típicas do sector primário – Integração vertical (a montante da produção principal) 	<ul style="list-style-type: none"> – Países em vias de desenvolvimento, ricos em recursos naturais (minerais, energéticos, agrícolas)
2. Estratégias de mercado	<ul style="list-style-type: none"> – Abordagem “multidoméstica” – Conceito de filiais dinâmicas – Transferência de conhecimento – Proximidade do consumo – Resposta a políticas proteccionistas 	<ul style="list-style-type: none"> – Integração horizontal 	<ul style="list-style-type: none"> – Grandes mercados consumidores – Países com políticas industriais de substituição de importações
3. Estratégias puras de produção ou de racionalização	<ul style="list-style-type: none"> – Economias de escala baseadas em grande especialização – Diminuição de custos de produção 	<ul style="list-style-type: none"> – Segmentação do processo produtivo – Integração vertical das várias fases 	<ul style="list-style-type: none"> – Países com mão-de-obra abundante e barata
4. Estratégias técnico - financeiras	<ul style="list-style-type: none"> – Internacionalização baseada em activos intangíveis – Início da transferência de actividades de fornecimento de serviços no estrangeiro – Exploração das diferenças relativas às políticas fiscais e monetárias – Exploração das vantagens decorrentes da diversidade de recursos à escala mundial 	<ul style="list-style-type: none"> – Segmentação do processo produtivo – Integração complexa das várias fases – Forte coordenação global 	<ul style="list-style-type: none"> – Diversos em função das suas respectivas vantagens comparativas

Fonte: Elaboração própria a partir de Chesnais (1997), Feio (1998), Michalet (1985) e Porter (1986)

De referir que a instituição de formas combinadas de cooperação e de concorrência entre os grupos⁶¹ decorre de um certo carácter oligopolista da concorrência motivado pela concentração do capital no plano mundial.

⁶¹ Grupo, para Chesnais (1997:94), “é um conjunto formado por uma sociedade mãe (chamada geralmente *holding do grupo*) e as sociedades filiais colocadas sob o seu controlo. A sociedade mãe é, por isso, e antes de mais, um centro de decisão financeira. E as sociedades colocadas sob o seu controlo não são, a maior parte do tempo, senão sociedades “*exploitantes*”(…)”- Sociedades *exploitantes*, são, para este autor, unidades de exploração.

Para Chesnais (1997) as estratégias dos grupos de empresas no processo de mundialização, com base na dualidade cooperação - concorrência, têm três diferentes níveis de vantagens (Quadro 5).

Quadro 5. Vantagens das Estratégias das EMN | Dualidade Cooperação - Concorrência

Estratégias com base na dualidade cooperação - concorrência	1º Nível de vantagens	Envolvente institucional que caracteriza a competição interna
		Carácter oligopolista da concorrência motivado pela concentração de capital
		Fortalecimento da posição do país de origem do investimento
	2º Nível de vantagens	Acesso a recursos estratégicos (ex. matérias-primas) e inputs científicos e tecnológicos
		Organização do aprovisionamento a nível mundial
		Importante estratégia tecnológica
	3º Nível de vantagens	Actuam em grandes comunidades ou mercados únicos
		Aproveitamento da homogeneidade e dimensão destas empresas (ou grupos) e das diferenças entre países

Fonte: Elaboração própria a partir de Chesnais (1997)

As vantagens próprias do país de origem, caracterizam um primeiro nível para este autor, e representam as vantagens que resultam da posição do país face aos seus recursos de produção, como é o caso da mão-de-obra especializada ou das infra-estruturas e da tecnologia; da dimensão da procura interna e seu impacto nos custos à escala mundial, em termos de competitividade; da existência e uma envolvente institucional que caracteriza a competição interna.

O segundo nível refere-se ao acesso e aquisição dos inputs estratégicos, como sendo, actualmente, as matérias-primas com frequências situadas, como no passado, em regiões fora da zona da OCDE, ou seja, em países do Terceiro Mundo; dos inputs científicos e tecnológicos, estes localizados em países da OCDE. O acesso a estes recursos implica que toda a grande empresa organize o aprovisionamento ao nível mundial. A estreita relação entre a ciência e a actividade económica faz da identificação e aquisição dos inputs, uma importante componente da estratégia tecnológica destes grupos (Chesnais, 1997).

O aproveitamento do potencial de expansão das actividades de produção e de comercialização caracterizam um terceiro e último nível de vantagens. Actualmente, são os

grandes mercados únicos ou comunidades que caracterizam o quadro geopolítico da integração industrial. É nestes mercados que as EMN usufruem da homogeneidade e dimensão acrescidas bem como das diferenças entre os países de uma zona continental ou regional, nomeadamente ao nível da especialização da produção, dos custos salariais, dos regimes fiscais do capital e da legislação laboral.

Efectivamente, a manifestação destas grandes empresas, enquanto agentes que actuam em espaços principais de rivalidade, com relações directas nos mercados regionais/continentais, materializa-se através dos investimentos cruzados (aquisições e fusões), salvaguardando-se, desta forma, a capacidade de um grupo conservar a sua posição efectiva de concorrente ou rival.

Importa ainda salientar o facto de as estratégias das EMN não serem mutuamente exclusivas, isto é, uma mesma empresa pode seguir simultaneamente diferentes estratégias, em função da diversidade e da orientação geográfica das suas actividades. E, para entender a estratégia locativa da empresa investidora, não basta analisar apenas os sectores em que actua, a distribuição dos recursos de que necessita ou os mercados em que actua; é crucial, também, um olhar, à sua estratégia competitiva.

Capítulo 3 – Caracterização da Indústria Cerâmica Portuguesa

3.1. Conceito de Cerâmica

De acordo com Pereira (2005:205) “*a origem etimológica da palavra cerâmica tem origem na língua grega*”, sendo que, segundo Vasconcellos (1907:1), a palavra cerâmica tem a sua génese em “*Céramus que segundo a mitologia grega era filho de deus Baco e de Ariana, e era o protetor dos oleiros, havendo em Atenas um bairro denominado Cerâmica*”.

No entanto, segundo a Associação Portuguesa da Indústria Cerâmica (APICER), a palavra “cerâmica” deriva do termo grego “Keramike”, derivação “Keramos”, e que significa argila. Para esta associação de profissionais, a cerâmica destina-se “*à elaboração de toda a espécie de objectos, com barros de qualquer classe, decorados ou não, utilizando-se a propriedade que possui a argila de se moldar facilmente no estado de barro cru (húmido), adquirindo dureza à medida que avança a sua secagem ou por efeito da cozedura*”⁶²

A indústria cerâmica constitui um sector industrial com uma importante tradição no tecido empresarial da economia portuguesa, caracterizado por um forte grau de concentração regional, um elevado nível de especialização e uma participação crescente nos mercados internacionais, que, segundo Feio (1998), representa um dos sectores industriais determinantes para a competitividade internacional da economia portuguesa⁶³.

Para a APICER, cerâmica é um termo usado para denominar todos os objectos produzidos com argila e queimados no forno, sendo o processo de queima que transforma o barro em cerâmica. Daqui podemos depreender que a cerâmica pode-se definir como material inorgânico obtido a partir de matérias-primas naturais (como a argila ou o barro) e sintéticas, geralmente após procedimentos térmicos com temperaturas elevadas.

Correia (2000:52) define materiais cerâmicos como sendo “*materiais inorgânicos constituídos por elementos metálicos e não metálicos ligados quimicamente entre si. A maioria destes materiais possui uma dureza elevada e grande resistência mecânica,*

⁶² www.apicer.pt

⁶³ É importante salientar que a cerâmica, juntamente com o vidro e outros materiais de construção (incluindo o cimento e as rochas ornamentais), integra o sector mais vasto de minerais não metálicos (www.gee.min-economia.pt).

mesmo a alta temperatura, porém têm tendência a ser frágeis. São normalmente isoladores eléctricos e resistentes ao calor”.

É comum distinguir duas categorias de cerâmicos: os tradicionais e os avançados (ou tecnológicos). A primeira categoria inclui os silicatos (faiança, porcelana, vidro e cimento), com os quais são produzidos azulejos, mosaicos, louças sanitárias e de mesa, etc.

A segunda categoria inclui cerâmicos tecnológicos que são obtidos a partir de materiais com elevada pureza e são, habitualmente, usados em aplicações estruturais⁶⁴, na indústria aeronáutica, aeroespacial e nuclear (grafite), na fabricação de magnetos para calculadoras e cabeças de gravadores (ferrites) e, ainda, na indústria electrónica, etc⁶⁵. De acordo com um estudo de Oliveira (2001), tem-se verificado um notável progresso tecnológico nesta categoria de cerâmicos⁶⁶. O objecto deste trabalho, não contempla a análise de cerâmicos avançados somente se debruça sobre actividades relacionadas com cerâmicos tradicionais.

Pode-se, então, concluir que, a cerâmica é caracterizada por uma forte variabilidade de propriedades, nomeadamente ao nível das características físico-químicas e da aplicabilidade dos materiais envolvidos, tornando a indústria cerâmica um fornecedor nuclear a outros sectores da indústria e do comércio.

3.2. Evolução Histórica e Económica

A Cerâmica tem uma importante tradição artesanal cujas origens remontam ao período de ocupação romana⁶⁷ e da dominação árabe⁶⁸.

Segundo a APICER⁶⁹, considerou-se durante muito tempo que foi no período Neolítico, fase do desenvolvimento técnico das sociedades humanas, que a cerâmica foi inventada. Este período, foi essencialmente caracterizado pela criação e desenvolvimento de novas

⁶⁴ Por exemplo os óxidos, carbonetos, nitretos, silicetos, boretos e fluoretos.

⁶⁵ Alguns exemplos de aplicação destes materiais são as próteses biocerâmicas, os substratos para microelectrónica, supercondutores para comboios de levitação, revestimento de veículos espaciais e componentes para motores (www.dcm.fct.unl.pt).

⁶⁶ Em 1996, havia em Portugal apenas 6 empresas de cerâmicos avançados (para aplicações eléctricas), que empregavam 372 trabalhadores. No total, o sector da cerâmica possuía 821 empresas e empregava 31 000 trabalhadores, tendo registado um saldo bastante positivo nas trocas comerciais com o exterior. É interessante sublinhar que, nesta área, há actividades de I&D na maioria das nossas universidades, além de um instituto politécnico, um centro tecnológico, dois centros de formação profissional e uma escola tecnológica artística e profissional.

⁶⁷ No caso da olaria.

⁶⁸ No caso das faianças e da azulejaria.

⁶⁹ www.apicer.pt

técnicas e por um outro factor de primordial importância: a constituição de novas relações entre o homem e o meio, decorrentes da descoberta de formas de controlar e desenvolver os recursos para a sua sedentarização. No entanto e, apesar de se ter considerado por longos anos que a cerâmica era característica daquele período, o reconhecimento de um neolítico pré-cerâmico no Próximo Oriente e as descobertas de objectos cerâmicos (essencialmente vasos) em grupos nómadas datados de cerca de 6000 AC no Japão, obrigam, ideológica e cronologicamente, a considerar a existência de dois períodos distintos: a pré-cerâmica entre o fim do VIII milénio AC e o princípio do VI e a cerâmica a seguir a esta data e que se prolongou até à idade do Bronze.

Segundo esta Associação, efectivamente, o fabrico dos primeiros objectos cerâmicos ocorreu no Próximo Oriente⁷⁰, motivado pelas necessidades de sedentarização do Homem⁷¹, de armazenagem dos alimentos provenientes da agricultura, de habitações para abrigar uma população crescente, de símbolos que satisfizessem as necessidades espirituais e de fornos que transformassem a farinha do trigo em pão, induzindo à produção de vasos, tijolos, estatuetas e elementos decorativos em argila.

A indústria cerâmica portuguesa caracteriza-se, de facto, por fortes traços históricos que lhe conferem características próprias, assim como influências ibéricas, árabes, mediterrâneas, orientais e europeias fazendo de Portugal um país de tradições cerâmicas, tanto de produção como de consumo (Correia, 2000).

A existência de uma cerâmica ibérica típica, foi detectada e mais tarde influenciada pela chegada dos romanos. A influência dos romanos neste tipo de cerâmica e a importância destes e, mais tarde, dos árabes, foi crucial para o futuro desenvolvimento da olaria e da azulejaria portuguesa (Feio, 1998). Na Idade Média regista-se a existência de vários tipos regionais de cerâmica, alguns dos quais perduram até ao presente. Nesta época, os portugueses, pelas viagens ao Oriente, introduziram na indústria portuguesa, e posteriormente na Europa, objectos de porcelana, originários da China, Japão e Índia.

⁷⁰ No Sudoeste da Ásia (Irão, Palestina e Sul da Turquia) davam-se espontaneamente o trigo e a cevada, bem como existia, no estado selvagem, o gado bovino e caprino que permitiram a revolução: passagem a uma economia de produção.

⁷¹ Estas necessidades de sedentarização, estavam essencialmente relacionadas com o desenvolvimento das actividades agrícolas e com a introdução de elementos cozinhados na dieta humana, constituindo a cerâmica uma das primeiras actividades económicas do homem.

O grande desenvolvimento da cerâmica dá-se nos últimos séculos XVII e XVIII⁷², especialmente neste último, devido à existência de ceramistas de vulto como Manuel Costa Brioso (pintor e ceramista conimbricense) e Domingos Vandelli (médico e botânico italiano) e à fundação da Fábrica do Rato⁷³, que esteve na base do aparecimento de outras fábricas importantes por todo o território. Estes acontecimentos fomentaram a criação de fábricas cerâmicas em Portugal, que, segundo Feio (1998:112) “(...) são conhecidos registos das primeiras fábricas que se desenvolveram a partir da segunda metade do século XVIII”⁷⁴. Caetano (1985) defende que as fábricas distinguem-se da fabricação caseira e artesanal não tanto pelos métodos de produção, mas antes pela estrutura e pelo surgimento do operário.

O século XIX, é marcado em Portugal pelo aparecimento da porcelana (Fábrica de Vista Alegre)⁷⁵ e da faiança fina (Fábrica de Sacavém)⁷⁶ em parte como resposta à invasão do nosso mercado por produtos ingleses, melhores e mais baratos, porque fabricados pelo novos processos saídos da Revolução Industrial (Pereira, 2005). Novas e importantes fábricas continuaram a surgir neste século, como é o caso da Fábrica da Viúva Lamego (fundada em 1849 em Lisboa), em 1884, a Cerâmica Bordalo Pinheiro (Caldas da Rainha), em 1885 a Fábrica de Alcântara (Lisboa), em 1889, a Fábrica do Desterro (Lisboa), entre outras. O aumento do número de fábricas verificado nos fins do século XIX e primeiras décadas do século XX e o seu decréscimo nas décadas seguintes, como consequência da concentração industrial que era apanágio da "grande indústria" nascente, representou um

⁷² Este desenvolvimento foi também motivado pelas políticas de fomento industrial do Marquês de Pombal.

⁷³ A Fábrica do Rato foi criada pelo Marquês de Pombal em 1767 (modelo fundador de toda a cerâmica nacional). O “azulejo do rato” era um produto solicitado e de consumo da nova aristocracia criada por Pombal. Segundo a APICER, a classificação de faianças tem sido um dos grandes desafios para os peritos e colecionadores nos últimos anos, havendo, em certas categorias de faianças, classificações diferentes: “*Foram criados alguns mitos: até agora atribuíam-se unicamente à Fábrica do Rato as peças marcadas, que equivale apenas a um período de 15 anos de produção (o período de Tomás Bruneto e Sebastião de Almeida (filho do pintor Valentim de Almeida)). No entanto, esta fábrica durou cerca de 70 anos, havendo muitas outras peças desta produção, mas sem marca do fabricante*” (www.apicer.pt).

⁷⁴ Segundo Feio (1998), Borges de Macedo em “*A situação económica no tempo de Pombal*”, Gradiva, 1989, publica a “lista das fábricas de 1777” criadas ou reformadas no período pombalino, na qual se inserem algumas fábricas de louças.

⁷⁵ Apesar de várias tentativas para a descoberta do caulino, essencial à produção da porcelana, só em 1834 um aprendiz de oleiro da Fábrica de Porcelanas da Vista Alegre, utilizando o caulino proveniente de Vale Rico (concelho de Santa Maria da Feira), produz a primeira porcelana dura portuguesa, permitindo assim, que a Vista Alegre, competisse, anos mais tarde, em qualidade com fábricas estrangeiras (Gomes, 1993). A Fábrica da Vista Alegre foi fundada em 1824.

⁷⁶ Fundada em 1850.

processo a que “*a cerâmica não ficou alheia*”, (Pereira, 2005: 209 baseada em Diogo, 2000).

O desenvolvimento da indústria cerâmica portuguesa, no século XX, divide-se em duas fases importantes: a primeira até Abril de 1974 e a segunda após 1983 com a chegada de fundos comunitários resultantes da pré-adesão à então Comunidade Económica Europeia (CEE) (Pereira, 2005). A primeira etapa de desenvolvimento caracterizou-se, segundo esta autora, pelo aparecimento de um conjunto de médias e grandes empresas organizadas em comunidades praticamente independentes, desde a revolução industrial (ocorrida no século XIX), detentoras de todo um processo produtivo, desde a exploração de matérias-primas até à colocação no mercado. Funcionavam, estas empresas, como pólos escolares e centros de futuros empreendedores do sector. Coexistiam pequenas organizações artesanais, muitas vezes nucleares para o aparecimento e crescimento de produtos cerâmicos de base regional, alguns dos quais vieram a originar algumas das actuais empresas de sucesso.

Para Feio (1996:2), os anos 1980s “*são marcados por uma trajectória irregular, mas grosso modo acompanham as tendências gerais da economia nacional: a primeira metade são bem visíveis ainda os sintomas de crise, enquanto a segunda reflecte já a expansão geral verificada*” (Quadro 6).

Com a adesão de Portugal à CEE em 1986, e pelas consequências que esta trouxe, ao nível do crescimento da modernização industrial e da eliminação de desvantagens competitivas, a segunda fase caracterizou-se essencialmente por fortes aumentos de produtividade e da qualidade dos produtos e dos sistemas. Segundo Correia (2000:59), esta nova fase possibilitou que a cerâmica crescesse acima da maioria dos sectores industriais “*alcançando uma posição de destaque no quadro europeu dos fabricantes de materiais cerâmicos, no final do século XX*”.

Quadro 6. Evolução do Sector da Cerâmica Fina na Década de 80

Anos	Emprego	VAB ⁷⁷ (preços constantes de 1980)	Índice de produção industrial INE 1981=100
1981	12875	4638	100
1982	13570	4634	116
1983	13792	4365	126
1984	13959	4528	127
1985	13895	4210	127
1986	14428	4575	141
1987	14993	5602	157
1988	15325	5667	174
1989	14642	5383	179

Fonte: Feio (1996)⁷⁸

3.3. Caracterização Actual do Sector Cerâmico em Portugal

Segundo Nunes e Godinho (2001:3) “A indústria da cerâmica engloba uma grande diversidade de produtos, fabricados a partir de argila, com um grau de aceitação no mercado internacional bem diferenciado, dados os diferentes mercados a que se destinam”.

Por seu lado Correia (2000) conclui que a fileira cerâmica engloba várias centenas de empresas e outras organizações estruturantes que, em conjunto, contribuem para o dinamismo do sector cerâmico na economia portuguesa. Para este autor, apesar da forte preponderância deste tipo de indústria, os vários subsectores que compõem o sector não compartilham de igual forma o optimismo do sector cerâmico, marcados por uma heterogeneidade empresarial, um reduzido número de empresas tem uma situação estável e uma boa imagem no mercado, em contraposição a um número de empresas que sobrevivem com dificuldades.

O sector, efectivamente, caracteriza-se, nos dias de hoje, por uma grande heterogeneidade e complexidade em termos empresariais. É composto por um conjunto de subsectores com diferenças consideráveis entre eles e com diferentes contributos para o desempenho global

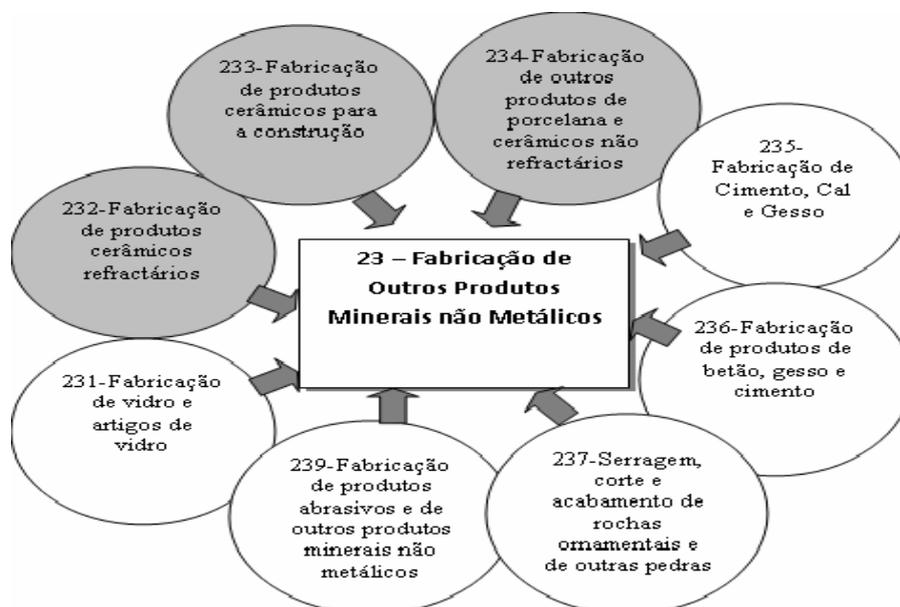
⁷⁷ Valor acrescentado bruto (VAB).

⁷⁸ Dados das estatísticas industriais (INE).

do sector, no entanto, é um sector tradicional da economia com grande importância no panorama industrial português, particularmente pela contribuição positiva para o saldo da Balança Comercial.

De acordo com a Classificação Portuguesa de Actividades Económicas (CAE), actual Revisão 3 (Rev. 3)⁷⁹, o sector da cerâmica pertence à Secção C- Indústria Transformadora, Divisão 23- Fabricação de Outros Produtos Minerais não Metálicos (subsecção DI da Indústria Transformadora, divisão 26 da CAE rev. 2.1)⁸⁰. Esta classificação corresponde aos grupos 232- fabricação de produtos cerâmicos refractários, 233- fabricação de produtos cerâmicos para a construção, como sendo a produção de azulejos, ladrilhos, mosaicos e placas cerâmicas e 234 - fabricação de outros produtos de porcelana e cerâmicos não refractários, como por exemplo artigos em fiança, porcelana e grés fino, sanitários, produtos cerâmicos para usos térmicos (são exemplo destes últimos produtos cerâmicos para laboratórios e para usos químicos ou industriais).

Figura 1: Organização do Sector de Actividade Económica de Fabricação de Outros Produtos Minerais não Metálicos (CAE- Rev. 3)



Fonte: Elaboração própria a partir da tabela de classificações da CAE disponível no INE (www.ine.pt)

⁷⁹ A Classificação Portuguesa de Actividades Económicas, Revisão 3 (CAE-Rev.3), aprovada pelo Decreto-Lei nº 381/2007, de 14 de Novembro, substituiu a CAE-Rev.2.1 a partir de 1 de Janeiro de 2008 (www.ine.pt).

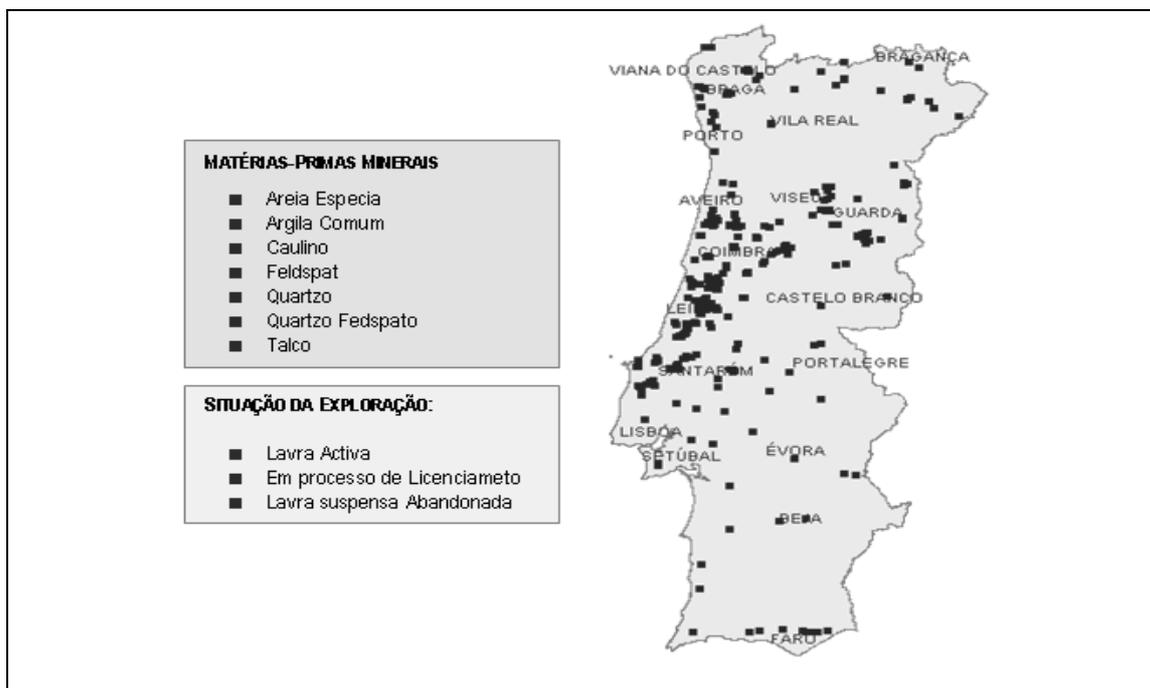
⁸⁰ www.gep.mtss.gov.pt

A indústria cerâmica portuguesa abrange, por conseguinte, cinco subsectores: cerâmica estrutural, pavimentos e revestimentos, louça sanitária, cerâmica utilitária e decorativa, refractários e cerâmica técnica.

No que respeita à implantação da actividade cerâmica, nomeadamente à localização de empresas e emprego, o tecido empresarial encontra-se distribuído por todo o país, identificando-se uma maior concentração nas regiões Norte, Lisboa, e Vale do Tejo e Centro, com forte tradição e destaque nos distritos de Aveiro e Leiria.

É, efectivamente, ao longo da faixa litoral do país a norte do Tejo, que a cerâmica conhece um maior desenvolvimento. Aí se desenvolvem os principais núcleos de especialização produtiva, nomeadamente no ramo do “barro branco”, consequência da acumulação de saberes e de capacidades industriais, em aparente sintonia com a localização das principais fontes de matérias-primas.

Figura 2: Matérias-Primas Minerais utilizadas na Indústria Cerâmica



Fonte: Sistema de Informação de Matérias-Primas Minerais com Utilização na Indústria Cerâmica (CERAM), 1999. Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Inovação (INETI)⁸¹

⁸¹ www.e-geo.ineti.pt

Não obstante a importância da grande concentração de materiais minerais na região Litoral Centro de Portugal (Figura 2), o critério de delimitação, com base na matéria-prima utilizada, não se apresenta como elemento diferenciador significativo, pois, actualmente, é possível produzir produtos cerâmicos com barro branco, barro vermelho ou grés, indiscriminadamente.

Tendo em conta os dados disponíveis num relatório de 2007 ⁸² da APICER intitulado “A Indústria Portuguesa de Cerâmica” e informação recolhida junto do INE⁸³, o sector era representado por 703⁸⁴ empresas que representava cerca de 23,4 % das empresas do sector de minerais não metálicos e 1,6% das empresas da indústria transformadora nacional (Quadro 7). O sector empregou nesse ano cerca de 22.994 pessoas, correspondendo a 39% do total de trabalhadores do sector de minerais não metálicos e a 3 % do total dos trabalhadores da indústria transformadora nacional. Pereira (2005:222) de acordo com os dados disponíveis da época, refere que o “*sector englobava 930 empresas*” e empregava “*33.000 pessoas*”. Comparando estes dados com o ano 2007, observa-se, naquele sector, um decréscimo de cerca de 24,4 % no número de empresas e de 30 % no número de trabalhadores.

Contribui, ainda em 2007, em cerca de 16,5 % para o VAB total do sector de minerais não metálicos e 1,5 % para o VAB total da indústria transformadora. O volume de negócios ascendeu a 1.235 milhões de euros (Quadro 8), dos quais 632,5 milhões corresponderam a exportações (cerca de 51 % do volume de negócios). O volume de negócios do sector cerâmico correspondeu, em 2007, a cerca de 23 % das empresas do sector de minerais não metálicos e 1,5 % das empresas da indústria transformadora nacional. De acordo com o relatório da APICER acima referido, o sector contribui favoravelmente para a Balança Comercial, com um saldo de comércio internacional positivo, que em 2008 atingiu os 401 milhões de euros.

Tendo em conta que a fabricação de outros produtos minerais não metálicos compreende diversas actividades, a indústria cerâmica assume um peso significativo no total das actividades do grupo, nomeadamente no que concerne ao número de empresas, volume de negócios e ao número de pessoas ao serviço.

⁸² Dados obtidos pela APICER a partir do serviço de infra-estrutura informacional do INE.

⁸³ Dados estatísticos e respectivas bases de dados dos principais indicadores económico-financeiros das empresas - (www.ine.pt).

⁸⁴ Não estão neste número incluídos os empresários em nome individual.

O antigo código “262” da CAE – Rev.2.1, abrangia a fabricação de louça sanitária, cerâmica utilitária, decorativa, refractários, cerâmica técnica e outros, correspondendo, actualmente, à CAE- Rev.3- códigos “234” e “232” em vigor, apenas, desde 1 de Janeiro de 2008 (Decreto-Lei nº 381/2007). Sucessivamente o código “263” da CAE-Rev.2.1 corresponde ao actual código “233” da CAE – Rev.3 e o código “264” da CAE- Rev.2.1, por seu turno corresponde ao actual código “233” da CAE – Rev.3 (Anexo 2).

Quadro 7. Evolução do Número de Empresas e nº de Pessoas ao Serviço nos Subsectores da Indústria Cerâmica no Período 2001-2007 (Dados Físicos)

CAE	CAE-Rev.2.1	CAE-Rev.2.1	CAE-Rev.2.1		CAE-Rev.2.1	CAE-Rev.2.1	CAE-Rev.2.1		
Código	262	263	264		262	263	264		
Âmbito das actividades	Louça sanitária	Pavimentos e revestimentos (azulejos, mosaicos e placas cerâmicas)	Cerâmica Estrutural (telhas, tijolos e abobadilhas)	Total	Louça sanitária	Pavimentos e revestimentos (azulejos, mosaicos e placas cerâmicas)	Cerâmica Estrutural (telhas, tijolos e abobadilhas)	Total	
	Cerâmica utilitária e decorativa				Cerâmica utilitária e decorativa				
	Refractários cerâmica técnica e outros				Refractários cerâmica técnica e outros				
Indicadores	Nº de empresas				Nº de pessoas ao serviço				
Ano	2001	594	84	185	863	20.263	5.190	5.728	31.181
	2002	561	72	177	810	19.719	5.147	5.300	30.166
	2003	579	75	172	826	18.318	5.035	4.953	28.306
	2004	546	78	167	791	17.424	4.819	4.784	27.027
	2005	521	78	161	760	17.653	4.894	4.226	26.773
	2006	506	77	161	744	16.219	5.248	3.995	25.462
	2007	477	79	147	703	14.805	4.685	3.504	22.994

Fonte: Dados estatísticos do INE e APICER

Em 2007, das 703 empresas cerâmicas portuguesas existentes, a maioria (477 empresas) pertencia à CAE 262⁸⁵. Das 477 empresas, 85% pertenciam à cerâmica utilitária e decorativa; um subsector com elevado nível de empregabilidade e nº de unidades produtivas.

Em termos de número de pessoas ao serviço neste sector da indústria, verificamos uma redução significativa essencialmente na transição de 2006 para 2007. A tendência de

⁸⁵ Na CAE 262 verifica-se a presença de 405 empresas de cerâmica utilitária e decorativa, 22 empresas na cerâmica de louça sanitária e de 50 empresas de fabricação de refractários, cerâmica técnica e outros.

redução de trabalhadores na indústria transformadora em geral, tem sido um facto a registar nos últimos anos. A este propósito, Rosa (2009:1) afirma que “no período compreendido 2º Trim.2005/2º Trim.2009, o emprego líquido diminuiu em Portugal em 55.800⁸⁶, mas o emprego na “Indústria, construção, energia e água” reduziu-se em 121.300, sendo 77.100 na indústria transformadora, o que é uma consequência da rápida e crescente desindustrialização do País”. A desindustrialização, com a destruição e fecho de grandes empresas nacionais, a recessão no sector da construção civil, a utilização das novas tecnologias, a deslocalização da produção e algumas subcontractações, geram, inevitavelmente, o emagrecimento de efectivos nas empresas, invertendo assim a tendência para as grandes concentrações operárias por efeito da acumulação de capital.

Neste contexto, regista-se também uma redução no volume de negócios em todos os subsectores da cerâmica, no período de 2004 a 2007 (Quadro 8 e Gráfico 6).

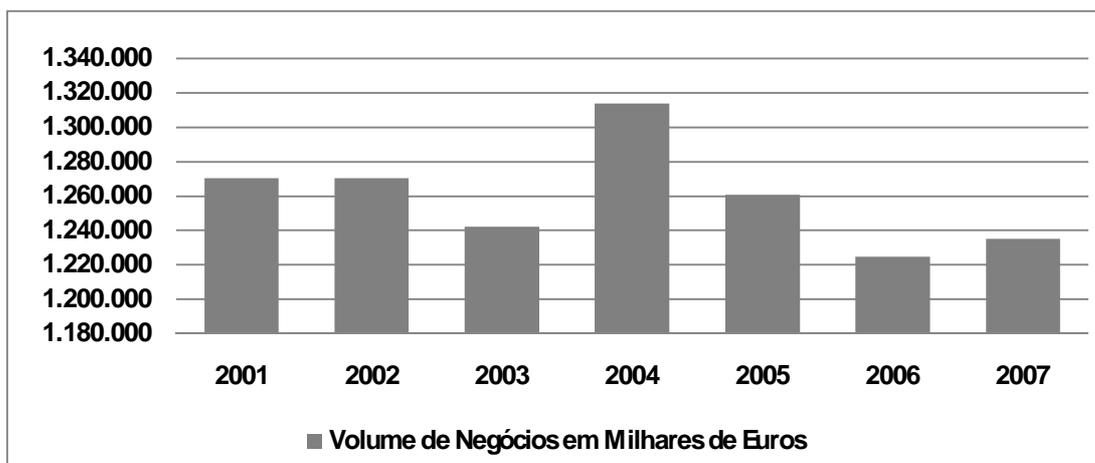
Quadro 8. Evolução do Volume de Negócios nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Euros)

CAE	CAE- Rev. 2.1	CAE- Rev. 2.1	CAE- Rev. 2.1	Total	
Código CAE	262	263	264		
Âmbito das actividades	Louça sanitária	Pavimentos e revestimentos (azulejos, mosaicos e placas cerâmicas)	Cerâmica Estrutural (telhas, tijolos e abobadilhas)		
	Cerâmica utilitária e decorativa				
	Refratários, cerâmica técnica e outros				
Indicadores	Volume de negócios (€)				
Ano	2001	623.852.808	338.998.963	307.615.964	1.270.467.735
	2002	627.769.243	364.235.526	278.524.190	1.270.528.959
	2003	649.346.560	365.075.162	227.593.728	1.242.015.450
	2004	707.856.548	390.366.535	215.628.341	1.313.851.424
	2005	636.526.296	418.281.448	206.046.999	1.260.854.743
	2006	640.011.839	379.972.567	204.689.584	1.224.673.990
	2007	606.036.000	414.723.000	214.310.000	1.235.069.000

Fonte: Dados estatísticos do INE e APICER

⁸⁶ Número de trabalhadores.

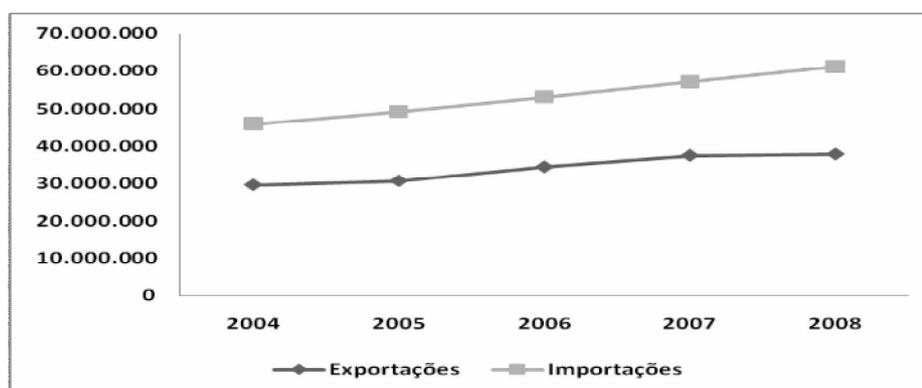
Gráfico 6. Evolução do Volume de Negócios na Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)



Fonte: Dados estatísticos do INE e APICER

A internacionalização das empresas portuguesas tem vindo a ser considerada um dos vectores essenciais de melhoria da sua competitividade, à medida que se acentua a concorrência nos mercados internos e externos em que actuam (Feio, 1998). Não obstante a importância da concorrência nos mercados internos, torna-se imperativo, uma referência ao comportamento deste sector no que respeita ao comércio internacional. É possível visualizar nos Gráficos 8 e 9 a tendência evolutiva, no período de 2001 a 2007, de cada subsector no que concerne às exportações (Gráfico 8) e às importações (Gráfico 9). De um modo geral, poderá considerar-se a cerâmica portuguesa como uma indústria fortemente líquida, isto é, as exportações superiores às importações (Gráfico 10), ao contrário do que acontece com as exportações e importações totais portuguesas (Gráfico 7).

Gráfico 7. Evolução das Exportações e Importações Totais Portuguesas



Fonte: Estatísticas do comércio internacional do INE

Tem-se assistido, nos últimos anos, a uma tendência crescente das exportações de produtos cerâmicos (Gráfico 10). Já as importações têm tendência contrária, o que reflecte um aspecto positivo a favor da competitividade nos mercados externos do sector cerâmico português. Resumidamente, o aumento acentuado das taxas de cobertura do sector cerâmico, calculadas pelo rácio entre exportações e importações, deve-se a um efeito conjunto da taxa de crescimento das exportações acompanhadas pela diminuição das importações, o que se traduz num aumento sustentado da competitividade das empresas, dos seus produtos e serviços, quer nos mercados internacionais, ao aumentarem as exportações, quer nos mercados nacionais, ao induzirem o decréscimo das importações.

Segundo o trabalho de Nunes e Godinho (2001), o comércio mundial de cerâmica tem sido bastante dinâmico nas duas últimas décadas, com uma taxa de crescimento média de cerca de 6% ao ano.

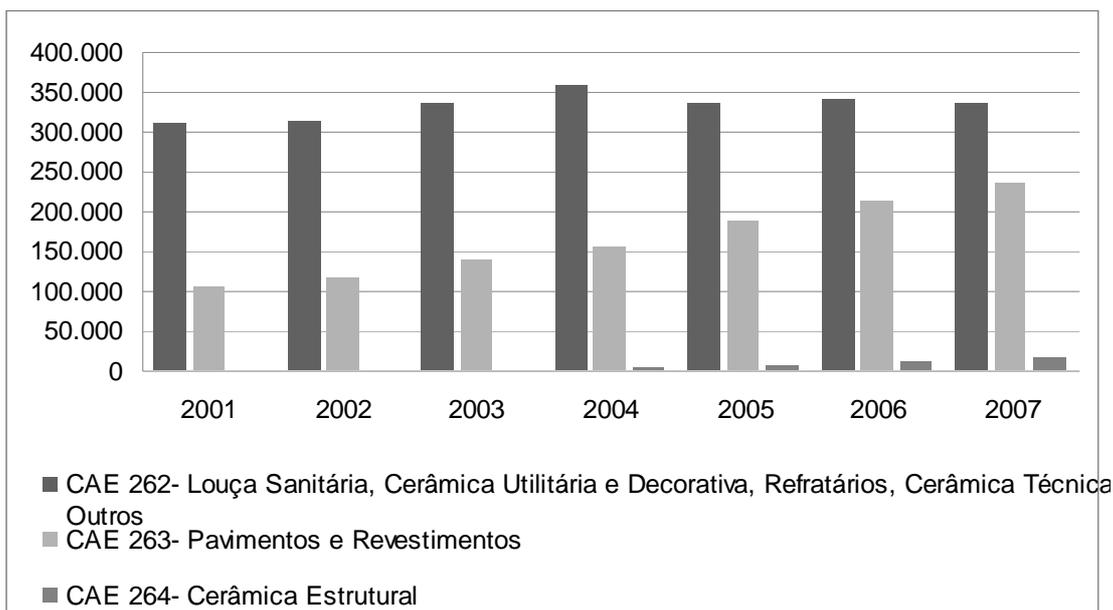
Com um quadro de análise temporal subsequente, poderá verificar-se, pela análise do Quadro 9 e Gráfico 10, que a tendência de crescimento das exportações, nos últimos anos, corrobora os dados do estudo de Nunes e Godinho (2001), situando-se a taxa de crescimento média anual também nos 6%. Comparativamente, as importações cerâmicas têm registado taxas de crescimento reduzidas, com valores negativos nos últimos anos.

Quadro 9. Taxas Médias de Crescimento das Exportações e Importações das Indústrias Portuguesas Cerâmicas (Valores em Milhares de Euros)

Ano	Exportações	Importações	Taxa de Crescimento anual das Exportações	Taxa de Crescimento anual das Importações
2001	416.001	172472		
2002	428.128	175456	2,92%	1,73%
2003	473.910	148801	10,69%	-15,19%
2004	515.216	174723	8,72%	17,42%
2005	528.191	148205	2,52%	-15,18%
2006	562.641	139029	6,52%	-6,19%
2007	585.805	135760	4,12%	-2,35%
Taxa Média			5,91%	-3,29%

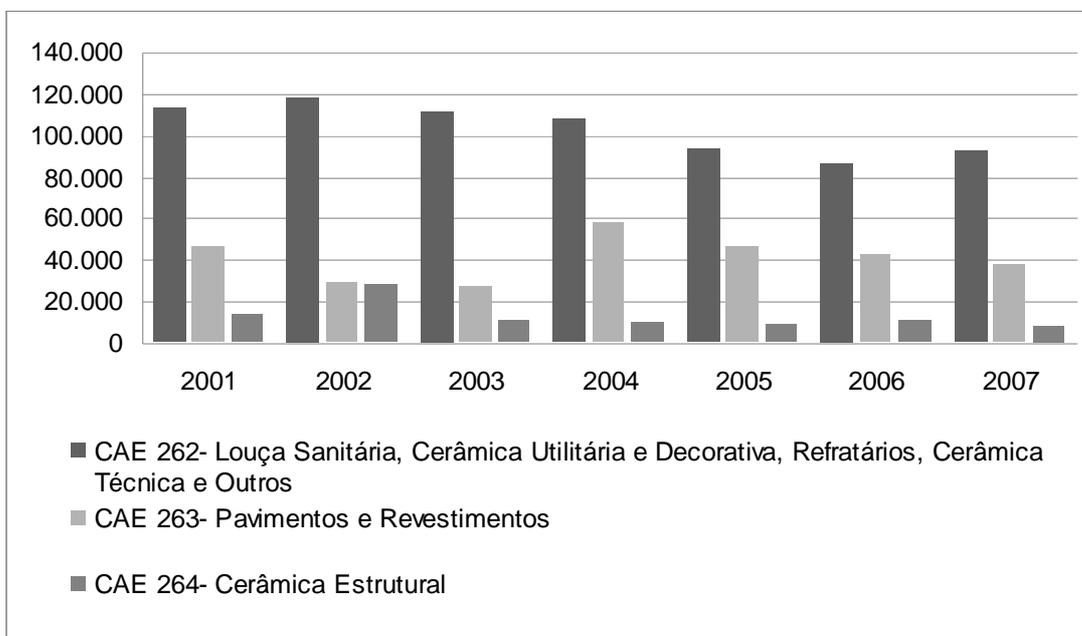
Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Gráfico 8. Evolução das Exportações nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)



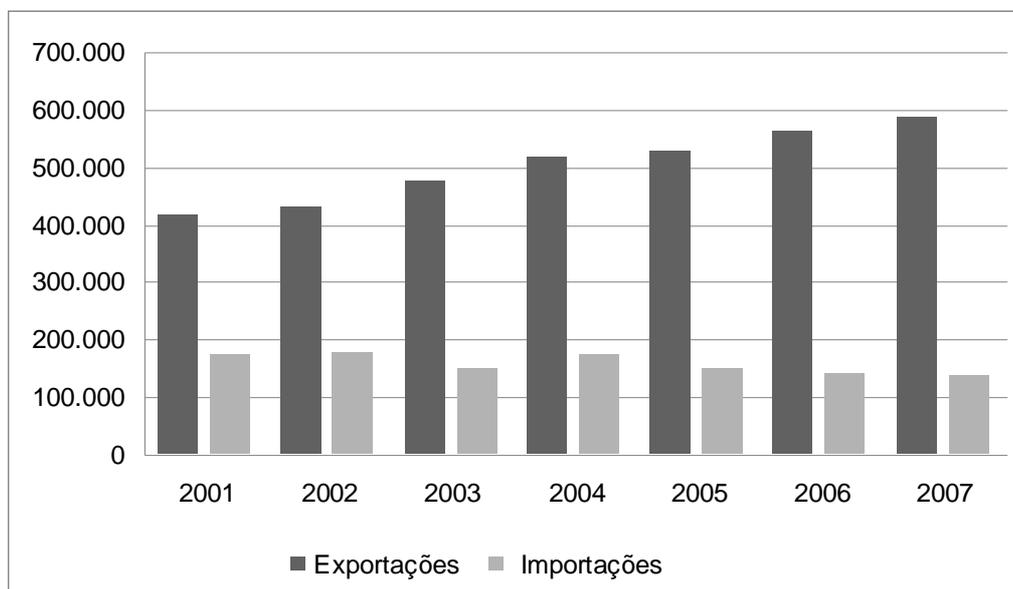
Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Gráfico 9. Evolução das Importações nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)



Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Gráfico 10. Evolução das Exportações e Importações na Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Valores em Milhares de Euros)



Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Segundo dados do comércio internacional do INE, os principais mercados internacionais dos nossos produtos cerâmicos⁸⁷ são a Espanha, França, Reino Unido e Alemanha, que em 2007 representaram, no seu conjunto, 60% do valor das nossas exportações (Quadro 10). De acordo com dados mais recentes do INE, os principais países de destino dos produtos cerâmicos, em 2008, foram os já referidos para 2007 acrescidos de Angola e os EUA que, no seu todo, representaram 65,4 % do valor das exportações daquele sector.

As quantidades exportadas dos principais bens cerâmicos (também classificados de acordo com a NC do INE) traduzem uma evolução crescente nos últimos anos, com maior relevância para o ano 2004 e seguintes (Gráfico 11).

Os produtos cerâmicos, ordenados pela respectiva NC, que mais se destacam em volume de exportação são os que pertencem ao sector dos pavimentos e revestimentos⁸⁸ com 246.249.309,00 € e ao sector dos sanitários⁸⁹ com 141.134.641,00 € (Quadro 10).

⁸⁷ No Quadro 10, estão representados os principais produtos cerâmicos, classificados de acordo com os códigos de nomenclatura combinada (NC) adoptados pelo INE. Os códigos de NC constam do Anexo 5.

⁸⁸ Códigos da NC 6907 e 6908.

⁸⁹ Código da NC 6910.

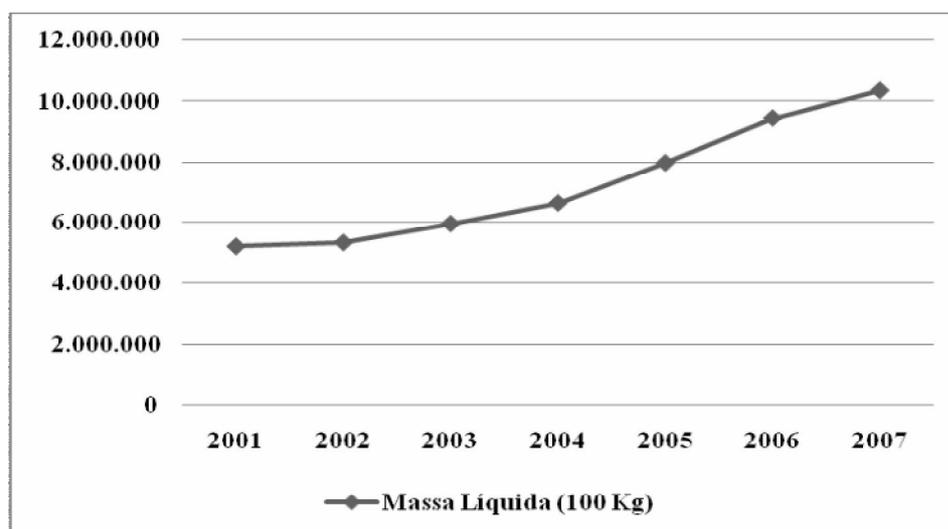
Quadro 10. Principais Países de Destino das Exportações de Produtos Cerâmicos - Ano 2007

Descrição do Código	Código NC	País de Destino	Valores em Euros	% do Total
Tijolos, placas (lajes), ladrilhos e outras peças cerâmicas	6901	Reino Unido	120.694	38,8%
		Alemanha	120.483	38,7%
		Angola	36.657	11,8%
		França	30.725	9,9%
		Outros	2.685	0,9%
	6902	Espanha	1.608.964	29,9%
		Argélia	993.488	18,5%
		França	726.415	13,5%
		Reino Unido	522.269	9,7%
		Outros	1.524.555	28,4%
	6904	Espanha	4.640.057	92,1%
		Angola	353.607	7,0%
Outros		44.036	0,9%	
Telhas, elementos de chaminés, condutores de fumo e outros ornamentos	6905	Espanha	6.322.706	53,5%
		Angola	1.826.400	15,5%
		Líbano	898.372	7,6%
		Cabo Verde	548.140	4,6%
		França	527.904	4,5%
		Outros	1.694.557	14,3%
Ladrilhos e placas (lajes), para pavimentos e revestimentos	6907	França	12.767.283	22,3%
		Espanha	12.549.491	21,9%
		Angola	3.635.295	6,4%
		Bélgica	2.264.920	4,0%
		Outros	25.963.308	45,4%
	6908	França	64.016.894	33,9%
		Espanha	14.669.447	7,8%
		Angola	13.085.947	6,9%
		Outros	97.296.724	51,5%
Aparelhos e artefactos para usos químicos ou para outros usos técnicos	6909	México	13.263	69,7%
		Angola	5.398	28,4%
		Outros	362	1,9%
Pias, lavatórios, colunas para lavatórios, banheiras, bidés, sanitários	6910	Espanha	80.590.655	57,1%
		França	13.633.132	9,7%
		Reino Unido	7.878.927	5,6%
		Itália	5.640.265	4,0%
		Outros	33.390.662	23,7%
Louça, outros artigos de uso doméstico e artigos de higiene	6911	Espanha	11.083.504	28,3%
		Reino Unido	5.736.270	14,6%
		EUA	4.791.258	12,2%
		Itália	3.648.641	9,3%
		França	2.174.661	5,6%
		Outros	11.731.399	30,0%

	6912	França	24.113.240	25,3%
		EUA	20.774.176	21,8%
		Reino Unido	16.404.013	17,2%
		Espanha	3.612.885	3,8%
		Outros	30.331.453	31,8%
Estatuetas e outros objectos de ornamentação, de cerâmica, não especificadas noutras posições	6913	Alemanha	15.111.964	24,7%
		França	9.798.261	16,0%
		Reino Unido	7.397.073	12,1%
		Espanha	3.472.024	5,7%
		Outros	16.750.720	27,4%
Obras de cerâmica não especificadas noutras posições	6914	França	4.292.033	45,2%
		Alemanha	1.257.109	13,2%
		Outros	3.940.704	41,50%

Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Gráfico 11. Evolução das Exportações dos Principais Bens da Indústria Cerâmica Portuguesa no Período 2001-2007 (Quantidades medidas em Massa Líquida (100 kg))



Fonte: Estatísticas do Comércio Internacional, INE

De acordo com dados do INE, a análise da especialização das exportações de cerâmica permite, ainda, confirmar que Portugal, Espanha e Itália, de entre os países mais exportadores, detêm os maiores valores de exportação de cerâmica no conjunto das suas exportações, evidenciando, desta forma, o forte posicionamento destes países nas suas relações comerciais, tanto em termos de produtos como de mercados. A manutenção, em termos agregados, do mercado europeu como líder mundial do sector cerâmico passa pela obtenção de ganhos crescentes na cadeia de valor, tanto a montante, através de crescente I&D e inovação, como a jusante, essencialmente com o desenvolvimento da logística e da distribuição.

Soares (2007) apresenta o seu contributo para o conhecimento do comércio internacional de produtos cerâmicos (CAE-Rev.2.1- 262, 263 e 264) no período 1996-2005, evidenciando o facto de o comércio destes produtos ter registado o segundo maior volume de exportação mundial do sector dos outros produtos minerais não metálicos com aproximadamente 30 %. Segundo este autor, em 2005 as exportações portuguesas de produtos cerâmicos registaram um peso de 4,81 % no total das exportações mundiais, e de pouco menos de metade no sector de outros produtos minerais não metálicos (45,7 %).

Ainda em contexto mundial, merece uma referência o posicionamento dos maiores produtores internacionais de produtos cerâmicos, tornando-se imperativa, na análise, a segmentação sectorial (Quadro 11). Ao nível do subsector dos pavimentos e revestimentos, *“em 2006, o maior produtor mundial, a China, produziu 3.000 milhões de metros quadrados e consumiu 2.450 milhões de metros quadrados”*, assumindo *“também, de forma destacada, o maior consumidor mundial”* Oliveira (2008:16)⁹⁰. Ao nível da fabricação de pavimentos e revestimentos e, segundo a APICER, Portugal é o décimo sexto maior produtor mundial, sendo quarto principal produtor da UE, depois da Espanha, Itália e Polónia, o sétimo maior exportador (terceiro ao nível da UE, a seguir à Espanha) e o vigésimo oitavo maior consumidor.

⁹⁰ Ver Quadro 11

Quadro 11. Produtores Mundiais e Europeus de Produtos Cerâmicos (Ano 2006)

Os dezasseis maiores produtores mundiais de <u>Pavimentos e Revestimentos</u>	Os nove maiores produtores europeus de <u>Louça Sanitária</u>
1-China (3.000 milhões de metros quadrados)	1-Turquia (14.600.000 peças)
2-Espanha (663 milhões de metros quadrados)	2-Itália (9.123.316 peças)
3-Brasil (594 milhões de metros quadrados)	3-Portugal (8.040.316 peças)
4-Itália (569 milhões de metros quadrados)	4- Espanha (6.232.750 peças)
5-Índia (340 milhões de metros quadrados)	5-Áustria, Suíça, Benelux ⁹¹ e Países da Escandinávia (4.201.852 peças)
6-Turquia (280 milhões de metros quadrados)	6-França (3.816.082 peças)
7-México (205 milhões de metros quadrados)	7- Alemanha (3.585.000 peças)
8-Vietname (199 milhões de metros quadrados)	8- Reino Unido (2.600.000 peças)
9-Indonésia (170 milhões de metros quadrados)	9- Grécia (750.000 peças)
10-Tailândia (139 milhões de metros quadrados)	
11-Irão (130 milhões de metros quadrados)	
12-Egipto (122 milhões de metros quadrados)	
13-Rússia (115 milhões de metros quadrados)	
14-Polónia (110 milhões de metros quadrados)	
15-Malásia (75 milhões de metros quadrados)	
16-Portugal (74 milhões de metros quadrados)	

Fonte: Cerame-Unie, Ceramic World Review

A mão-de-obra do sector cerâmico caracteriza-se, segundo Nunes e Godinho (2001), por baixas taxas de escolaridade⁹² (associadas a baixas taxas de aprendizagem), a que se acrescenta uma imagem desfavorável relacionada com a natureza e o ambiente de trabalho, como por exemplo o barulho e a sujidade, que se reflecte na diminuição de atractividade de profissionais qualificados, sobretudo trabalhadores jovens e com maiores qualificações. Correia (2000:63) afirma que *“a indústria cerâmica tem uma dificuldade crescente na contratação de jovens para trabalhar, surgindo como sector de recurso para pessoal não especializado e conseqüentemente, pouco eficaz”*. O que, paradoxalmente, vem fazer face às crescentes exigências competitivas de adaptação a um mercado em evolução constante, onde as empresas necessitam, impreterivelmente de mão-de-obra qualificada e competente: *“com a crescente mutação socioeconómica e tecnológica e com o desenvolvimento a*

⁹¹ Bélgica, Holanda e Luxemburgo

⁹² Em 2000, de acordo com dados do então Ministério da Segurança Social e do Trabalho (MSST) - Entidade que em 2004 alterou a sua denominação social para Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social (MTSS), o nível de escolaridade no sector era de 76,9% de trabalhadores com escolaridade igual ou inferior ao segundo ciclo, 7,9% de ensino secundário e apenas 3,5% com habilitações superiores (Pereira, 2005).

montante do sector, as empresas necessitam, cada vez mais, de um factor trabalho constituído por pessoal qualificado, tanto por via da formação profissional como através do recrutamento de mais quadros técnicos” (Nunes e Godinho, 2001:19). Segundo Pereira (2005:228), quanto à qualificação dos trabalhadores neste sector, “constata-se que a maioria são profissionais qualificados e não qualificados, representando os quadros médios e superiores uma percentagem reduzida, assim como os profissionais altamente qualificados”.

Ainda num quadro de caracterização da mão-de-obra deste sector específico da indústria, o Gabinete de Estudos e Planeamento (GEP) do Ministério da Indústria e Energia (MIE) (1995:171) defendia que o sector da cerâmica cresceu com base na mão-de-obra barata, tendo-se verificado, na segunda metade da década de 1990s uma crescente automação de grande número de empresas o que justificou o recrutamento de quadros técnicos e o “*esforço no sentido da formação, para os gestores, técnicos e trabalhadores, nomeadamente na Universidade de Aveiro, no Centro de Formação Profissional da Indústria Cerâmica (CENCAL), no Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro⁹³ e nas Associações*”.

O sector caracteriza-se, em termos de dimensão, pela predominância de microempresas (até 10 trabalhadores⁹⁴), que em 2007, de acordo com os dados fornecidos pelos sistemas de contas integradas das empresas do INE, representava 81% do total de empresas cerâmicas (atendendo ao conjunto dos subsectores), 18% de Pequenas e Médias Empresas (PME) (entre 10 a 249 trabalhadores) e apenas 17 grandes empresas com mais de 250 trabalhadores representando 1% do total. Segundo Pereira (2005), as microempresas caracterizam a maioria dos distritos portugueses, ao nível do sector cerâmico nacional, ao contrário do distrito de Aveiro onde predominam as PME.⁹⁵

⁹³ CTCV.

⁹⁴ De acordo com o novo código do trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009 de 12 de Fevereiro, art.º 100, (segundo a Recomendação da Comissão Europeia de 6 de Maio de 2003), é reformulada a definição de Micro, Pequenas, Médias e Grandes Empresas. Segundo aquele diploma, são consideradas microempresas as que empreguem menos de 10 trabalhadores, pequenas empresas as que empregarem de 10 a 49 trabalhadores, médias empresas as empreguem 50 a 249 trabalhadores e grandes empresas as que empregarem 250 ou mais trabalhadores. Com esta alteração, uma empresa que detenha 10 trabalhadores deixa de ser microempresa, passando a ser pequena empresa e uma outra que empregue 50 trabalhadores passa a ser considerada média empresa. Deixaram ainda de ser consideradas grandes empresas as que empreguem entre 200 a 249 trabalhadores.

⁹⁵ A única empresa cerâmica nacional com mais de 1000 trabalhadores localiza-se no distrito de Aveiro (Ílhavo).

Quadro 12. Percentagem de Pessoal ao Serviço por escalões nos Subsectores da Indústria Cerâmica Portuguesa⁹⁶

Actividade Económica	Escalão de pessoal ao serviço	Período de referência dos dados			
		2007	2006	2005	2004
Fabricação de produtos cerâmicos não refractários (excepto os destinados à construção) e refractários	Menos de 10	86%	85%	83%	83%
	10 - 49	9%	10%	12%	11%
	50 - 249	4%	4%	4%	4%
	250 e mais	1%	1%	1%	1%
	Total	100%	100%	100%	100%
Fabricação de azulejos, ladrilhos, mosaicos e placas de cerâmica	Menos de 10	59%	57%	61%	63%
	10 - 49	20%	20%	17%	17%
	50 - 249	14%	15%	17%	15%
	250 e mais	6%	8%	5%	6%
	Total	100%	100%	100%	100%
Fabricação de tijolos, telhas e de outros produtos de barro para a construção	Menos de 10	60%	65%	57%	57%
	10 - 49	34%	30%	38%	36%
	50 - 249	6%	5%	5%	6%
	250 e mais	1%	0%	0%	0%
	Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas

Atendendo ainda ao número de trabalhadores, as maiores empresas portuguesas do sector cerâmico pertencem aos subsectores dos pavimentos e revestimentos, louça sanitária e cerâmica utilitária e decorativa.

No que concerne à presença de filiais estrangeiras em Portugal, assume particular importância uma avaliação aos elementos estatísticos mais recentes. Assim, segundo o INE, em 2007, existiam 5.075 filiais de empresas estrangeiras em Portugal. Apesar de o número de unidades⁹⁷ ser reduzido, estas empresas asseguraram, naquele ano, quase 8% do pessoal ao serviço e mais de 17 % do VABpm nacional⁹⁸ gerado. Quanto à origem geográfica do capital estrangeiro, em 66% das filiais estrangeiras o controlo era exercido por um dos países pertencente à UE⁹⁹, tendo a Espanha liderado com o maior número de empresas com capital estrangeiro em Portugal. Cerca de 79% das filiais estrangeiras estavam concentradas nos sectores do comércio e serviços¹⁰⁰, tendo apenas 17,2%

⁹⁶ O número de empresas considerado nos dados apresentados, refere-se ao total de empresas existentes atendendo à totalidade das formas jurídicas possíveis, ou seja, empresas em nome individual e sociedades.

⁹⁷ Estabelecimentos.

⁹⁸ VABpm calculado com base nas estatísticas estruturais das empresas.

⁹⁹ Espanha com 17,4 %, Holanda com 17,3 % e Alemanha com 14,5%.

¹⁰⁰ Esta distribuição por sectores é similar nas empresas com apenas capitais nacionais.

desenvolvido actividades no sector da indústria¹⁰¹. De referir ainda que no triénio 2005-2007 se registou um crescimento gradual da entrada das filiais estrangeiras em Portugal, tendo-se assistido a um crescente contributo destas filiais para alguns dos principais indicadores económicos do país, alguns dos quais já referidos como o emprego, o VABpm, entre outros.

Nas empresas cerâmicas portuguesas e, sendo a principal intenção deste estudo identificar as motivações na decisão de IDE naquele sector específico da indústria, verifica-se que a número de filiais estrangeiras face ao número total de empresas não é representativo. Por exemplo, no ano 2007 (Quadro 13), o número de filiais estrangeiras cerâmicas (33) face ao total de empresas (703) representou apenas 5%¹⁰². No entanto, constata-se um aumento de 30 para 33 filiais no período de 2005 a 2007, tendência que contraria a evolução do número de empresas em geral (Quadro 7).

As empresas denominadas clorifícios traduzem em Portugal e no resto do Mundo, centros de produção de matérias-primas (essencialmente fritas¹⁰³, esmaltes, pigmentos entre outros) utilizadas no processo produtivo e decorativo das empresas cerâmicas. A sua principal missão assenta não só no fornecimento de matérias-primas como também na prestação de projectos ao nível do design, no desenvolvimento de novos produtos, e de serviços técnicos de acompanhamento de produção¹⁰⁴. Estas empresas asseguram a montante, na cadeia de valor, o desenvolvimento e a incorporação de matérias-primas no processo de fabrico de produtos cerâmicos. A relação entre uma empresa de clorifícios e uma empresa cerâmica é muito estreita (Mariante e Kalache, 2006). Algumas empresas de pavimentos e revestimentos e louça decorativa incorporam na sua estrutura produtiva interna secções de preparação de matérias-primas e centros laboratoriais de desenvolvimento do produto, cujo segmento e conteúdo operacional, se confunde com o serviço prestado por uma empresa de clorifícios. Esta realidade sinaliza, em muitas empresas, um forte contexto competitivo¹⁰⁵.

¹⁰¹ Das empresas com apenas capital nacional, somente 9,2 % desenvolveram actividades industriais em 2007.

¹⁰² Para o efeito, recorreu-se aos dados do Quadro 7.

¹⁰³ As fritas são vidro estilhaçado.

¹⁰⁴ Estas empresas asseguram também, muitas vezes, o fornecimento de tecnologia (essencialmente ao nível do design).

¹⁰⁵ Os principais benefícios associam-se à exclusividade na concepção do produto.

A opção pela incorporação dos clorifícios na análise empírica deste estudo justifica-se pela sua justaposição sectorial no fornecimento de benefícios técnicos e económicos na cadeia de valor e, pelo facto de, na sua maioria, se tratarem de filiais de empresas estrangeiras. Pelos dados estatísticos económicos fornecidos pelo INE (Quadro 13), pode-se constatar que das 30 empresas com capital estrangeiro em Portugal nos anos 2005 e 2006, 19 e 18, respectivamente, correspondem a clorifícios, ou seja, representam uma percentagem de aproximadamente 60 % no total das filiais.

Na essência, o processo produtivo dos clorifícios é eminentemente cerâmico, no entanto, em Portugal a sua forma legal e terminologia económica não é claramente reconhecida, dividindo-se os CAE por diversas áreas sectoriais, nomeadamente ao nível da fabricação de tintas e pigmentos corantes.

O capital estrangeiro, na análise global ao Quadro 13, é essencialmente de origem espanhola, com a Itália e a França a assumirem também um lugar de destaque.

**Quadro 13. Filiais Estrangeiras do Sector Cerâmico em Portugal por CAE Rev. 2.1-
Período 2005-2007**

Ano de referência	Grupo de CAE Rev.2.1 (*)	Actividade Económica	PAIS - Última unidade de controlo institucional	PAIS - Última unidade de controlo institucional-designação	Nº Empresas	Nº Empresas por grupos (**)
2005	262	Louça sanitária, Cerâmica utilitária e decorativa, Refractários, Cerâmica técnica e outros	DE	Alemanha	1	11
			DK	Dinamarca	1	
			ES	Espanha	2	
			FI	Finlândia	1	
	263	Pavimentos e Revestimentos	FR	França	1	19
			ES	Espanha	1	
			IT	Itália	1	
	264	Cerâmica Estrutural	LU	Luxemburgo	1	1
			ES	Espanha	2	
	24120	Clorifícios	JP	Japão	1	19
24301	CH		Suíça	1		
	DK		Dinamarca	2		
	ES		Espanha	8		
	FR		França	2		
	IT		Itália	2		
	UK		Reino Unido	1		
US	EUA	1				
52462		ES	Espanha	1		
Total					30	

2006	262	Louça sanitária, Cerâmica utilitária e decorativa, Refractários, cerâmica técnica e outros	DE	Alemanha	1	12
			DK	Dinamarca	1	
			ES	Espanha	2	
			FI	Finlândia	1	
			FR	França	1	
	IT	Itália	1			
	263	Pavimentos e Revestimentos	ES	Espanha	1	
			IT	Itália	1	
			LU	Luxemburgo	1	
	264	Cerâmica Estrutural	ES	Espanha	2	
24120	Clorifícios	JP	Japão	1	18	
24301		CH	Suíça	1		
		DK	Dinamarca	2		
		ES	Espanha	7		
		FR	França	2		
		NO	Noruega	1		
		UK	Reino Unido	1		
US		EUA	1			
26150	ES	Espanha	1			
52462	ES	Espanha	1			
Total				30		
2007	262	Louça sanitária, Cerâmica utilitária e decorativa, Refractários, cerâmica técnica e outros	DE	Alemanha	1	16
			DK	Dinamarca	1	
			ES	Espanha	3	
			FI	Finlândia	1	
			FR	França	2	
	IT	Itália	1			
	263	Pavimentos e Revestimentos	ES	Espanha	1	
			IT	Itália	1	
			LU	Luxemburgo	1	
	264	Cerâmica Estrutural	ES	Espanha	3	
NL			Países Baixos (Holanda)	1		
24120	Clorifícios	JP	Japão	1	17	
24301		CH	Suíça	1		
		DE	Alemanha	1		
		DK	Dinamarca	2		
		ES	Espanha	6		
		FR	França	1		
		NO	Noruega	1		
UK		Reino Unido	1			
US	EUA	1				
26150	ES	Espanha	1			
52462	ES	Espanha	1			
Total				33		

Fonte: INE- Estatísticas do Comércio Internacional

(*) - No período 2005-2007, a nomenclatura de códigos CAE que vigorava era a que pertencia à Rev. 2.1.

(**) – A segregação do número de filiais por códigos CAE tornou-se imprescindível à análise prospectiva do estudo empírico na medida em que a percentagem de clorifícios com presença de filiais estrangeiras em Portugal é relevante face aos restantes subsectores da indústria cerâmica.

Sob um ponto de vista tecnológico, o sector da cerâmica tem vindo a encetar constantes actualizações, sendo este aspecto essencial para a produção de produtos de qualidade, permitindo satisfazer exigências do mercado. É tarefa difícil encontrar um padrão uniformizador, já que o avanço tecnológico, neste sector específico da indústria, não representa um carácter homogéneo, isto é, ocorrem diferentes situações nos diversos subsectores. As empresas deste sector de actividade, registam ritmos distintos de actualizações tecnológicas, bem como dotações tecnológicas diferenciadas, excepto o caso da fabricação de pavimentos e de revestimentos, que na última década verificou um elevado desenvolvimento tecnológico de forma uniforme e generalizado.

A maioria do equipamento é importado, nomeadamente da Itália e Alemanha¹⁰⁶, contudo, já existem algumas fábricas portuguesas de equipamento para indústria cerâmica, como é o caso dos fornos cerâmicos. Neste âmbito, Correia (2000:60) afirma que *“a quase totalidade das empresas fabrica produtos convencionais, na maioria dos casos, com tecnologia adquirida ao mercado internacional”*¹⁰⁷.

O incremento do desempenho empresarial das empresas de cerâmica portuguesa, após o período de renovação de meios tecnológicos de produção, tem-se vindo a orientar para a introdução de novas ferramentas baseadas no conhecimento. As tecnologias de informação e comunicação (áreas imateriais) têm revelado um desenvolvimento significativo neste sector, contribuindo para uma maior dependência dos recursos humanos, efectiva diferenciação da empresa, dos seus produtos e serviços, funcionamento e disseminação mais eficiente de informação e comunicação, quer no interior quer no exterior das organizações.

No que respeita à inovação, é crucial uma referência, ainda que sucinta, a um dos elementos chave da competitividade industrial, do desenvolvimento económico e social e da criação de emprego. Nesta matéria, *“a diferenciação de produtos impõe-se, dada a entrada no mercado de produtos substitutos - utilizando outros materiais nomeadamente no segmento dos sanitários”* (Nunes e Godinho, 2001:18). Esta diferenciação está

¹⁰⁶ Forte clusterização que caracteriza o indústria da cerâmica nestes dois países, estimulando o desenvolvimento tecnológico de apoio ao sector.

¹⁰⁷ Ao contrário de Portugal e da UE em geral, os EUA e o Japão têm os produtos cerâmicos especiais (ou avançados - utilizados em aplicações inovadoras) como maioritários em termos de importância na produção. A cerâmica europeia é composta por um grande número de empresas orientadas essencialmente para os materiais com aplicações convencionais, utilizando tecnologias desenvolvidas e produzidas na Europa, mas que estão ao dispor de todos os outros países.

alicerçada no desenvolvimento de novos materiais, tendo-se revelado uma área que recorre bastante à I&D. Segundo a Associação Industrial do Distrito de Aveiro (AIDA, 2009:21), *“muitas têm sido as empresas cerâmicas portuguesas a recorrer a novos processos de soluções inovadoras, nomeadamente ao nível da eficiência energética e aproveitamento de energias renováveis.”* Segundo esta Associação, a aposta na inovação¹⁰⁸ neste sector específico da indústria passa, essencialmente, pela cooperação entre as organizações ligadas à inovação e à transferência de tecnologia, pelo fortalecimento da capacidade de gestão e de reflexão estratégica nas empresas, conhecimentos dos mercados e qualificação dos recursos humanos (ponto fraco na indústria cerâmica portuguesa).

O sector cerâmico é fortemente consumidor de energia. Uma das principais preocupações destas empresas centra-se no custo e disponibilidade das fontes energéticas necessárias para a produção industrial.

De todos os subsectores de cerâmica, o da fabricação de pavimentos e revestimentos e o da cerâmica utilitária e decorativa são os que consomem mais energia, realidade que não é alheia às características do próprio processo produtivo e dimensão das empresas envolvidas. É nesse sentido, que a gestão eficiente da energia consumida se reveste de um factor primordial na competitividade destas empresas.

Acresce-se que, sendo um sector fortemente consumidor de energia, desencadeia actividade poluidora, designadamente através de gases de exaustão provenientes dos fornos. Existem, entretanto, já muitas empresas nacionais sensibilizadas para o problema energético e ambiental, na medida em reutilizam resíduos do próprio sector ou de outros sectores¹⁰⁹. Os poluentes gasosos carecem de tratamento especial de forma a não ultrapassarem os valores limites de emissão, constantes na legislação nacional e internacional.

Com a globalização dos mercados, a crescente mutação socioeconómica e tecnológica e com o forte desenvolvimento a montante do sector cerâmico, é fundamental a cooperação

¹⁰⁸ Nesta matéria, atenda-se a um exemplo de sucesso, numa empresa da região de Águeda, distrito de Aveiro, cujo projecto desencadeou o desenvolvimento de sistemas solares fotovoltaicos em coberturas e revestimentos cerâmicos. Este projecto, enquadrou-se nos objectivos nacionais para a promoção de energias renováveis e eficiência energética.

¹⁰⁹ Saliente-se a incorporação de resíduos da indústria de reciclagem de papel numa pasta para cerâmica estrutural (tijolo), permitindo reduzir a quantidade de matéria-prima e energia necessárias.

ou outras formas de associação empresarial¹¹⁰ que proporcionem métodos de gestão mais eficazes, posicionamentos e actuações estratégicas e um melhor conhecimento dos mercados, no sentido de fazer face aos novos países produtores, mais competitivos a nível de mão-de-obra, podendo potenciar uma deslocalização do processo produtivo europeu.

3.4. Análise SWOT do Sector da Cerâmica em Portugal e Determinantes de IDE

Após revisão bibliográfica realizada aos estudos de vários autores, AIDA (2009), Dunning (2001a), Feio (1998), Instituto de Comércio Externo Português (ICEP, 2001)¹¹¹ e Nunes e Godinho (2001), depois de caracterizada a indústria cerâmica portuguesa nos últimos anos, é de substancial importância a obtenção de uma matriz de análise SWOT¹¹², “*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*”, que representa os pontos fortes e pontos fracos, as oportunidades e as ameaças do sector cerâmico em Portugal. Na análise SWOT, pretendeu-se uma abordagem de carácter dinâmico no cruzamento dos pontos fortes e fracos com os principais determinantes de IDE. A identificação dos determinantes de IDE apresentados na matriz, foi suportada pela fundamentação teórica da abordagem ecléctica de Dunning (2001a) - “*Paradigma OLI*” (Quadro 14). Como já referido anteriormente, a perspectiva ecléctica baseia-se na combinação de três principais factores: as vantagens específicas da empresa (vantagens de propriedade), vantagens associadas à localização (factores de localização) e, finalmente, vantagens de internalização (factores de internalização).

Com o objectivo de procurar explicações e, essencialmente, identificar os factores que determinam os movimentos de investimento internacional, e em que medida os movimentos de capital-produção podem proporcionar vantagens beneficiando os países em geral e as empresas em particular, conclui-se que se deve juntar à análise macro, uma abordagem micro, mais ao nível das potencialidades das empresas de um determinado sector industrial, uma vez que o estudo sobre as motivações do IDE, tem que se suportar,

¹¹⁰ Algumas formas de associativismo foram já referenciadas anteriormente.

¹¹¹ Aquando do estudo em análise (ano de 2001), o ICEP era uma entidade juridicamente independente. Em 2007, a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), Entidade Pública Empresarial, foi criada pelo DL n.º 245/2007 de 25 de Junho e resultou da fusão entre a Agência Portuguesa para o Investimento (API) e o ICEP. ([www.portugalglobal.pt-aicep](http://www.portugalglobal.pt/aicep))

¹¹² O termo “SWOT” é uma sigla oriunda do idioma inglês, e é um acrónimo de forças (*strengths*), fraquezas (*weaknesses*), oportunidades (*opportunities*) e ameaças (*threats*).

essencialmente, na observação de factores que geram ganhos de competitividade, estratégias e oportunidades no plano nacional e internacional.

Sendo a cerâmica, um sector que atingiu a sua maturidade, na maior parte dos mercados ocidentais, o futuro passa por apresentar produtos de qualidade, assentes no aumento da sua operacionalidade, nos serviços ao cliente em termos de cumprimento de prazos, serviço de vendas (por exemplo a promoção do comércio electrónico), nas qualidades estéticas (aposta num design próprio), na gestão eficiente da rotação de stocks, no *merchandising* (essencialmente nos pontos de venda), imagem e reputação da marca, em alguns casos embalagem atractiva e publicidade dirigida ao consumidor e ao vendedor. É imprescindível identificar outros factores susceptíveis de alterar o rendimento do capital do investidor estrangeiro, como sendo, a qualificação e “stock” do capital humano, a capacidade tecnológica e inovadora das empresas (em alguns subsectores mais do que noutros) e a experiência no mercado nacional.

Neste contexto, submetendo as empresas de cerâmica nacionais à análise SWOT com a caracterização dos elementos impulsionadores de IDE, abordando concretamente os pontos fortes e pontos fracos do sector, é possível avançar para algumas medidas que estimulam a atracção de IDE.

Os pontos fortes consubstanciam-se nas competências, experiência e saber fazer, na facilidade em responder aos mercados, dada a grande flexibilidade produtiva, na existência de boas infra-estruturas de ensino¹¹³ e formação, na forte vocação exportadora, na capacidade e domínio tecnológico avançado, disponível a nível internacional, na flexibilidade dos recursos humanos, na imagem de marca reconhecida ao nível internacional e, na atmosfera empresarial favorável associada a um sector com fortes tradições históricas.

Os pontos fracos do sector da cerâmica centram-se na esfera da gestão e são, de alguma forma, transversais a todos os segmentos produtivos, com intensidades diferenciadas, podendo traduzir-se nos seguintes aspectos (AIDA, 2009; Dunning, 2001a; Feio, 1998 e Nunes e Godinho, 2001):

- Fraco domínio dos canais de distribuição e da política comercial;

¹¹³ Com destaque para a Universidade de Aveiro.

- Ausência de visão estratégica de fileira e reduzida coordenação entre os vários actores do sector, aliada à deficiente organização e gestão das organizações, dado que se trata maioritariamente de Micro e PME e empresas familiares, sem apetência para a cooperação;
- Reduzido nível de qualificação da mão-de-obra, associado a dificuldades em recrutar quadros técnicos e pessoal qualificado.
- Dificuldade na resposta à agressividade dos mercados externos.

A progressão do sector, em termos de crescimento nacional e internacional, a médio e longo prazo, está essencialmente condicionada por quatro aspectos:

- Diferenciação e inovação de produtos e serviços potenciando a especialização em produtos de alto valor acrescentado; desenvolvimento dos mercados e produtos, onde está subjacente a exploração de nichos de mercado mais rentáveis;
- Esforço na intensificação da modernização tecnológica, nomeadamente no que respeita às tecnologias de informação e comunicação, inovação de processos produtivos e cumprimento de legislação ambiental;
- Fomentação de eficientes formas de organização empresarial, que se traduz, essencialmente, na racionalização de custos, com destaque para os energéticos com grande peso financeiro nas empresas, área onde o desenvolvimento da capacidade de gestão se impõe para da resposta à crescente procura de soluções integradas e, ainda, para responder à normalização que é cada vez mais uma forma de reconhecimento internacional. A relevância do binómio qualidade/preço, que potencia a fidelização dos clientes, quando acompanhado de entregas rápidas e atempadas, traduz um forte instrumento na gestão empresarial;
- Ajustamento da política de recursos humanos às reais necessidades das empresas, nomeadamente no que se respeita ao recrutamento de pessoas qualificadas e à formação profissional.

Após a caracterização SWOT do sector, é facilmente perceptível a identificação de forças e fraquezas fortemente ligadas às características específicas das organizações - as vantagens de propriedade. Numa análise posterior mais detalhada e direccionada (presencialmente) às

empresas do sector (via questionário em entrevistas semiestruturadas), foi possível inferir se estas vantagens caracterizam, efectivamente, os principais vectores na captação de IDE.

Perante as crescentes ameaças no plano nacional e internacional e, dado o crescente movimento de fusões e aquisições neste sector, as empresas portuguesas de cerâmica, pelo diagnóstico teórico e empírico levado a cabo, estão atentas a estes desafios e averiguam o melhor posicionamento estratégico na captação de investimento, designadamente na utilização de fontes alternativas de energia, na criação da capacidade de exploração de nichos de mercado, tanto internos como externos, na diferenciação de produtos (através de design próprio) e na procura de soluções integradas e de novos conceitos atractivos ao mercado interno e externo.

Segundo previsões da APICER, o pior cenário que poderá surgir, a prazo, é o destas empresas não promoverem a suficiente competência para enfrentar a concorrência num conjunto equilibrado de gamas média/alta e verem-se relegadas para segundo plano como preparadores de matéria - prima a fornecer no interior e exterior do país.

Quadro 14. Matriz SWOT e Determinantes de IDE na Indústria Cerâmica Portuguesa

Pontos Fortes	Determinantes de IDE	Pontos Fracos	Determinantes de IDE
Capacidade tecnológica e inovadora (essencialmente as empresas de pavimentos e revestimentos)	Vantagem de Propriedade	Custos energéticos muito elevados	Factor de Internalização
“ <i>Know-how</i> ” do processo produtivo	Vantagem de Propriedade	Baixo nível de qualificação da mão-de-obra	Factor de Localização
Competências em termos de decoração e acabamento manual	Vantagem de Propriedade	Ausência de design próprio (dependência de alguns países, nomeadamente Itália)	Vantagem de Propriedade
Existência de matérias-primas em qualidade e quantidade para a generalidade dos subsectores	Factor de Internalização	Dimensão das empresas	Vantagem de Propriedade
Disponibilidade empresarial para estratégias de internacionalização, fusões e concentrações (por ex. na área do barro branco)	Vantagem de Propriedade	Fraco domínio dos circuitos de comercialização (essencialmente os canais de distribuição)	Vantagem de Propriedade
Notoriedade do país como produtor de cerâmica (forte vocação exportadora)	Factor de Localização	Fraco associativismo	Factor de Localização

Existência de boas estruturas ao nível de centros tecnológicos e de formação	Factor de Internalização	Indefinição estratégica das empresas (fraca capacidade de gestão)	Vantagem de Propriedade
Vantagem geográfica	Factor de Localização	Inexistência de clusters produtivos	Vantagem de Propriedade
Imagem de marca, reconhecida a nível internacional, essencialmente nas áreas de pavimentos e revestimentos, faiança e porcelana	Vantagem de Propriedade	Excessiva dependência dos intermediários	Vantagem de Propriedade
Melhoramentos significativos no que toca ao nível do controlo de qualidade	Vantagem de Propriedade	Reduzido I&D no mercado nacional	Vantagem de Propriedade
Oportunidades		Ameaças	
Utilização de fontes alternativas de energia		Reforço da posição dos concorrentes internacionais nos principais mercados portugueses (posição espanhola e italiana reforçada no mercado interno português)	
Estratégias de diferenciação pelo produto através de design próprio		Emergência de materiais e produtos substitutos (como por ex. os plásticos)	
Internacionalizar pela via da deslocalização da produção para mercados com custos mais reduzidos		Aumento da qualidade dos produtos dos países de Leste e da Ásia	
Aposta no comércio electrónico ao nível do marketing industrial, para ultrapassar distâncias com os mercados de destino e os tradicionais problemas de comunicação		Vulnerabilidade (da maioria dos subsectores cerâmicos) às recessões e ciclos e a outros sectores da economia (ex. Construção Civil)	
Normalização sectorial europeia (O Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro (CTCV) é o organismo representativo da normalização sectorial em Portugal ¹¹⁴)		Fracca imagem (de marca) do país	
Maior agressividade no mercado interno		Concorrência baseada em baixos preços de produtos fabricados na China (a partir de projectos com origem europeia), principalmente no sector da louça doméstica e ornamental	
Procura de “soluções integradas” e de conceitos por parte do mercado		Rápida alteração das preferências nos mercados de destino	

Fonte: Elaboração própria a partir de AIDA (2009), Dunning (2001a), Feio (1998), ICEP (2001) e Nunes e Godinho (2001)

¹¹⁴ Segundo a Norma Europeia, adoptada em 6 de Setembro de 1995 como Norma Portuguesa, NP EN 45020 (1995), esta actividade visa essencialmente a formulação, difusão e aplicação de normas aos domínios da ciência, técnica e economia, à obtenção de vantagens na adequada adaptação dos produtos, processos e serviços aos fins a que se destinam, à eliminação de barreiras às trocas comerciais e à simplificação da cooperação internacional (www.ctcv.pt).

Parte II

Análise Empírica e Aplicação de Resultados

Capítulo 4. Metodologia e Análise Empírica

4.1. Metodologia

O estudo empírico desenvolvido neste capítulo tem como principal suporte os objectivos propostos inicialmente e toda a pesquisa bibliográfica efectuada na primeira parte desta dissertação, que proporcionaram um sólido alicerce teórico na identificação dos principais factores determinantes de IDE e no seu relacionamento com as características específicas do objecto em estudo: o sector cerâmico em Portugal.

Com base na revisão bibliográfica efectuada, pode concluir-se que uma das características mais nítidas do progresso na análise do IDE, é fornecida pelas tentativas de enquadrar num corpo teórico coerente as diversas contribuições anteriores. Uma delas merece uma atenção especial: a teoria eclética de Dunning (2001a).

O paradigma OLI da abordagem eclética, ficou conhecido pela aposição de três factores (*Ownership, Location, Internalization*) e procurou ultrapassar o nível das visões parcelares do fenómeno do investimento, conjugando os diferentes níveis de análise a que pode ser apreendido: o das empresas, o dos sectores industriais e o dos países. Esta teoria pretende colmatar as lacunas explicativas de que outras abordagens explicativas padecem, nomeadamente a teoria do ciclo de vida do produto e a teoria da internalização, de forma a englobar a diversidade de origens e destinos dos fluxos de investimento, bem como a sua aplicação tanto à produção de bens como de serviços.

O estudo empírico desta dissertação assenta na construção de um questionário sobre determinantes de IDE, numa perspectiva de captação de investimento para Portugal (*inflows*, entradas ou créditos) para o triénio 2005-2007, dirigido aos administradores/gerentes ou quadros superiores (nomeadamente direcção administrativa e financeira) das empresas cerâmicas portuguesas.

Pela importância da teoria eclética que Dunning (2001a) apresenta, o estudo empírico baseia-se na combinação de três fundamentais factores determinantes de IDE: vantagens de

propriedade (vantagens específicas da empresa); factores de localização e os factores de internalização onde, nestes últimos, se desenha a combinação das vantagens de propriedade, como inputs, com os activos externos disponíveis no país receptor, a custos significativamente mais reduzidos, através do IDE.

Contribuíram para a análise qualitativa deste trabalho, as entrevistas semi-estruturadas que permitiram a recolha e avaliação da informação no contexto pretendido, validando, por vezes, com os entrevistados, as conclusões sobre o trabalho de campo em curso.

Em termos de estatística descritiva e com base nos trabalhos de Pestana e Gageiro (2008) e Maroco (2003), foram elaboradas tabelas de frequências, gráficos ilustrativos das distribuições de valores verificadas e estatísticas relevantes para as variáveis das várias escalas. No apoio à análise estatística foi utilizado o *software* SPSS - *Statistical Package for Social Sciences* versão 13.

As variáveis das questões apresentam-se medidas em escala de Likert de 1 a 5, onde 1 representa “nenhuma importância” e 5 representa “total importância”. Para as variáveis em análise da escala de medida, os elementos que se revestiram de maior importância foram:

- Os valores médios obtidos para cada questão (para as questões numa escala de 1 a 5, um valor superior a 3 é superior à média da escala).
- Os valores do desvio padrão associados a cada questão que representam a dispersão absoluta de respostas perante cada questão.
- O coeficiente de variação, que ilustra a dispersão relativa das respostas: quanto maior, maior é a dispersão de respostas.

4.2. Descrição dos Testes Aplicados

4.2.1. Teste t de Student e Teste de Mann-Whitney

Com o objectivo de dar resposta às questões em investigação no presente estudo, foram utilizados alguns testes estatísticos que permitiram realizar diversas análises descritivas. Os testes t de Student e de Mann-Whitney, para realizar o cruzamento entre as variáveis quantitativas e a variável qualitativa nominal dicotómica e o teste do Qui-quadrado de Pearson, para verificar a relação entre variáveis nominais e variáveis nominais ou ordinais.

Os testes estatísticos servem para averiguar se as diferenças observadas na amostra são estatisticamente significantes, ou seja, se as conclusões da amostra se podem inferir para a população.

Quando se pretende analisar uma variável quantitativa nas duas classes de uma variável qualitativa nominal dicotómica poderá realizar-se o teste paramétrico *t de Student*, de forma a verificar a significância das diferenças entre os valores médios observados para ambos os grupos da variável nominal dicotómica.

O teste *t* é antecedido por um teste de hipóteses à igualdade das variâncias em cada um dos grupos, que é o teste de Levene:

- H₀: A variância (desvio padrão) é igual para ambos os grupos da variável dicotómica.
- H₁: A variância (desvio padrão) é diferente para os dois grupos da variável dicotómica.

O valor de 5% é um valor de referência utilizado nas Ciências Sociais para testar hipóteses, significa que estabelecemos a inferência com uma probabilidade de erro inferior a 5%.

Quando o valor de prova deste teste é superior ao valor de referência de 5%, não se rejeita a hipótese nula (H₀) caso contrário rejeita-se e aceita-se a hipótese alternativa (H₁). No primeiro caso, ou seja, quando o valor de prova é superior a 5%, não se rejeita H₀ e consideram-se as variâncias iguais para os dois grupos. No segundo, se o valor de prova for inferior a 5%, não se rejeita H₀ e consideram-se as variâncias diferentes para os dois grupos.

Estes resultados são considerados para a análise do teste *t*: considera-se a linha superior ou a linha inferior, consoante as variâncias se consideram iguais ou diferentes, respectivamente.

O teste *t* coloca as seguintes hipóteses:

- H₀: Não existe diferença entre a média das variáveis quantitativas, para cada um dos grupos da variável dicotómica.
- H₁: Existe diferença entre a média das variáveis quantitativas, para cada um dos grupos da variável dicotómica.

Quando o valor de prova do teste t é superior a 5%, aceita-se H_0 , ou seja, não há diferenças entre os dois grupos. Se o valor de prova for inferior a 5%, rejeita-se H_0 , de a média ser igual para os dois grupos, ou seja, há diferenças entre os dois grupos.

Para aplicar um teste estatístico paramétrico, é necessário verificar o pressuposto da normalidade das distribuições das variáveis, o que pode ser realizado com o teste K-S (Kolmogorov-Smirnov com a correção de Lilliefors), que colocam a hipótese nula da variável seguir uma distribuição normal, pois para aplicar alguns dos testes estatísticos, nomeadamente os paramétricos, é necessário verificar este pressuposto (Maroco, 2003).

O teste K-S coloca as seguintes hipóteses:

- H_0 : A variável quantitativa segue uma distribuição normal para todas as classes da variável qualitativa.
- H_1 : A variável quantitativa não segue uma distribuição normal para todas as classes da variável qualitativa.

Para que se possa aplicar um teste paramétrico, tem que verificar-se H_0 para todas as classes da variável qualitativa o que não se verifica, quando pelo menos um valor de prova for inferior a 5%, rejeitando-se, nessas circunstâncias, H_0 . Nesses casos, o teste paramétrico precisa de ser confirmado pelo teste não paramétrico equivalente.

O teste t , sendo um teste paramétrico, exige que se cumpra o pressuposto da normalidade. No caso de não se verificar deve ser aplicado o teste de Mann-Whitney, que é o teste não paramétrico equivalente, que testa a igualdade das medianas em ambos os grupos.

Para realizar o cruzamento entre estas variáveis, recorre-se então ao teste de Mann-Whitney, que permite comparar os valores medianos da escala em cada um dos grupos.

O teste de Mann-Whitney coloca as seguintes hipóteses:

- H_0 : Não existe diferença entre a distribuição de valores das variáveis quantitativas, para cada um dos grupos da variável dicotómica.
- H_1 : Existe diferença entre a distribuição de valores das variáveis quantitativas, para cada um dos grupos da variável dicotómica.

O valor que importa analisar é a significância do teste, também designada por valor de prova. Quando este valor é inferior ao valor de referência de 5%, rejeita-se H_0 , ou seja,

existem diferenças entre os dois grupos. Quando é superior ao valor de referência de 5%, aceita-se H_0 .

4.2.2. Teste do Qui-quadrado

Perante uma variável nominal e variáveis nominais ou ordinais, o teste adequado para verificar a relação entre a variável nominal e cada variável ordinal é o qui-quadrado de Pearson (Maroco, 2003).

Neste teste, quando queremos perceber se existe alguma relação entre variáveis deste tipo definem-se as seguintes hipóteses:

- H_0 : As duas variáveis são independentes, ou seja, não existe relação entre as categorias de uma variável e as categorias da outra;
- H_1 : As duas variáveis apresentam uma relação entre si, ou seja, existe relação entre as categorias de uma variável e as categorias da outra;

O resultado relevante do teste é a significância (valor de prova). Sempre que o valor de prova for inferior a 5%, rejeita-se H_0 , concluindo-se que as duas variáveis estão relacionadas. Quando o valor de prova do teste for superior ao valor de referência de 5%, não podemos rejeitar H_0 , de que as duas variáveis são independentes, ou seja, conclui-se que elas não estão relacionadas.

No teste do qui-quadrado, quando existem mais de 20% das células com frequência esperada inferior a 5, cujo valor máximo só pode ser de 20%, é necessário aplicar o teste do qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, que tem por base a geração aleatória de amostras, quando existem classes com reduzida dimensão, que vem obviar ao problema das classes com poucas ou nenhuma observações nalguma classe. Nestes casos, os valores de prova analisados são sempre os da simulação de Monte Carlo.

4.3. Análise de Dados

Para além da informação estatística disponível, a recolha directa de dados, através da realização de entrevistas às empresas da fileira cerâmica, revela-se uma fonte indispensável para o entendimento dos principais determinantes de IDE neste sector.

Procurou-se centrar o estudo num sector com fortes tradições históricas em Portugal, particularmente vocacionado para as exportações e em que o IDE tivesse um peso significativo.

Do total de 58 empresas cerâmicas contactadas, obtiveram-se 31 respostas válidas. Os dados foram obtidos através de entrevistas semi-estruturadas, submetendo os entrevistados a um inquérito por questionário directo (Anexo 3) e de carácter exploratório. Este questionário foi essencialmente respondido por administradores/gerentes e directores financeiros no período entre Março e Junho de 2009. O período de estudo corresponde aos anos 2005, 2006 e 2007. Tal escolha reporta-se a um período de progressão do IDE em Portugal no tocante a créditos de investimento bruto (gráfico 1). Segundo as estatísticas do INE¹¹⁵, genericamente, durante o triénio 2005-2007, foi notório um crescimento gradual da penetração de empresas controladas por capitais estrangeiros em Portugal.

4.3.1. Caracterização Geral da Amostra

Numa primeira fase, procurou centrar-se o estudo unicamente em empresas cerâmicas portuguesas com maioria de capital estrangeiro. No entanto, o universo de empresas com aquela característica em Portugal, revelou-se muito reduzido, conduzindo à necessidade de alargar o estudo também a empresas apenas com capital nacional. Procurou-se conhecer o perfil das empresas cerâmicas portuguesas apenas com capital nacional e as que tinham maioritariamente capital estrangeiro. A partir daí, identificar o desempenho e a sua posição face às variáveis associadas às hipóteses foi o passo seguinte.

Das 31 empresas entrevistadas, 16 têm apenas capital nacional (52 % do total da amostra) e as restantes 15 têm maioria de capital estrangeiro (48% do total da amostra).

¹¹⁵Informação de 30 de Outubro de 2009.

No capítulo 3.3 (Quadro 13), ilustrou-se, com base nos dados fornecidos pelo INE, o quadro estatístico das filiais estrangeiras em Portugal, no período de 2005 a 2007. O número de empresas cerâmicas com capital estrangeiro ascendeu a 30 em 2005 e 2006 e a 33 em 2007. Os clorifícios representaram, no total das filiais, um peso de 63 %, 60 % e 52% nos 3 anos considerados, com 19, 18 e 17 empresas respectivamente.

No presente estudo empírico, entrevistaram-se 15 empresas com capital estrangeiro que representam, no total das filiais cerâmicas estrangeiras existentes em Portugal, 50 % nos anos 2005 e 2006 e 45% em 2007. Das 15 empresas, 7 são clorifícios que representam, no total daquele subsector, 37 % para 2005, 39% para 2006 e 41% para 2007.

Os questionários foram respondidos por 14 administradores e 2 gerentes, que representaram 52 % das respostas, e por 8 directores financeiros (19 % + 7%) (Tabela 1).

Tabela 1. Cargo na Empresa

	Frequência	Percentagem
Administrador	14	45,2
Administrativa	1	3,2
Assessor da Administração	1	3,2
Controlling	1	3,2
Director Administrativo/Financeiro	2	6,5
Director comercial	1	3,2
Director Financeiro	6	19,4
Gerente	2	6,5
TOC	1	3,2
Informação não disponível	2	6,5
Total	31	100,0

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

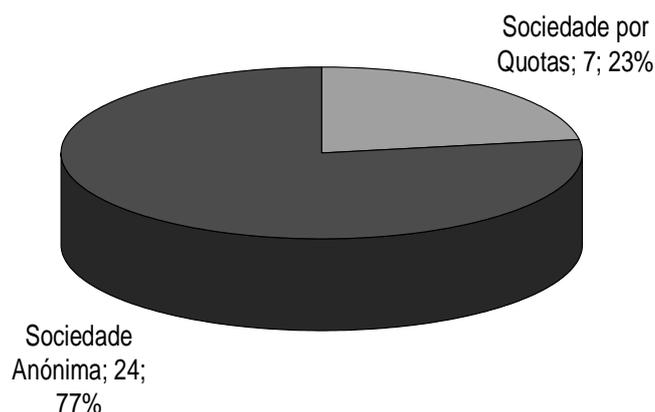
Tendo em conta as formas societárias possíveis, a grande maioria das empresas da amostra, 77%, é composta por sociedades anónimas, e, as restantes 23%, por sociedades por quotas (Gráfico 12).

A noção tradicional de que a forma jurídica de sociedade anónima é a de grande empresa, gerida por gestores profissionais, com grande número de sócios e trabalhadores, ainda está actualmente muito presente na sociedade portuguesa. Na amostra em estudo, por exemplo,

a percentagem de sociedades anónimas e o número de trabalhadores¹¹⁶, fortalece, de certa forma, esta convicção. No entanto, esta ideia tradicional tem sido alterada à medida que, por processos de constituição ou transformação, as sociedades anónimas têm vindo a substituir as outras formas societárias, em particular as sociedades por quotas, mesmo em pequenas empresas, com número reduzido de sócios e em que todos eles, numa forma ou de outra, desenvolvem a sua actividade na sociedade.

A estrutura produtiva do sector cerâmico em Portugal caracteriza-se essencialmente pelo seu carácter dual: por um lado, um numeroso conjunto de micro e pequenas empresas, nomeadamente no ramo das faianças e, por outro, um número reduzido de médias e grandes empresas, essencialmente no subsector dos pavimentos e revestimentos (Feio, 1998).

Gráfico 12. Natureza Jurídica Actual das Empresas Cerâmicas



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na amostra, observam-se os CAE listados, sendo de destacar os que pertencem aos subsectores dos pavimentos e revestimentos (23311, 23312, 23490) e sanitários (23420), com 3 observações cada (Tabela 2)¹¹⁷. Podemos ainda concluir que as empresas pertencentes aos subsectores dos pavimentos e revestimentos e clorifícios são as que existem em maior número na amostra, com 13 e 7 empresas respectivamente (Tabela 2 e Gráfico 13).

¹¹⁶ Número significativo de empresas com mais de 250 trabalhadores nos anos 2005, 2006 e 2007. O número de trabalhadores por escalões e por organização será, adiante neste estudo, alvo de análise mais detalhada.

¹¹⁷ Alguns respondentes consideraram ainda os antigos CAE Rev. 2.1, nomeadamente os códigos 24120, 24301, 25991, 26302, 26401 e 47522, apesar de, no momento da entrevista, estarem já em vigor os novos códigos CAE Rev. 3.

Tabela 2. CAE Principal

Subsector Cerâmico	CAE	Frequência
Pavimentos e Revestimentos	23311	3
	23312	3
	23610	2
	23302	2
	23490	3
Cerâmica Estrutural	23321	1
	23322	1
	23323	1
	26401	1
Clorifícios	20301	1
	20303	2
	24120	1
	24301	1
	23190	1
	23412	1
Sanitários	23420	3
	25991	1
Cerâmica Doméstica Ornamental	23412	2
Outra Actividade Cerâmica	47522	1

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

As empresas que compõem a amostra espelham algumas das características do sector cerâmico português e do IDE que converge para a economia portuguesa, designadamente a sua concentração no litoral do país (Ribeiro e Santos, 2001). Na amostra, das sedes enunciadas pelas empresas destaca-se Anadia, que representa 19% do total assinalado; Águeda com 13 % e Aveiro e Oiã com 6,5 % cada. Das 31 empresas inquiridas, pertencentes ou não a um grupo, 25 têm sede localizada no distrito de Aveiro, ou seja, 80 % das empresas que compõem a amostra.

Efectivamente, a concentração geográfica das empresas cerâmicas portuguesas, privilegia a região Centro, particularmente o distrito de Aveiro, pelas importantes tradições de produção naquele sector.

Das empresas que pertencem a grupos estrangeiros, 67 % das suas sedes localizam-se em Espanha¹¹⁸ e 20% em Itália¹¹⁹. O capital estrangeiro destas empresas tem origem apenas

¹¹⁸ Esta constatação corrobora os dados fornecidos pelo INE (Quadro 13).

¹¹⁹ Na amostra existe ainda uma empresa americana e outra francesa.

num único país. Das 15 empresas com capital estrangeiro, 13 têm 100% de capitais externos e apenas 2 (13% da amostra) têm 95% de capitais externos.

O Capital Social apresenta, na amostra, um valor médio de 4.229.683 euros, com uma dispersão de valores de 106%. Os valores mínimo e máximo são, respectivamente, 50.100 euros e 16.500 000 euros (Tabela 3).

Tabela 3. Capital Social das Empresas

	N	Média	Desvio		Mínimo	Máximo
			Padrão	Coef. Variação		
Capital Social:	31	4 229 683	4 484 120	106%	50 100	16 500 000

Verificam-se 2 não respostas

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

A distribuição de valores do Capital Social apresenta uma maior concentração de valores até 2.000.000 euros sendo os valores superiores a 12.000.000 euros considerados *outliers*¹²⁰ (Anexo 6.1).

No que respeita à análise do capital social e número de estabelecimentos, procedeu-se também à comparação entre as empresas apenas com capital nacional e as empresas com maioria de capital estrangeiro. Para o efeito, a variável em estudo é nominal dicotómica, pelo que foram aplicados os testes adequados a este tipo de variáveis (teste paramétrico *t de Student*) tendo produzido os resultados resumidos presentes na Tabela 4.

Tabela 4. Teste t de Student - Capital Social e Número de Estabelecimentos

		Teste de Levene		Teste t		
		F	p	t	gl	Valor de prova
Capital Social:	Variâncias iguais	11,212	,002	-1,292	29	,206
	Variâncias diferentes			-1,263	18,709	,222
Número de Estabelecimentos:	Variâncias iguais	,151	,701	,626	29	,536
	Variâncias diferentes			,625	28,725	,537

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

No teste de Levene (teste prévio), o valor de prova é superior a 5% para o número de estabelecimentos, pelo que não se rejeita H_0 e consideram-se as variâncias iguais para os dois grupos (linha superior - Tabela 4). Quanto ao capital social, o valor de prova é inferior a 5%, pelo que se rejeita H_0 , considerando-se as variâncias diferentes para os dois grupos (linha inferior - Tabela 4).

¹²⁰ Casos extremos.

Na análise ao teste t, verifica-se que valor de prova é superior a 5% para ambas a variáveis, logo, aceita-se H_0 e rejeita-se H_1 , ou seja, considera-se que não existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos.

Para aplicar um teste estatístico paramétrico, é também necessário verificar o pressuposto da normalidade das distribuições das variáveis, o que pode ser realizado com o teste K-S. O pressuposto da normalidade não se verifica para ambas as variáveis, pois pelo menos um valor de prova é inferior a 5%, pelo que se rejeita H_0 (Tabela 5).

Tabela 5. Teste K-S- Pressuposto da Normalidade da Distribuição das Variáveis

		K-S (a)		
		Estatística	gl	Valor de prova
Capital Social:	Apenas Capital Nacional	,194	16	,111
	Maioria Capital Estrangeiro	,247	15	,014
Número de Estabelecimentos:	Apenas Capital Nacional	,329	16	,000
	Maioria Capital Estrangeiro	,419	15	,000

(a) Correção de significância de Lilliefors

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

O teste paramétrico será confirmado pelo teste não paramétrico equivalente, o teste de Mann-Whitney (Tabela 6).

Tabela 6. Teste de Mann-Whitney - Capital Social e Número de Estabelecimentos

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Valor de prova
Capital Social:	114	250	-,237	,812
Número de Estabelecimentos:	101	221	-,882	,378

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Verifica-se que na amostra, a média do capital social é superior para as empresas com maioria de capital estrangeiro e a média do número de estabelecimentos é superior para as empresas apenas com capital nacional, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas (Tabela 7).

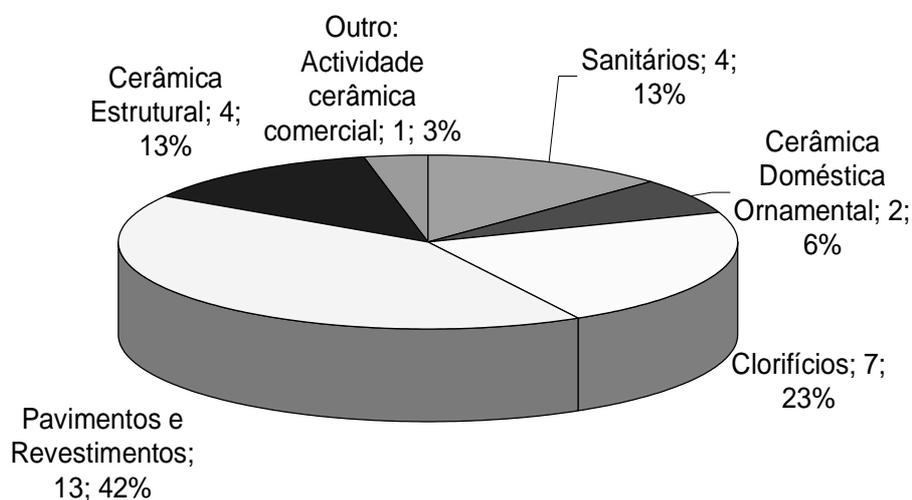
Tabela 7. Valores Médios - Capital Social e Número de Estabelecimentos por Composição de Capital

		N	Média	Desvio padrão
Capital Social:	Apenas Capital Nacional	16	3 233 018	2 498 397
	Maioria Capital Estrangeiro	15	5 292 792	5 835 504
Número de Estabelecimentos:	Apenas Capital Nacional	16	1,88	1,204
	Maioria Capital Estrangeiro	15	1,60	1,242

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

No que concerne à análise dos subsectores cerâmicos presentes na amostra, foram inquiridas empresas dos subsectores dos pavimentos e revestimentos, que representaram 42 % do total da amostra, cerâmica doméstica ornamental e estrutural, sanitários, clorifícios e outros. Uma referência especial ao subsector dos clorifícios, na medida em que as empresas que compõem aquele subsector têm forte expressividade em termos de *inflows* de IDE em Portugal e, asseguram a montante, como já anteriormente referido, trabalhos de I&D, preparação e o fornecimento de matérias-primas, na cadeia de valor das indústrias cerâmicas portuguesas. Os clorifícios foram o subsector com maior representação na amostra, com 23 %, depois do subsector dos pavimentos e revestimentos (Gráfico 13)¹²¹.

Gráfico 13. Subsectores Cerâmicos



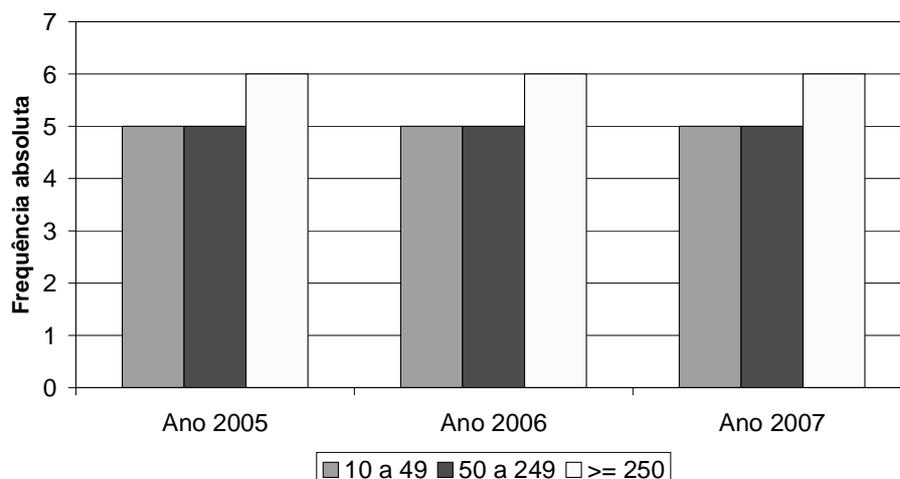
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Em função da opção sectorial assumida e do próprio tema em estudo, o inquérito realizado incidu essencialmente sobre o universo das empresas cerâmicas com mais de 10 trabalhadores ao serviço.

Para as empresas com apenas capital nacional, as respostas não sofrem alterações ao longo dos três anos, isto é, 31% têm 10 a 49 trabalhadores, outros 31% têm entre 50 a 249 trabalhadores e 38% têm mais de 250 trabalhadores (Gráfico 14).

¹²¹ Neste estudo, todos os clorifícios têm capital maioritariamente estrangeiro.

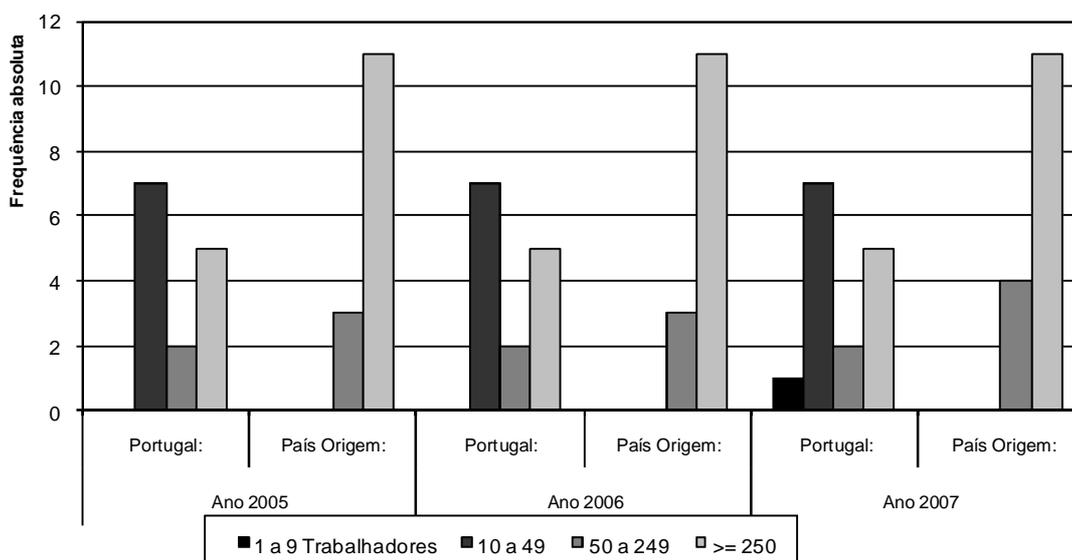
Gráfico 14. Número de trabalhadores - Empresas apenas Capital Nacional



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Nos grupos estrangeiros, os escalões assinalados apenas sofrem uma pequena alteração no último ano (2007), nos dois primeiros anos, das filiais em Portugal, 50% têm entre 10 a 49 trabalhadores, 14% têm entre 50 a 249 trabalhadores e 36% têm mais de 250 trabalhadores. Já no país de origem, 21% têm entre 50 a 249 trabalhadores e 79% têm mais de 250 trabalhadores (Gráfico 15).

Gráfico 15. Número de trabalhadores - Empresas Maioritariamente com Capital Estrangeiro



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

No ano 2007, as diferenças observadas resultam do facto de surgir uma nova resposta de uma empresa que não tinha indicado dados dos trabalhadores para 2005 e 2006, já que, só se constituiu no ano 2007. Essa empresa tem menos de 10 trabalhadores em Portugal e tem entre 50 a 249 trabalhadores no país de origem, o que faz com que a distribuição de valores passe a ser: em Portugal 7% têm menos de 10 trabalhadores, 47% têm entre 10 a 49 trabalhadores, 13% têm entre 50 a 249 trabalhadores e 33% têm mais de 250 trabalhadores. No país de origem 27% têm entre 50 a 249 trabalhadores e 73% têm mais de 250 trabalhadores.

Com recurso ao teste qui-quadrado, procedeu-se à análise do número de trabalhadores e dos subsectores de actividade comparando as empresas com apenas capital nacional e as que têm maioritariamente capital estrangeiro. No teste, existe sempre mais de 20% das células com frequência esperada inferior a 5, logo, aplica-se o teste do qui-quadrado por simulação de Monte Carlo (Tabela 8).

Tabela 8. Teste Qui-Quadrado- Número de Trabalhadores e Subsector de Actividade

	Estatística	G.L.	Valor de prova	Monte Carlo Valor de prova
Subsector de Actividade:	15,753(a)	5	,008	,001
Nº de Trabalhadores				
Ano 2005 – Portugal:	1,584(b)	2	,453	,472
Ano 2006 – Portugal:	1,584(c)	2	,453	,472
Ano 2007 – Portugal:	2,680(d)	3	,444	,500

(a) 10 cells (83,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,48.

(b) 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,27.

(c) 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,27.

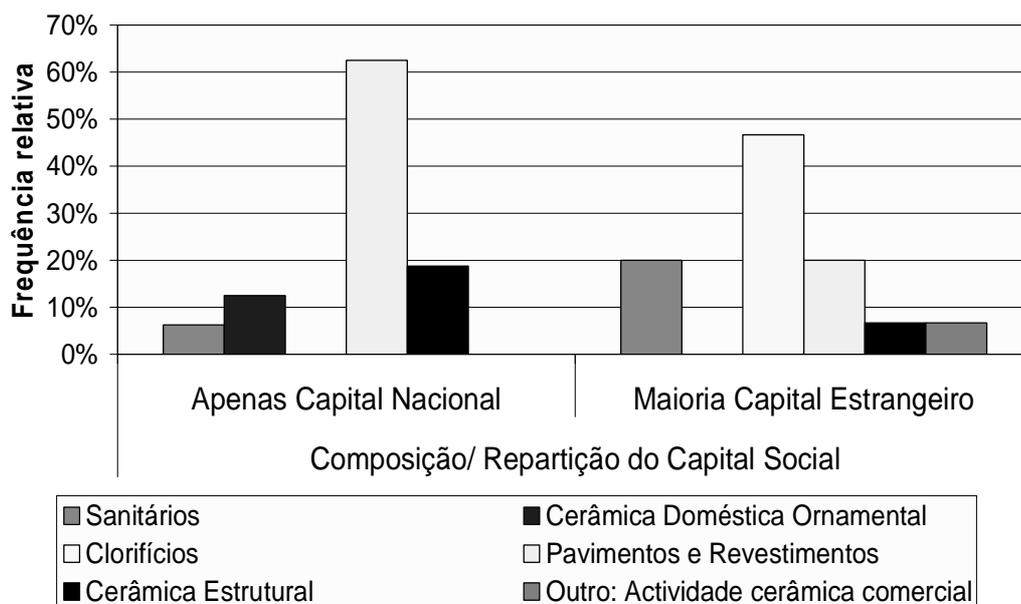
(d) 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,48.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Das análises efectuadas concluiu-se que o valor de prova é inferior ao valor de referência de 5% para o subsector de actividade, pelo que se rejeita H_0 e aceita-se H_1 , ou seja, existe uma relação entre o subsector de actividade e a composição do capital social. Por outro lado, o valor de prova é superior ao valor de referência de 5% para o número de trabalhadores, pelo que não se rejeita (aceita-se) H_0 , isto é, não existe uma relação entre o número de trabalhadores e a composição do capital social. O número de trabalhadores é, portanto, independente da composição do capital social.

O número de empresas dos subsectores dos pavimentos e revestimentos e da cerâmica estrutural predomina nas empresas apenas com capital nacional. O sector dos clorifícios predomina nas empresas maioritariamente com capital estrangeiro, sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas. O resultado é ilustrado no Gráfico 16.

Gráfico 16. Subsector de Actividade por Composição de Capital

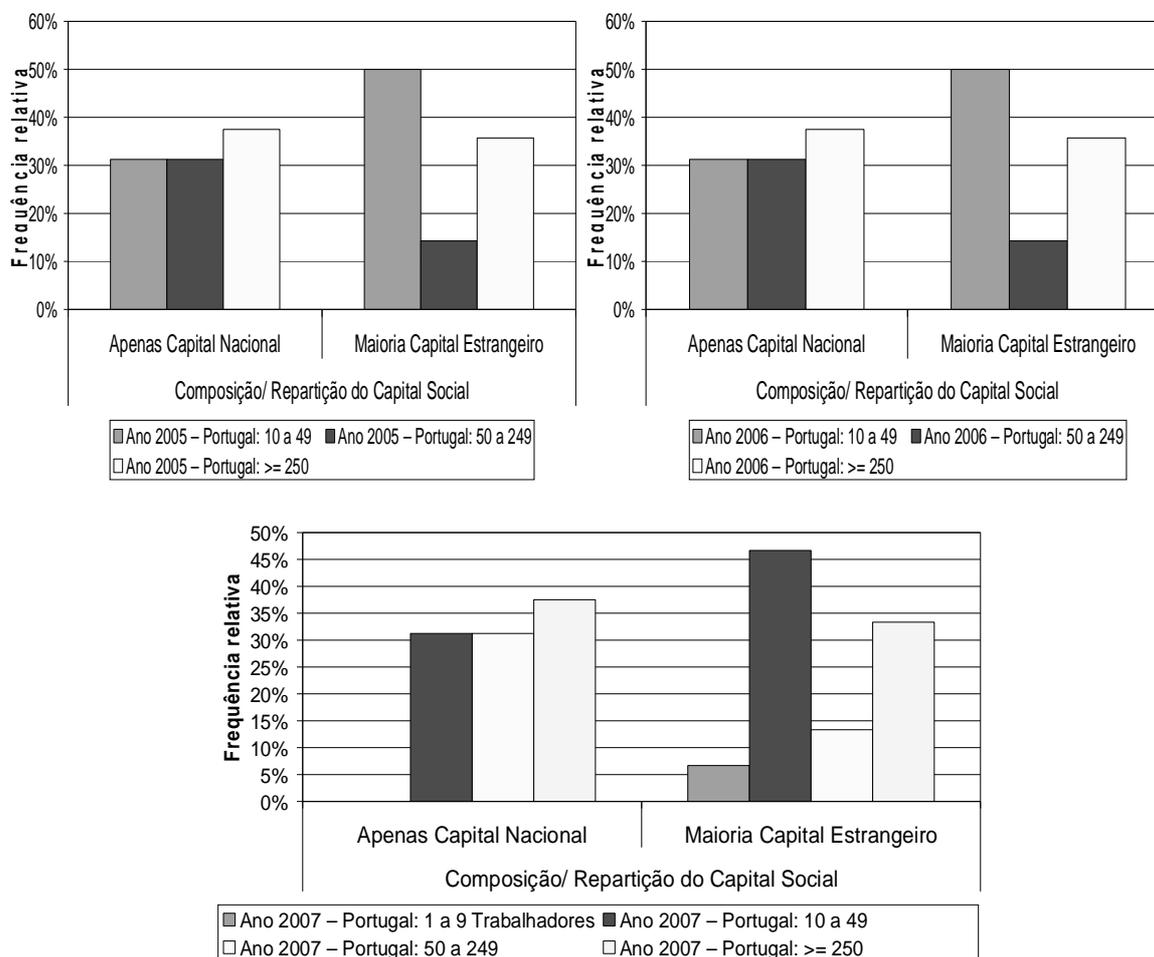


Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na análise aos diversos escalões de trabalhadores verifica-se que, na amostra, em 2005, a percentagem de trabalhadores pertencentes ao escalão 50-249 trabalhadores foi superior nas empresas apenas com capital nacional (Gráfico 17). O número de trabalhadores inseridos no escalão 10-49 é superior nas empresas com maioria de capital estrangeiro, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas. No ano 2006, verifica-se a mesma realidade observada em 2005.

No ano 2007 a percentagem de trabalhadores dos escalões 50-249 e mais de 250 é superior para as empresas apenas com capital nacional. Os escalões de 1-9 e de 10-49 trabalhadores é superior nas empresas maioritariamente com capital estrangeiro, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas. Pode-se então concluir que nas variáveis estudadas (subsector de actividade e número de trabalhadores), apenas se verificam diferenças significativas nos subsectores de actividade, entre as empresas apenas com capital nacional e as empresas com maioria de capital estrangeiro.

Gráfico 17. Número de Trabalhadores por Composição de Capital - Anos 2005-2007



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Numa análise à dimensão¹²² (avaliada pelos escalões de pessoas ao serviço), as empresas da amostra com apenas capital nacional são maioritariamente PME (62 %) ¹²³. Também as empresas que pertencem a um grupo estrangeiro, têm em Portugal, na sua maioria, pequenas e médias unidades produtivas (60%), sendo as empresas-mãe, maioritariamente grandes empresas (79%). Efectivamente, as características da amostra em termos de dimensão, corroboram, parcialmente¹²⁴, as estatísticas recentes, nomeadamente as que são

¹²² Recorde-se a nova legislação (Lei nº 7/2009) de 12 de Fevereiro, já anteriormente referida neste trabalho.

¹²³ Apesar da maioria das empresas, que compõem a amostra, ser PME, é de destacar a percentagem que as grandes empresas (mais de 250 trabalhadores) representa no total da amostra, sendo provável que aquele grupo de empresas se insira no subsector dos pavimentos e revestimentos.

¹²⁴ Segundo dados do INE, em 2007 as microempresas (até 10 trabalhadores), representaram 81% do total das empresas do sector, as PME 18% e apenas 1% as grandes empresas.

fornecidas pelos sistemas de contas integradas das empresas do INE, isto é, a estrutura empresarial do sector cerâmico em Portugal caracteriza-se, essencialmente, por um número reduzido de grandes empresas.

A maioria das empresas da amostra foi constituída entre os anos 1990 e 2000, apesar de um número considerável de empresas se ter constituído também no período de 1970 a 1980 (Gráfico 18). Foi também no período entre 1990 e 2000 (com destaque para o início da década de 1990) que a maioria das EMN decidiu instalar-se em Portugal (Gráfico 19).

De facto, os fluxos de IDE, nomeadamente em termos de *inflows* aceleraram a partir do ano 1994 pelo surto de projectos públicos financiados, em parte, por apoios comunitários crescentes, e, também, pela forte recuperação do investimento privado que traduzia, na época, o ressurgimento da confiança dos empresários e a reorientação da actividade económica (Pereira, 2007)¹²⁵. O crescimento do IDE nos anos de 1990s e seguintes, acompanhou, de facto, um marcante processo de privatizações que permitiu a aquisição de empresas de serviços, nomeadamente na área financeira e telecomunicações, com o objectivo político de, por um lado, promover a iniciativa privada e a regulação (a favor das leis do mercado) e, por outro, afastar o Estado na qualidade de empresário. A segunda metade da década 1990s e o início dos anos de 2000, em contexto de globalização mundial crescente, traduziram-se também numa alteração de posicionamento de Portugal face aos fluxos de IDE: “*De tradicional receptor líquido de investimento, Portugal, entre 1998 e 2001, torna-se investidor líquido no exterior. Contudo, em 2002, assistiu-se a uma inversão desta tendência, voltando o investimento directo do exterior em Portugal a superar o de Portugal no exterior*” (Claro e Escária, 2003:87).

¹²⁵ Segundo este autor, o ano 1990 representou o começo de uma profunda crise interna e externa que se prolongaria e atingiria o seu ponto mais elevado em 1993. O PIB diminuiu 0,7 % em 1993, tendo, em 1990, crescido 4,6%, em 1991 2,3% e em 1992 1,9%. Para Feio (1996), a transição para os anos 1990s, representou um período de fortes dificuldades económicas, marcado, essencialmente, por muitas falências, redução do volume de emprego e abrandamento das exportações.

Gráfico 18. Ano de Constituição

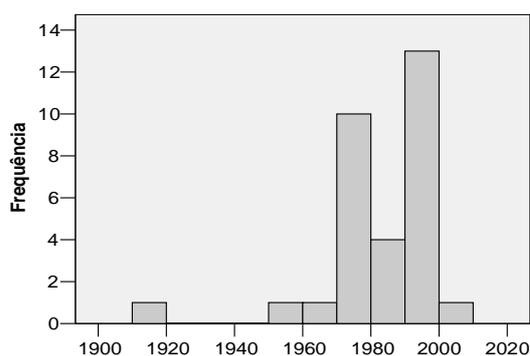
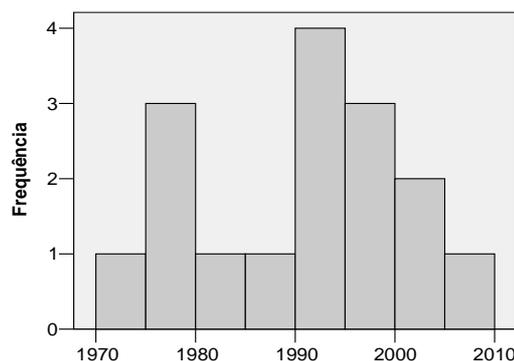


Gráfico 19: Ano de Instalação em Portugal



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

4.3.2. Localização dos Principais Concorrentes, Fornecedores e Clientes

Considerando as empresas da amostra, 58% dos seus principais concorrentes situam-se no distrito de Aveiro, 29% noutra país da UE, 10% no resto do país e 3% no resto do mundo. Não obstante a actual importância da concorrência oriunda de países com mão-de-obra mais barata, nomeadamente em direcção ao subsector da cerâmica ornamental e doméstica, este resultado (o de a maioria dos concorrentes se situarem nos distrito de Aveiro e resto do país com 68 %), reflecte a influência concorrencial do mercado doméstico nas empresas com apenas capital nacional (que representam mais de metade do total das empresas da amostra - 52 %). Para estas organizações, o mercado local é composto por empresas concorrentes com potencial produtivo e de qualidade, mesmo que, por vezes se tratem de empresas de média dimensão. Segundo a APICER, existe entre uma a duas dezenas de empresas, especialmente as dos subsectores dos pavimentos e revestimentos, que apesar de terem dimensão média, são competitivas interna e externamente¹²⁶.

Quanto à origem dos fornecimentos do sector cerâmico, no questionário focou-se apenas a vertente de matérias-primas e produtos intermédios, tendo considerado a origem dos equipamentos industriais um aspecto menos importante na análise. Os equipamentos são geralmente importados, através de empresas (agentes) locais, e mesmo os menos automatizados e sofisticados, são produzidos fora do distrito de Aveiro (Porto e Leiria), (Feio, 1998).

¹²⁶ www.apicer.pt (entrevista concedida à Revista Arte & Construção - Fev. 2003).

Os principais fornecedores das empresas cerâmicas portuguesas localizam-se em Portugal (19% situam-se no distrito de Aveiro e 32% no resto do país)¹²⁷. De facto, a aquisição de matérias-primas e produtos intermédios é uma variável que aparece bem representada no mercado local. Importa assinalar, contudo, que no que respeita ao acesso a produtos intermédios, o sector enfrenta algumas dificuldades na medida em que é quase inexistente a segmentação dos processos produtivos¹²⁸.

Cerca de 45% das empresas da amostra referiram que os seus principais clientes se situam noutra país da UE ou no resto do mundo (39% e 6% respectivamente), reflectindo, por conseguinte, uma forte vocação exportadora do sector da cerâmica português.

O mercado nacional constitui o principal destino dos produtos do sector, ainda que as exportações representem um importante papel nas vendas destas empresas e sejam cada vez mais encaradas como escapatória à saturação do mercado nacional, reforçando a perspectiva de alargamento dos mercados.

O peso dos clientes internacionais nos rendimentos operacionais das empresas é confirmado pela análise à percentagem das vendas por mercado (Tabela 9).

Não obstante o valor médio da percentagem das vendas ser superior no mercado doméstico (distrito de Aveiro com 23 % e o resto do país com 41 %), é de relevar a média observada por outro país da UE, com 26% e, pelo resto do Mundo, com de 10%. Grande percentagem¹²⁹ da actual carteira de clientes das empresas respondentes, são clientes internacionais. Fruto da forte vocação exportadora das empresas de cerâmica e das boas experiências nos mercados externos¹³⁰, Portugal goza de elevada reputação nos mercados internacionais (ponto forte do sector -ver Quadro 14 - matriz SWOT).

¹²⁷ Na amostra, 49% dos respondentes assinalaram que os seus principais fornecedores se situam noutra país da UE.

¹²⁸ Outro aspecto de debilidade são as fracas relações de complementaridade produtiva no sector cerâmico português.

¹²⁹ A percentagem das vendas por mercado assinalada pelas empresas, reportou-se à média dos anos 2005, 2006 e 2007.

¹³⁰ A actual recessão nos mercados nacionais tem motivado o maior empenhamento das empresas nas suas relações internacionais.

Tabela 9. Percentagem de Vendas por Mercado

	N	Média	Desvio Padrão	Coef. Variação
Distrito de Aveiro (%)	31	23,4	30,4	130%
Resto do País (%)	31	40,9	26,5	65%
Outro País da UE (%)	31	26,4	25,5	97%
Resto do Mundo (%)	31	9,6	19,5	202%

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Os subsectores da louça sanitária e dos pavimentos e revestimentos exportam grande parte das suas vendas, porque, muitas vezes, o mercado português é insuficiente para absorver a capacidade instalada destas organizações¹³¹. Por outro lado, a produção é de elevada qualidade e bem estruturada em termos de capacidade produtiva, já que este também é um sector de capital intensivo.

A maioria das empresas vende para o mercado externo, excepto as do subsector da cerâmica estrutural que registam maiores dificuldades em exportar, na medida em que os produtos que comercializam não são facilmente exportáveis (problemas relacionados com o peso, volume e custos de transporte inerentes às características dos produtos: telhas, tijolos, abobadilhas e outros).

Tal como já referido anteriormente, os principais países de destino das exportações deste sector são mercados europeus (Espanha, França e Alemanha), em regra, destinos exigentes em termos de qualidade dos produtos (Tabela 10). No resto do Mundo, merecem destaque as exportações para Angola e Rússia. A aposta no mercado russo intensificou-se, para muitas empresas, assim que foi ultrapassada a dificuldade inicial de produção de revestimentos cerâmicos resistentes às baixas temperaturas que ali se registam. Para algumas empresas do distrito de Aveiro, esta parceria internacional já conta com mais de duas décadas.

¹³¹ Esta informação foi facultada pelos dirigentes das empresas aquando das entrevistas.

Tabela 10. Principais Países de Destino de Vendas das Empresas Inquiridas

País da UE	% No total de países da UE assinalados	País do Resto do Mundo	% No total de países do Resto Mundo assinalados
Espanha	34 %	Angola	18 %
França	27 %	Rússia	15 %
Alemanha	12 %	EUA	9 %
Reino Unido	10 %	Líbano	6 %
Itália	5 %	Outros	47%
Outros	12 %		
Total	100%	Total	100 %

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Com recurso ao teste qui-quadrado por simulação de Monte Carlo, procedeu-se à análise da localização dos principais concorrentes, fornecedores e clientes comparando as empresas com apenas capital nacional e as que têm maioritariamente capital estrangeiro (Tabela 11). À semelhança das análises efectuadas aos subsectores de actividade e número de trabalhadores para as empresas com capital nacional e estrangeiro, também na aplicação dos testes estatísticos à localização dos principais fornecedores, clientes e concorrentes existe sempre mais de 20 % das células com frequência esperada inferior a 5, razão pela qual se aplicou o teste do qui-quadrado por simulação de Monte Carlo.

Tabela 11. Localização Principais Concorrentes, Fornecedores e Clientes - Teste Qui-Quadrado

	Estatística	G.L.	Valor de prova	Monte Carlo Valor de prova
Localização Principais Concorrentes	1,414(a)	3	,702	1,000
Localização Principais Fornecedores	9,644(b)	2	,008	,010
Localização dos Principais Clientes	8,481(c)	3	,037	,028

(a) 6 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,48.

(b) 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,90.

(c) 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,97.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Observa-se na Tabela 11 que o valor de prova é inferior ao valor de referência de 5% para a localização dos fornecedores e clientes, pelo que se rejeita H_0 e aceita-se H_1 , ou seja, existe uma relação entre a localização dos fornecedores e clientes e a composição do capital social. Para a localização dos concorrentes, o valor de prova é superior ao valor de

referência de 5%, pelo que não se rejeita H_0 . Por conseguinte não existe uma relação entre a localização dos concorrentes e a composição do capital social; a localização dos concorrentes é independente da composição do capital social.

Verifica-se que a percentagem de concorrentes no resto do país¹³² e no resto do mundo é superior nas empresas apenas com capital nacional (Tabela 12). A percentagem de concorrentes presente noutra país da UE é superior para as empresas maioritariamente com capital estrangeiro, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas.

Tabela 12. Localização dos Principais Concorrentes por Composição de Capital Social

		Localização Principais Concorrentes			
		Distrito de Aveiro	Resto do País	Outro País da UE	Resto do Mundo
Apenas Capital Nacional	N	9	2	4	1
	% no grupo	56,3%	12,5%	25,0%	6,3%
Maioria Capital Estrangeiro	N	9	1	5	0
	% no grupo	60,0%	6,7%	33,3%	,0%

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

A análise à localização dos principais fornecedores revela que a percentagem dos que se situam no distrito de Aveiro e no resto do país é superior para as empresas apenas com capital nacional, e a percentagem de fornecedores localizados noutra país da UE é superior nas empresas com maioria de capital estrangeiro, sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas (Tabela 13).

Tabela 13. Localização dos Principais Fornecedores por Composição de Capital Social

		Localização Principais Fornecedores		
		Distrito de Aveiro	Resto do País	Outro País da UE
Apenas Capital Nacional	N	6	6	4
	% no grupo	37,5%	37,5%	25,0%
Maioria Capital Estrangeiro	N	0	4	11
	% no grupo	,0%	26,7%	73,3%

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

O peso que os clientes localizados no resto do país e noutra país da UE ocupa é superior para empresas apenas com capital nacional, sendo a percentagem de clientes situados no

¹³² Todo o país excepto o distrito de Aveiro.

distrito de Aveiro e no resto do Mundo superior para as empresas com capital estrangeiro. Neste caso, as diferenças observadas são também estatisticamente significativas (Tabela 14).

Tabela 14. Localização dos Principais Clientes por Composição de Capital Social

		Localização dos Principais Clientes			
		Distrito de Aveiro	Resto do País	Outro País da UE	Resto do Mundo
Apenas Capital Nacional	N	1	7	8	0
	% no grupo	6,3%	43,8%	50,0%	,0%
Maioria Capital Estrangeiro	N	6	3	4	2
	% no grupo	40,0%	20,0%	26,7%	13,3%

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na análise à percentagem de vendas por mercado utilizou-se o teste paramétrico *t de Student* (Tabela 15). O valor de prova é inferior a 5% para o distrito de Aveiro e para o resto do país, ou seja, rejeita-se H_0 e aceita-se H_1 : considera-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos. Para os outros países da UE e para o resto do Mundo o valor de prova é superior a 5%. Neste caso, aceita-se H_0 e rejeita-se H_1 : considera-se que não existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos.

Tabela 15. Percentagem das Vendas por Mercado- Teste t de Student

		Teste de Levene		Teste t		
		F	p	t	gl	Valor de prova
Distrito de Aveiro (%)	Variâncias iguais	61,106	,000	-2,894	29	,007
	Variâncias diferentes			-2,812	15,908	,013
Resto do País (%)	Variâncias iguais	2,424	,130	3,367	29	,002
	Variâncias diferentes			3,407	26,655	,002
Outro País da EU (%)	Variâncias iguais	,285	,597	,762	29	,452
	Variâncias diferentes			,763	28,996	,451
Resto do Mundo (%)	Variâncias iguais	5,189	,030	-8,15	29	,422
	Variâncias diferentes			-,791	15,512	,441

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na verificação do pressuposto da normalidade das distribuições das variáveis (necessário à aplicação de um teste estatístico paramétrico), realizou-se o teste K-S (Tabela 16).

Observa-se que o pressuposto da normalidade não se cumpre para o distrito de Aveiro, para outros países da UE e para o resto do Mundo, pois pelo menos um valor de prova é inferior a 5%, pelo que se rejeita H_0 .

Tabela 16. Percentagem das Vendas por Mercado por Composição de Capital-Teste K-S

		K-S (a)		
		Estatística	gl	Valor de prova
Distrito de Aveiro (%)	Apenas Capital Nacional	,266	16	,004
	Maioria Capital			
	Estrangeiro	,262	15	,007
Resto do País (%)	Apenas Capital Nacional	,135	16	,200(*)
	Maioria Capital			
	Estrangeiro	,130	15	,200(*)
Outro País da EU (%)	Apenas Capital Nacional	,160	16	,200(*)
	Maioria Capital			
	Estrangeiro	,295	15	,001
Resto do Mundo (%)	Apenas Capital Nacional	,148	16	,200(*)
	Maioria Capital			
	Estrangeiro	,419	15	,000

(a) Correção de significância de Lilliefors

(*) Limite inferior da verdadeira significância

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

O resultado do teste paramétrico será confirmado pelo teste não paramétrico equivalente, isto é, teste de Mann-Whitney (Tabela 17). O valor de prova é inferior a 5% para o distrito de Aveiro, ou seja confirmam-se os resultados do teste t.

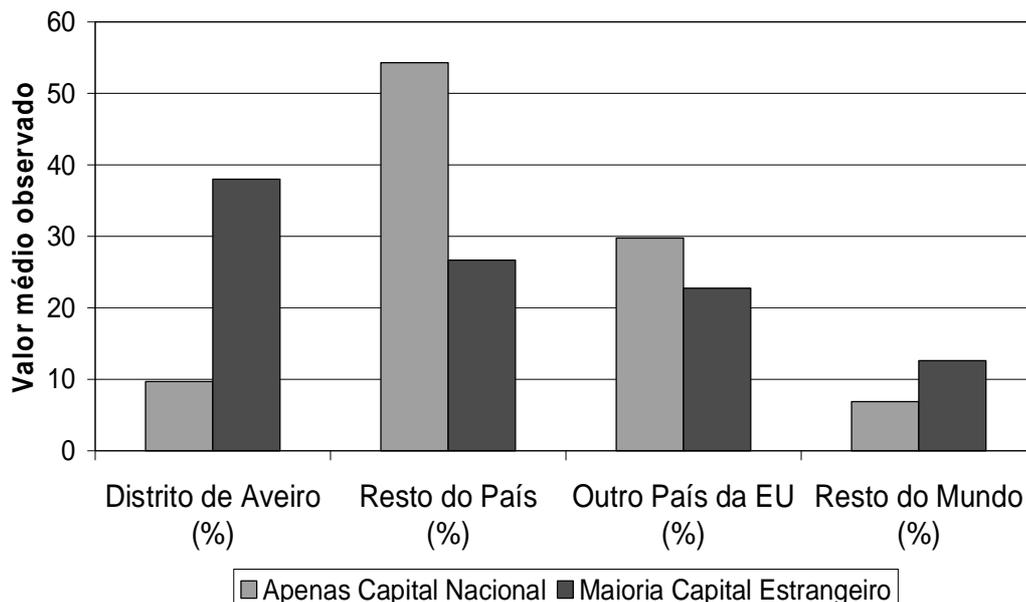
Tabela 17. Percentagem de Vendas por Mercado- Teste de Mann-Whitney

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Valor de prova
Distrito de Aveiro (%)	76,5	212,5	-1,926	,034
Outro País da UE (%)	94,5	214,5	-1,021	,307
Resto do Mundo (%)	93	213	-1,093	,275

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na análise aos valores médios da percentagem de vendas por mercado corrobora-se os últimos dados revelados, ou seja; o peso das vendas no distrito de Aveiro e no resto do Mundo é superior para as empresas de capital estrangeiro e a média da percentagem das vendas para o resto do país e para outros países da UE é superior para as empresas apenas com capital nacional, sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas apenas para as primeiras variáveis (distrito de Aveiro e resto do país) – Gráfico 20.

Gráfico 20. Percentagem de Vendas por Mercado (Valores Médios)



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Pode-se concluir que, nas variáveis estudadas apenas se verificam diferenças significativas entre as empresas apenas com capital nacional e as empresas com maioria de capital estrangeiro na localização dos fornecedores e clientes e na percentagem das vendas destinada ao distrito de Aveiro e ao resto do país.

4.3.3. Volume de Negócios

De acordo com a informação recolhida, o valor médio do volume de negócios aumenta de 23,4 milhões de euros em 2005 para 24,6 milhões de euros em 2007 (Tabela 18).

Estes dados contrariam a tendência registada na informação disponibilizada pelo INE (Gráfico 6), em que se observa uma queda no volume de negócios de 2005 para 2007 de cerca de 2% (de 2005 para 2006 observa-se um decréscimo de cerca de 3% e, de 2006 para 2007, uma ligeira recuperação de cerca de 0,8%).

Segundo informação dos administradores e directores financeiros, o aumento do volume de negócios de cerca de 5%, no período de 2005 a 2007, deveu-se em grande medida, ao aumento das exportações.

A maioria das empresas inquiridas demonstrou intenção de alargamento a outros mercados, com o objectivo de se tornarem mais competitivas no confronto com outros materiais tradicionais, como a pedra e a madeira¹³³, privando, desta forma, a Natureza das violações constantes que sofre com a extracção daqueles materiais. Os produtos cerâmicos são cada vez mais procurados por quem procura múltiplas soluções estéticas e com elegância, afirmaram alguns dirigentes. A indústria cerâmica tem evoluído na produção de materiais com grande capacidade expressiva e caracterizados por uma elevada prestação técnica, muitas vezes, com os clorifícios, a montante de todo o processo de I&D (por exemplo os porcelânicos, porcelanatos técnicos, etc¹³⁴).

Os valores mínimos variam de 856 mil euros em 2005 para 959 mil euros em 2007 e o valor máximo está entre 84 milhões de euros em 2005 e 90 milhões de euros em 2006. Pela variação dos valores máximos, podemos constatar a presença de empresas de grande dimensão na amostra.

Tabela 18. Volume de Negócios das Empresas Inquiridas (Valores em euros)

	N	Média	Desvio Padrão	Coef. Variação	Mínimo	Máximo
Volume de Negócios (valores em euros) – 2005	30	23 363 957	24 502 428	105%	856 378	84 000 000
Volume de Negócios (valores em euros) – 2006	30	24 537 605	25 967 474	106%	987 651	90 000 000
Volume de Negócios (valores em euros) – 2007	31	24 646 612	26 286 725	107%	958 835	88 000 000

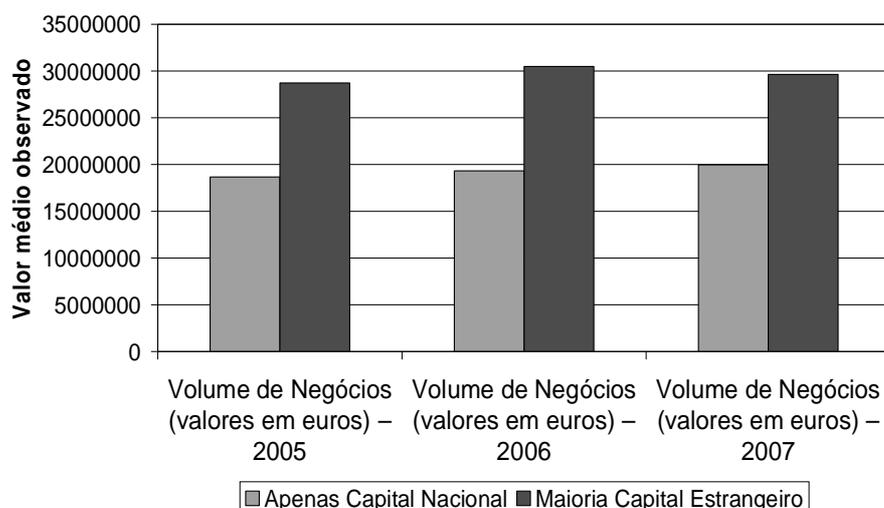
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Verifica-se ainda que a média do volume de negócios é superior para as empresas com maioria de capital estrangeiro, para todos os anos, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas (Gráfico 21).

¹³³ Algumas das empresas inquiridas, essencialmente as de pavimentos e revestimentos, têm vindo a apostar na diferença pela criatividade no design que “replica” alguns dos materiais nobres “oferecidos” pela Natureza (folhas de árvores, pedras, flores, entre outros).

¹³⁴ Segundo informação prestada pelos entrevistados, tratam-se de produtos, tecnicamente, bastante evoluídos, com grandes formatos e tonalidades ou cores que, em oposição, serão ou potencialmente fortes e quentes ou desvanecidas e frias, mas, raramente, desprovidas de substância.

Gráfico 21. Volume de Negócios por Composição de Capital



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na amostra, a contribuição da filial portuguesa para o grupo estrangeiro, em termos de volume de negócios, aumenta de 6,9% em 2005 para 7,4% em 2007¹³⁵. Os valores mínimo e máximo variam sempre entre 1% e 20%. Apesar de 3 empresas da amostra terem referido que o peso do seu volume de negócios no grupo representava 15 % e apenas 1 empresa, 20%, as restantes assinaram valores próximos dos 3%. Consta-se que o volume de negócios das filiais portuguesas tem reduzida expressão no volume de negócios total do grupo. Não se poderá concluir, contudo, que os retornos dos investimentos externos sejam diminutos para a empresa investidora, já que, reduzida contribuição no volume de negócios não significa reduzido valor acrescentado.

Tabela 19. Percentagem de Contribuição da Filial Portuguesa no Grupo

	N	Média	Desvio		Coef.	
			Padrão	Variação	Mínimo	Máximo
Contribuição Filial Portuguesa / Grupo (%) – 2005	15	6,9	6,3	91%	1	20
Contribuição Filial Portuguesa / Grupo (%) – 2006	15	7,0	6,4	91%	1	20
Contribuição Filial Portuguesa / Grupo (%) – 2007	16	7,4	6,7	90%	1	20

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

¹³⁵ Este resultado está também influenciado pela constituição de uma nova empresa em 2007 (facto já referido anteriormente).

4.3.4. Tipologia de IDE nas Empresas da Amostra

Esta análise é apenas dirigida às empresas com capital social estrangeiro, as únicas com respostas assinaladas, como é óbvio.

A tipologia de IDE mais observada na amostra foi a aquisição de empresas residentes já constituídas (*Mergers & Acquisitions*), com 60 %, seguida da constituição de novas empresas (*Greenfield Investments*) com 40 % (Tabela 20).

Na indústria em geral, predomina a constituição de novas empresas ou unidades fabris, promovendo, por conseguinte, maior participação de capital estrangeiro (Reis, 2005). Contudo, nas empresas cerâmicas em análise, constata-se que a tipologia de IDE predominante é a aquisição de empresas já constituídas, não se verificando, neste facto, causa directa na percentagem de participação dos capitais externos, ou seja, como já anteriormente focado, 87 % das empresas têm 100 % de capital estrangeiro (apenas 2 empresas têm 95 % de capital estrangeiro).

Os clorifícios são o subsector com maior número de empresas constituídas via criação de novas unidades organizacionais. É também o sector com menor dimensão, sob o prisma da composição do capital social, mais receptivo à constituição de novas PME com capital estrangeiro.

No subsector dos sanitários e dos pavimentos e revestimentos, predomina a aquisição de empresas já existentes no mercado nacional. A experiência e o mercado envolvente são factores que caracterizam este subsector e se revestem de elevada importância estratégica na atracção de IDE.

No subsector da cerâmica estrutural existe apenas uma empresa que foi constituída via aumento de capital.

Tabela 20. Tipologia de IDE¹³⁶

	Não assinalado		Assinalado	
	N	%	N	%
Constituição de Novas Empresas / Abertura de Sucursais / Dissolução	9	60,0%	6	40,0%
Aquisição/ Alienação total ou parcial de Empresas Residentes já Constituídas	6	40,0%	9	60,0%
Aumentos / Reduções de Capital	13	86,7%	2	13,3%
Empréstimos concedidos pelos investidores directos não residentes	15	100,0%		
Outras Operações: Constituição de consórcios / Cobertura financeira de prejuízos / Realização de operações derivados financeiros entre empresas de investimento directo	15	100,0%		

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

4.3.4.1. Nível de Autonomia da Filial Portuguesa

O país de origem da EMN tem um papel fundamental nas opções estratégicas da gestão das filiais. Ao globalizarem-se, as EMN tenderão para a desnacionalização, tornando-se filiais apátridas, ou, por outro lado, poderão os factos apontar para um forte controlo por parte da “casa-mãe” e, portanto, para o peso dos interesses nacionais do país de origem.

No gráfico 22, os valores médios observados são sempre superiores ao ponto médio da escala, por conseguinte, globalmente considera-se que existe um elevado nível de autonomia da filial portuguesa no grupo estrangeiro, atendendo aos elementos constantes das variações ilustradas. Os itens gestão de recursos humanos, concepção e desenvolvimento dos produtos e preço são os que apresentam maior nível de autonomia. A política de compras e a estratégica de marketing são dois factores amplamente definidos pelo grupo estrangeiro, apresentando, a ilustração, um nível não tão elevado de autonomia por parte da filial portuguesa. Em geral, o estabelecimento das políticas de aprovisionamento e estratégias comerciais é ministrado pela empresa mãe, formando-se nítidas relações de dependência por parte das várias filiais. Destaca-se, portanto, nestes dois últimos aspectos, a existência de algum controlo sobre as operações levadas a cabo pelas filiais, não se verificando, contudo, uma relação de tão grande dependência no que respeita às políticas adoptadas pelas filiais no recrutamento e gestão de recursos humanos,

¹³⁶ Com vista à correcta interpretação da Tabela 20 e para as restantes análogas, é necessário clarificar que quando a soma das frequências observadas é inferior à dimensão do grupo, significa que existem *missing values*, que se podem observar no valor de N para o cálculo das estatísticas.

no desenvolvimento de novos produtos (essencialmente ao nível de I&D verificado em alguns clorifícios) e no estabelecimento dos preços dos produtos e serviços.

Gráfico 22. Valores Médios observados no Nível de Autonomia da Filial Portuguesa



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

4.3.4.2. Factores de Competitividade da Filial Portuguesa no Mercado Português

A manutenção do IDE exige, cada vez mais, que as empresas receptoras de capital estrangeiro reúnam um conjunto de competências próprias que as possibilitem diferenciarse no mercado alvo. Desta forma, é importante salientar os principais factores de competitividade das filiais cerâmicas portuguesas.

No Gráfico 23, observa-se que todos os valores médios são superiores ao ponto médio da escala. Globalmente, considera-se que todos os factores de competitividade são considerados importantes. A assistência pós-venda e o cumprimento dos prazos são os factores mais competitivos da filial portuguesa no mercado português, seguidos da qualidade, inovação/capacidade tecnológica e diversidade de produtos e serviços, O preço, marketing, as redes de distribuição e o design (imagem) dos produtos apresentam um nível não tão elevado de importância. As vantagens competitivas suportadas no factor preço tendem a diluir-se rapidamente, uma vez que, no caso da cerâmica, o mercado é caracterizado por uma competição crescente motivada pela entrada permanente de novos concorrentes nacionais e internacionais (Correia, 2000 e Feio, 1998). Por outro lado,

factores qualitativos de adaptação às necessidades e gostos os clientes, como o cumprimento dos prazos e a assistência pós-venda, ganham progressiva e comparativamente mais importância.

Gráfico 23. Valores Médios observados dos Factores de Competitividade da Filial Portuguesa



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

4.3.5. Factores Determinantes de IDE

Como já anteriormente referido, o questionário que serviu de base ao estudo empírico desta investigação, foi dirigido a empresas com capital estrangeiro e empresas com apenas capital nacional. Numa primeira fase, procedeu-se à análise estatística dos determinantes de IDE considerados por todas as empresas da amostra, independentemente da composição do seu capital social. À primeira vista, só faria sentido analisar as repostas das empresas com capital estrangeiro, contudo, a decisão por este quadro global, teve como principal fundamento o facto de grande parte das empresas com apenas capital nacional, já ter sido alvo de propostas de aquisições, fusões ou outras parcerias com investidores estrangeiros,

tendo até algumas, intenções de acordos de IDE e negociações em curso¹³⁷. Posteriormente examinaram-se isoladamente os resultados das opções assinaladas pelas empresas com capital estrangeiro e procedeu-se à comparação com os resultados das empresas com capital nacional.

Pretende-se, neste capítulo, estudar as principais razões para a presença diferenciada de capital estrangeiro no sector cerâmico português, destacando os resultados e as conclusões fundamentais.

4.3.5.1. Análise à Totalidade as Empresas da Amostra

Considerando a totalidade das empresas da amostra, as principais motivações na captação de IDE assinaladas foram as vantagens de propriedade, sobressaindo em relação aos factores de internalização (2º lugar) e aos factores de localização (3º lugar), embora que, a diferença observada entre estes dois últimos elementos não tenha sido relevante¹³⁸ (Tabela 21). Na óptica destas empresas, os investidores estrangeiros procuram obter, de uma forma geral, vantagens ligadas à experiência dos empresários portugueses, ao mercado envolvente e às restantes características específicas das entidades receptoras de investimento.

Tabela 21. Factores Determinantes de IDE- Tabela de Frequências de Respostas

	Primeiro		Segundo		Terceiro	
	N	%	N	%	N	%
Vantagens de Propriedade	17	54,8%	6	19,4%	8	25,8%
Factores de Localização	6	19,4%	12	38,7%	13	41,9%
Factores de Internalização	8	25,8%	13	41,9%	10	32,3%

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

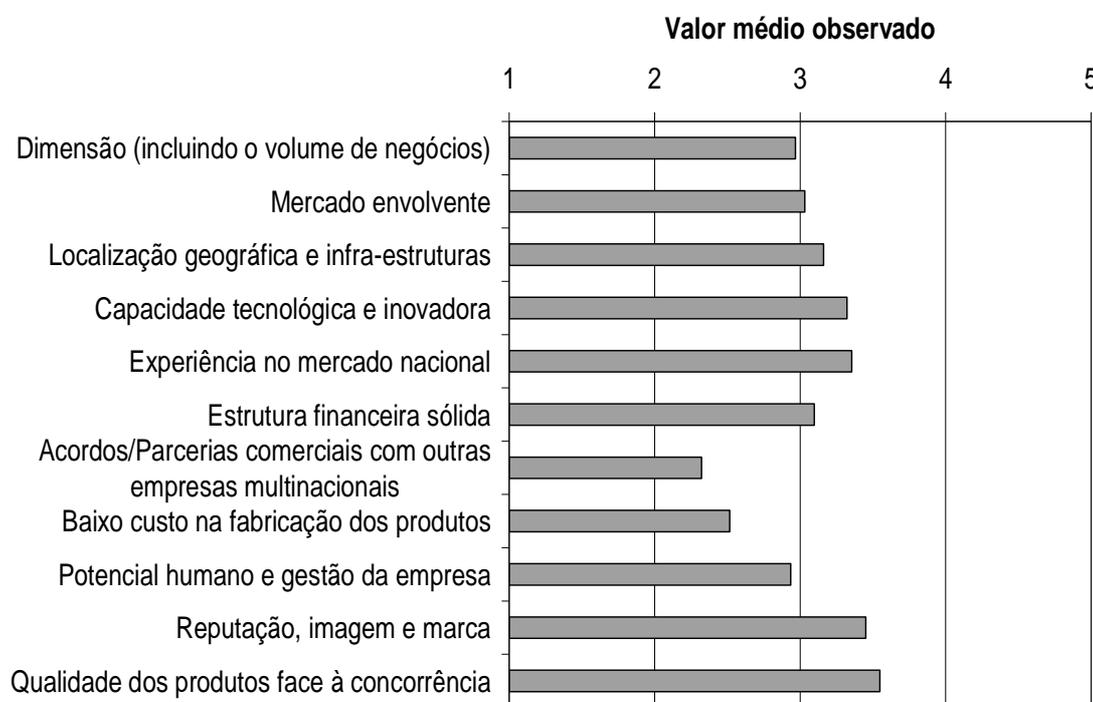
Assim, os resultados do questionário indicam que as vantagens de propriedade decorrem essencialmente da qualidade dos produtos nacionais face à concorrência, da reputação, imagem, marca e da experiência no mercado nacional (Gráfico 24). A capacidade

¹³⁷ Alguns dos administradores e gerentes entrevistados, referiram a França e a Itália como principais países interessados nas parcerias com Portugal. Nenhuma das empresas com apenas capital nacional, até à data da entrevista, tinha tido capital estrangeiro na sua composição de capital social.

¹³⁸ Os factores determinantes de IDE foram ordenados pelos respondentes atendendo à classe ordinal de importância 1, 2 e 3, sendo 1 o mais importante e 3 o menos importante.

tecnológica e inovadora, a seguir à experiência no mercado nacional, foi também um dos factores apontado como importante na decisão de IDE.

Gráfico 24. Factores das Vantagens de Propriedade



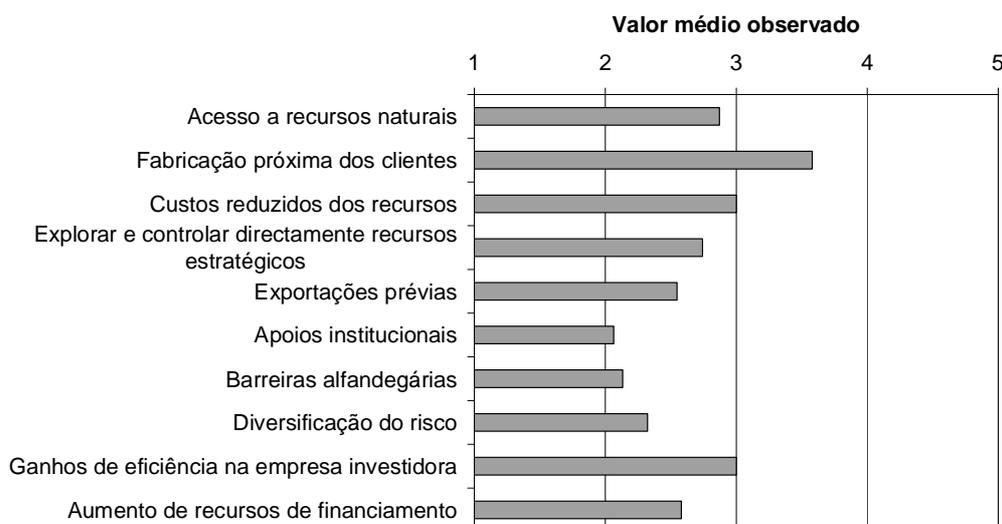
Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Dos factores de internalização mais assinalados destacam-se as vantagens associadas à fabricação próxima dos clientes, aos custos reduzidos dos recursos, aos ganhos de eficiência na empresa investidora e ao acesso a recursos naturais (Gráfico 25). Efectivamente, a principal justificação para esta opção reside na necessidade da empresa estrangeira estar próxima dos seus clientes para cumprir os prazos de entrega, por vezes mais curtos, para prestar assistência técnica no atendimento pós-venda, podendo, desta forma, acompanhar o mercado em termos de evolução, concorrência e mutação das preferências, satisfazendo melhor os interesses dos seus clientes.

Gráfico 25. Factores das Vantagens de Internalização

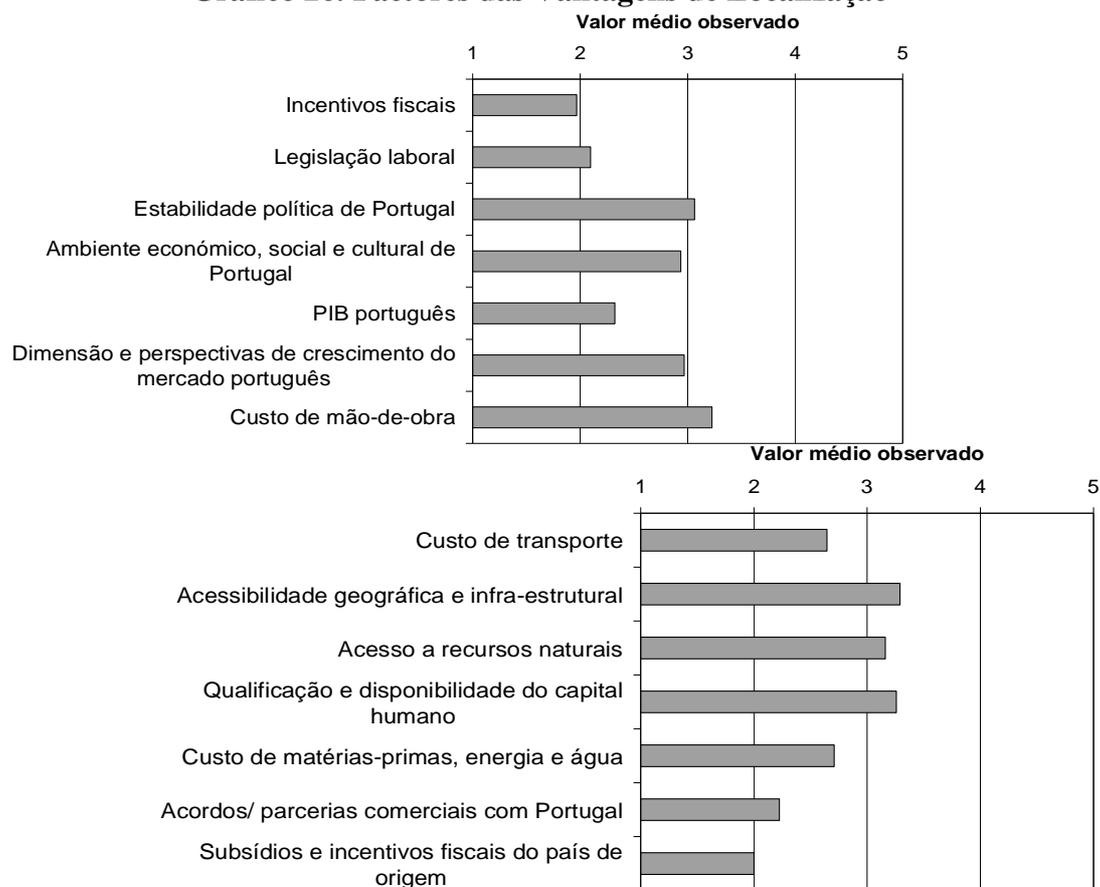


Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Gráfico 26. Factores das Vantagens de Localização



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

As vantagens associadas à localização do investimento, foram apontadas como as menos importantes pela generalidade das empresas da amostra (Tabela 21). No entanto, a acessibilidade geográfica e infra-estrutural, a qualificação e disponibilidade dos recursos humanos o custo da mão-de-obra foram os factores considerados mais importantes na atracção de investidores externos (Gráfico 26)¹³⁹.

Constata-se, em suma, que as vantagens específicas associadas à empresa receptora de IDE (designadas de propriedade, ou *ownership advantages*) foram os factores referidos com maior insistência e têm origem na imagem de marca associada à manutenção de padrões de qualidade elevados e à consistência na prestação global dos serviços, fruto da histórica experiência consolidada no mercado nacional.

4.3.5.2. Comparação entre as Empresas com apenas Capital Nacional e as Empresas com Maioria de Capital Estrangeiro

Como já tem vindo a ser desenvolvido, para que se proceda à comparação das variáveis em estudo entre empresas com apenas capital nacional e empresas com maioria de capital estrangeiro, a variável em estudo terá de ser nominal dicotómica, isto é, a variável em análise, que é o capital social das empresas da amostra, poderá na sua composição, gerar dois grupos distintos: empresas com apenas capital nacional ou empresas com capital maioritariamente estrangeiro.

Para realizar o cruzamento dos factores determinantes de IDE nos dois tipos de empresas, foi utilizado o teste paramétrico *t de Student*, evidenciando-se, de seguida, os principais resultados obtidos (Tabela 22).

Segundo Maroco (2003), no teste de Levene (teste prévio), quando o valor de prova é superior a 5%, não se rejeita H_0 e consideram-se as variâncias iguais para os dois grupos. Por outro lado, quando o valor de prova é inferior a 5%, rejeita-se H_0 e consideram-se as variâncias diferentes para os dois grupos.

¹³⁹ Na análise ao Gráfico 26 verifica-se que os valores médios observados estão ligeiramente acima do ponto médio da escala para os factores acima referidos.

Tabela 22. Cruzamento dos Determinantes de IDE- Teste t

		Teste de Levene			Teste t		Valor de prova
		F	p	t	gl		
Vantagens de Propriedade	Variâncias iguais	39,318	,000	-2,968	29	,006	
	Variâncias diferentes			-2,907	19,913	,009	
Factores de Localização	Variâncias iguais	,055	,816	2,820	29	,009	
	Variâncias diferentes			2,804	27,532	,009	
Factores de Internalização	Variâncias iguais	,515	,479	,445	29	,660	
	Variâncias diferentes			,446	29,000	,659	

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

No teste t, o valor de prova é inferior a 5% para as vantagens de propriedade e para os factores de localização, rejeitando-se H_0 e aceitando-se, por conseguinte, H_1 , ou seja; considera-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos. Para os factores de internalização, o valor de prova é superior a 5%, concluindo-se, perante este resultado, que não existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos (aceita-se H_0 e rejeita-se H_1).

Para aplicar um teste estatístico paramétrico (caso do teste t) é também necessário verificar o pressuposto da normalidade das distribuições das variáveis, o que, pode ser realizado com o teste K-S. Após realização deste teste, conclui-se que o pressuposto da normalidade não se verifica para todas as variáveis, pois pelo menos um valor de prova é inferior a 5%, pelo que se rejeita H_0 (Tabela 23).

Tabela 23- Cruzamento dos Determinantes de IDE – Teste K-S

		Estatística	K-S (a)	
			gl	Valor de prova
Vantagens de Propriedade	Apenas Capital Nacional	,431	16	,000
	Maioria Capital Estrangeiro	,343	15	,000
Factores de Localização	Apenas Capital Nacional	,382	16	,000
	Maioria Capital Estrangeiro	,238	15	,022
Factores de Internalização	Apenas Capital Nacional	,236	16	,017
	Maioria Capital Estrangeiro	,233	15	,027

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

O teste paramétrico será confirmado pelo teste não paramétrico equivalente, o teste de Mann-Whitney (Tabela 24). No teste não paramétrico, verifica-se que o valor de prova é inferior a 5% para as vantagens de propriedade e para os factores de localização,

confirmando-se, desta forma, os resultados do teste t onde se constata que existem diferenças entre a média das variáveis quantitativas, para cada um dos grupos da variável dicotómica.

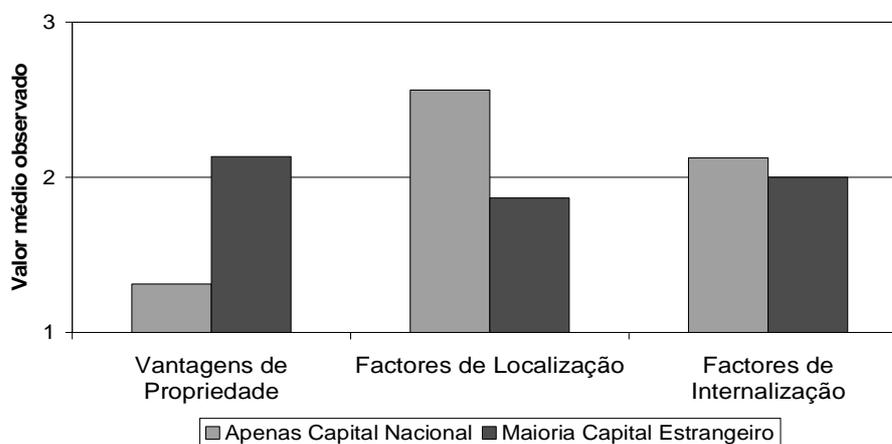
Tabela 24. Teste Não Paramétrico de Mann-Whitney

	Mann-Whitney	Wilcoxon		Valor de prova
	U	W	Z	
Vantagens de Propriedade	65,5	201,5	-2,391	,017
Factores de Localização	60	180	-2,555	,011
Factores de Internalização	109	229	-,464	,642

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Recorde-se que, os elementos determinantes de IDE foram ordenados, pelas empresas inquiridas, atendendo à classe ordinal de importância 1, 2 e 3, sendo 1 o mais importante e 3 o menos importante. Neste contexto, ilustram-se no Gráfico 27 as diferenças significativas e não significativas demonstradas através de valores médios.

Gráfico 27. Comparação de Determinantes de IDE entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro (Valores Médios)



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Mais Importante; ...; 3- Menos Importante

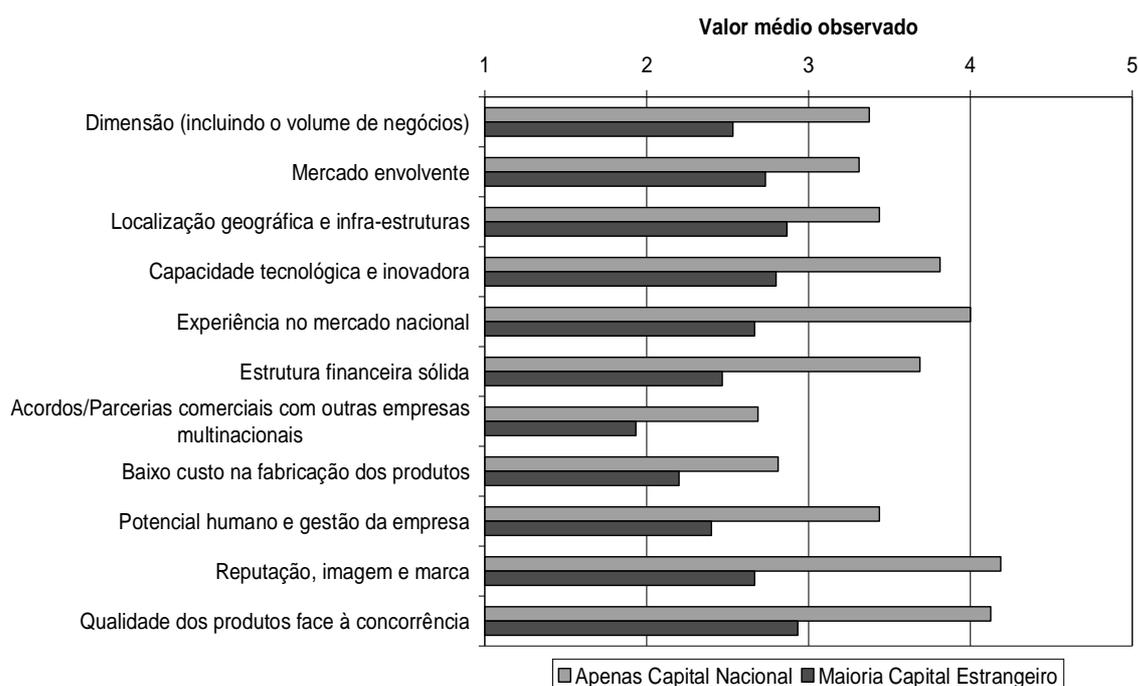
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

A média da importância das vantagens de propriedade é superior para as empresas apenas com capital nacional. Já para as empresas com maioria de capital estrangeiro, são os

factores de localização que registam maior importância em termos de valores médios, sendo as diferenças observadas entre os dois grupos, estatisticamente significativas.

Na óptica das empresas apenas com capital nacional e, à semelhança do resultado já verificado na análise à totalidade das empresas da amostra, os principais elementos que caracterizam as vantagens de propriedade são a reputação, imagem e marca¹⁴⁰, a qualidade dos produtos face à concorrência e a experiência no mercado nacional (Gráfico 28). Tal como já verificado anteriormente, a capacidade tecnológica e inovadora, foi, a seguir à experiência no mercado nacional, também um dos elementos considerado importante na captação de IDE por parte das empresas cerâmicas portuguesas.

Gráfico 28. Vantagens de Propriedade- Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1-Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

¹⁴⁰ Sempre na óptica do desempenho empresarial.

Na amostra, a média da importância dos factores de internalização é ligeiramente superior para as empresas com maioria de capital estrangeiro, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas (Gráfico 29).

Gráfico 29. Factores de Internalização - Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1-Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

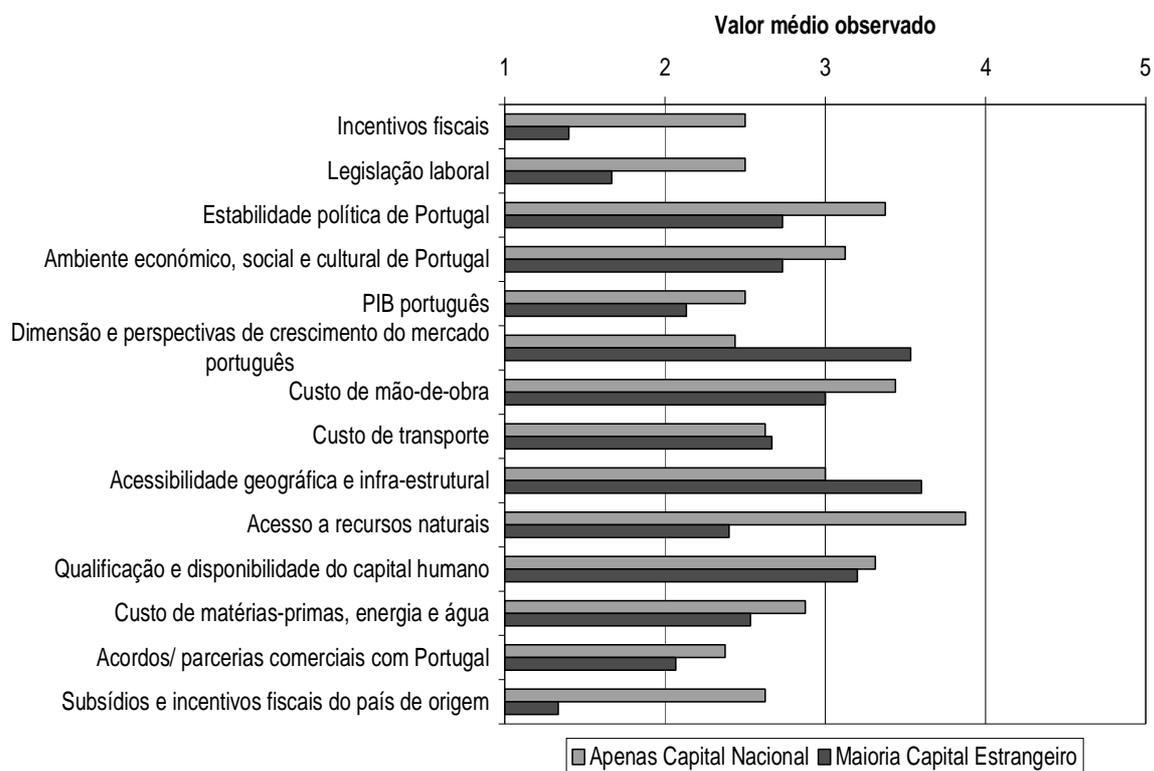
Pode, desta forma, concluir-se que se verificam diferenças significativas entre as empresas com apenas capital nacional e as empresas com maioritariamente capital estrangeiro na importância das vantagens de propriedade e dos factores de localização.

A acessibilidade geográfica e infraestrutural, a dimensão e perspectivas de crescimento do mercado português e a qualificação e custo da mão-de-obra foram os factores de localização considerados mais importantes pelas empresas cerâmicas com capital estrangeiro (Gráfico 30).

Estes factores veiculam a identidade de um país habituado ao baixo custo do factor trabalho, ao trabalho industrial e a certo grau de desenvolvimento económico proporcionado por um nível de risco aceitável aos investidores estrangeiros.

Ainda na linha de importância dos factores de localização, a escolha de Portugal como receptor de EMN cerâmicas, é também motivada pela identidade e evolução dos mercados portugueses, visível no segundo factor mais referido pelos dirigentes entrevistados, e pela redução dos custos de transporte, estando, este último aspecto, relacionado com o elemento considerado mais importante na captação de IDE pelas indústrias cerâmicas portuguesas com maioria de capital estrangeiro, isto é, a acessibilidade geográfica e infra-estrutural.

Gráfico 30. Factores de Localização - Comparação entre Empresas apenas com Capital Nacional e Empresas Maioria de Capital Estrangeiro



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

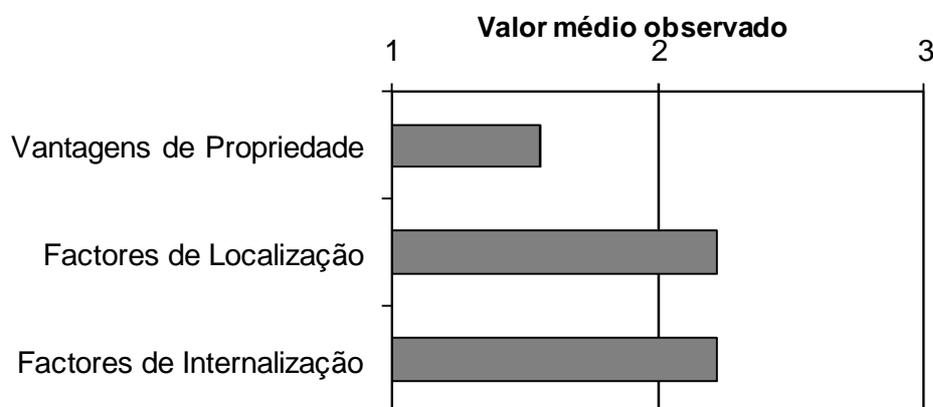
1-Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Na análise às características da amostra referente à tipologia de IDE, verifica-se que do total das empresas com capital estrangeiro, 40% foram criadas via constituição de novas entidades. Por conseguinte, podemos aferir que, aquela percentagem de empresas, excluiu,

a montante, a hipótese de escolha das vantagens de propriedade¹⁴¹ como factor determinante de IDE, já que, essas entidades tinham sido criadas de raiz. Tornou-se, portanto, imprescindível uma abordagem específica às respostas assinaladas pelas nove das quinze empresas com maioria de capital estrangeiro (as 60 % remanescentes) que não foram constituídas por meio de constituição de novas entidades. Em média, das nove empresas, seis, ou seja, 67% do total, assinalaram as vantagens de propriedade como o factor mais importante na decisão de IDE (Gráfico 31).¹⁴²

Gráfico 31. Determinantes de IDE para as Empresas com Capital Estrangeiro que não foram Constituídas por meio de Constituição de Novas Entidades



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Mais Importante; ...; 3- Menos Importante

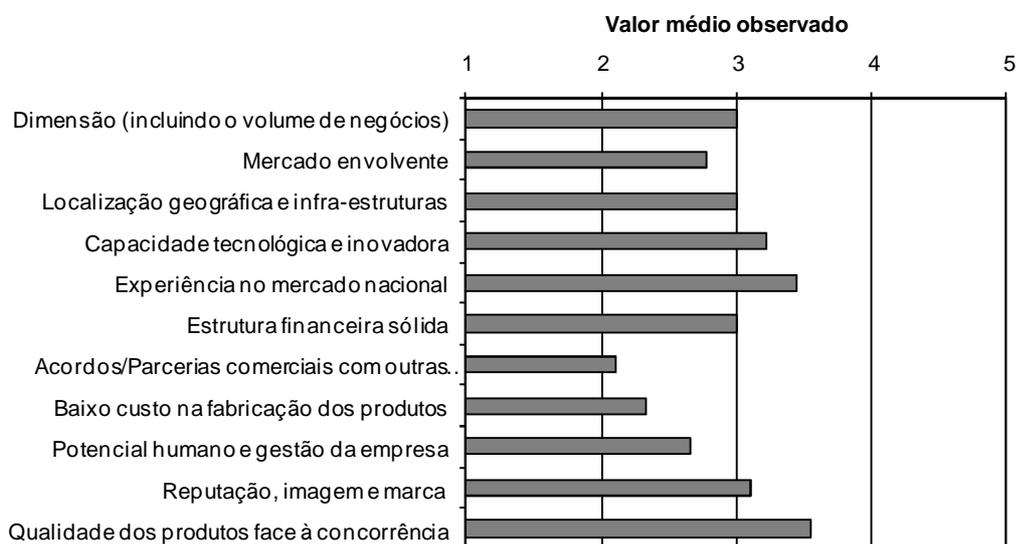
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Nesta abordagem, de todos os elementos que compõem as vantagens de propriedade, os valores médios observados são superiores ao ponto médio da escala para a qualidade dos produtos face à concorrência, experiência no mercado nacional, capacidade tecnológica e inovadora e reputação, imagem e marca (Gráfico 32). As vantagens associadas aos acordos ou parcerias comerciais com outras EMN e o baixo custo na fabricação dos produtos foram os factores considerados menos preponderantes na decisão de IDE.

¹⁴¹ Específicas de empresas já existentes, ligadas ao *Know-How* dos empresários portugueses.

¹⁴² A seguir às vantagens de propriedade, os factores de internalização foram o elemento considerado mais importante, seguido dos factores de localização.

Gráfico 32. Factores das Vantagens de Propriedade para as Empresas com Capital Estrangeiro que não foram Constituídas por meio de Constituição de Novas Entidades



Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1-Nenhuma; ...; 5- Total

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

As empresas com capital estrangeiro que não foram constituídas por meio de constituição de novas entidades em Portugal que consideram as vantagens de propriedade o factor mais importante na captação de IDE, pertencem aos subsectores dos sanitários, cerâmica estrutural e dos clorifícios (Tabela 25).

Tabela 25. Subsector Cerâmico - Determinantes de IDE para Empresas Com Capital Estrangeiro

Subsector Cerâmico	Percentagem de Empresas que assinalaram as Vantagens de Propriedade o Factor mais Importante			Nº de Empresas com Capital Estrangeiro Constituídas Via Aquisição de Entidades já Existentes	Nº Total de Empresas com IDE
	Vantagens de Propriedade	Factores de Localização	Factores de Internalização		
Clorifícios	66,67 %	0%	33,33 %	3	7
Sanitários	100 %	0%	0 %	2	3
Pavimentos e Revestimentos	50 %	0 %	50 %	2	3
Cerâmica Estrutural	100 %	-	-	1	1
Outra Actividade Cerâmica	-	100 %	-	1	1
Total				9	15

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Como se observa nestas últimas análises, as características específicas das empresas nacionais, principalmente as que estão ligadas à imagem e marca, à qualidade produtiva e à experiência endógena dos empresários portugueses, espelham as principais motivações de investimento por parte dos actores de decidem em matéria de IDE: as EMN.

Este resultado assenta na convicção de que os estudos que pretendem explicar os movimentos de IDE também se apoiam em análises microeconómicas, a juntar às tradicionais abordagens macroeconómicas. A observação dos factores que geram ganhos de competitividade e poder de mercado por parte das EMN cerâmicas em estudo, impulsionando-as à dispersão espacial, traduz a importância da empresa receptora de IDE.

A posição competitiva de uma empresa já existente em determinado sector de actividade, traduz um conjunto de mais-valias significativamente atractivas aos investidores externos. A detenção de activos tangíveis e intangíveis de interesse estratégico por parte das empresas locais (*know-how*, qualidade do produto imagem, marca, tecnologia) atraem investidores que se propõem ganhar posição competitiva à escala global (Crespo e Fontoura, 2009; Leitão e Faustino, 2008 e Reis, 2005). Assim se compreende que a maior parte das empresas estrangeiras acaba por preferir a aquisição de empresas já existentes no mercado português ao invés de enveredar por novos investimentos.

4.3.6. Potenciais Obstáculos que possam afectar o Desenvolvimento do Investimento da Empresa Estrangeira em Portugal

O mercado português e as empresas que o compõem têm características muito específicas. A dimensão do território, as condições da procura e o nível de competitividade das empresas cerâmicas portuguesas podem afectar o desenvolvimento do IDE. Algumas restrições sociais, económicas e culturais poderão criar vulnerabilidades na opção do investimento.

A localização periférica e a pequena dimensão do mercado interno não têm permitido os desejáveis ganhos de eficiência aos investidores estrangeiros neste sector específico da indústria (Pereira, 2007). Por outro lado, a inexistência de uma rede de actividades complementares diversificadas (consequência directa da pequena dimensão do mercado) inviabiliza, muitas vezes, o dimensionamento de actividades produtivas e infra-estruturas que se pretenderam implantar.

Apesar de a política de defesa da concorrência ser axial numa economia de mercado, a pequenez do mercado português, e a sua reduzida competitividade tem conduzido, em alguns casos do sector cerâmico, à prevalência de estruturas oligopolísticas, onerando os preços finais aos consumidores e afectando a eficiência das actividades que lhes adquirem bens e serviços.

Depois de inquiridas, as empresas consideraram a dimensão, a estagnação na procura e a falta de competitividade do mercado português os principais obstáculos ao desenvolvimento do negócio em Portugal (Tabela 26). Nestas escolhas, destacaram-se significativamente os subsectores dos pavimentos e revestimentos e os das empresas de clorifícios (Anexo 6.2).

Tabela 26. Obstáculos/ Dificuldades- Estatísticas

	N	Média	Desvio Padrão	Coef. Variação
Dimensão do mercado Português	31	3,42	1,29	38%
Insuficiência de recursos financeiros	31	2,26	1,37	60%
Insuficiência de recursos humanos	31	1,90	1,16	61%
Problemas de coordenação na gestão	31	2,03	1,08	53%
Ausência de conhecimento prévio do mercado português	31	1,77	1,06	59%
Ausência de escala nos negócios	31	2,29	1,22	53%
Estagnação na procura do mercado português	31	3,48	1,23	35%
Falta de competitividade no mercado português	31	2,55	1,21	47%
Diferenças culturais entre os parceiros de negócios	31	1,97	1,17	59%
Subdesenvolvimento das indústrias cerâmicas	31	1,97	1,05	53%
Dimensão e qualidade das infra-estruturas	31	2,26	1,21	54%
Custos de mão-de-obra	31	2,19	1,11	51%

Os valores indicados reportam-se à escala de medida:

1- Nenhuma; ...; 5- Total.

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

Em ambiente mundial de recessão, Portugal não se alheou à drástica subida do desemprego, às falências sucessivas, à estagnação na procura e à promoção de algumas práticas proteccionistas e anticoncorrenciais. Por conseguinte, a conjuntura actual

desfavorável adicionada às características específicas do mercado português têm impulsionado algumas vulnerabilidades ao desenvolvimento do IDE no sector em apreço.

De todos os factores listados como potenciais obstáculos à favorável evolução do negócio em Portugal, os menos perniciosos são o conhecimento prévio do mercado e a insuficiência de recursos humanos. Este resultado corrobora a convicção de que a experiência dos empresários cerâmicos portugueses tem-se revelado um dos factores mais atractivos à decisão de IDE em Portugal.

Poder-se-á concluir que, na identificação clara dos objectivos de desenvolvimento sustentável e de ganhos de eficiência por parte das EMN cerâmicas, poderão surgir riscos e dificuldades inerentes ao mercado receptor de IDE. Não obstante estes obstáculos serem maioritariamente intrínsecos ao mercado local, por vezes, são também susceptíveis de serem modelados, exigindo, nesses casos, grande talento de negociação, sob pena de não prejudicar económica e socialmente a durabilidade dos laços internacionais.

Capítulo 5 - Notas Conclusivas

5.1. Principais Resultados

No confronto com os diversos modelos teóricos de localização das EMN num país estrangeiro, os estudos empíricos identificam uma multiplicidade de atributos que influenciam a decisão de implantação de uma empresa.

A carteira de atributos a considerar pelo investidor estrangeiro é ampla, por vezes complexa, e inclui factores de expressão tangível e intangível.

Sob uma perspectiva global, a análise à literatura existente e a alguns estudos empíricos revela que a maioria dos trabalhos sobre os determinantes de IDE em vários países, apoiam a sua investigação em aspectos macroeconómicos na construção de modelos de decisão de investimento.

Os modelos que consideram a avaliação do impacto dos determinantes relacionados com o ambiente institucional sobre os fluxos de IDE (activos intangíveis), enfrentam dificuldades na obtenção de dados e na ligação teórica entre as abordagens institucionais e a teoria dos negócios internacionais.¹⁴³

Com suporte na revisão da literatura às teorias de internacionalização, recorreu-se a um modelo multidimensional de análise aos determinantes de IDE sob a fundamentação teórica do paradigma eclético “OLI” que permitiu relevar, por um lado, motivações macro e microeconómicas e, por outro, alguns elementos institucionais na avaliação da decisão de IDE por parte das EMN, como foi o exemplo da estabilidade política de Portugal e do seu ambiente económico, social e cultural.

Esteve implícita, neste estudo, a convicção de que o desenvolvimento de sectores tradicionais da indústria, constitui um elemento essencial na afirmação da indústria

¹⁴³ Neste contexto, refira-se o estudo apresentado por Pereira (2007) que, muito embora o seu modelo apresente uma vertente essencialmente macroeconómica, não inclui, na sua análise, variáveis como risco político do país receptor de IDE, nível de corrupção e grau de liberdade económica devido à impossibilidade de acesso aos dados, acabando por restringir a sua análise, comparativamente com o modelo a que lhe deu origem (Amal e Seabra, 2005). Apesar da dificuldade de mensuração e da obtenção de dados, cabe realçar a importância de variáveis institucionais como factores estratégicos na determinação da decisão de investimento das EMN.

nacional: por isso se escolheu a indústria cerâmica portuguesa na análise aos determinantes de IDE.

A indústria cerâmica em Portugal é dotada de uma sólida cultura técnica e de conhecimento, fortemente enraizado, dos mercados e dos meios de difusão da inovação.

Muito embora não tenha constituído objecto de estudo, a análise à fabricação dos cerâmicos tecnológicos ou avançados, somente aos cerâmicos tradicionais (pavimentos, revestimentos, tijolos, sanitários, entre outros), não podemos deixar de relevar a importância e amplitude industrial daqueles materiais na actualidade. O aprofundamento dos conhecimentos científicos, nomeadamente ao nível da utilização de matérias-primas de elevada pureza (óxidos, nitretos e carbonetos), levou a que se aplicassem cerâmicos avançados nas mais diversas áreas: medicina, na indústria automóvel, electrónica, aeroespacial, nuclear entre outras.

Por todos estes motivos, a avaliação das principais motivações dos investidores estrangeiros não podia, por isso, prescindir da análise a um sector da indústria com características tradicionais muito específicas em Portugal: aquele que vai desde a simples actividade artesanal do oleiro à criação de revestimentos para veículos espaciais.

À familiaridade com os materiais cerâmicos, como a argila e o barro, de qualidade e abundância, junta-se uma região rica em produtores e distribuidores de produtos cerâmicos: a região Centro, mais concretamente o distrito de Aveiro. Foi visível neste estudo a predominância da cerâmica no distrito de Aveiro, sendo de destacar também a importância da Universidade de Aveiro como reconhecida entidade difusora de conhecimento e cultura na área das engenharias de materiais (cerâmica e do vidro) que tem estabelecido parcerias com a indústria fortalecendo os mecanismos de inovação e conhecimento científico e tecnológico.

Nas análises efectuadas, no âmbito do presente estudo, obtiveram-se 31 respostas que representaram 53% do total das empresas contactadas, tendo-se entrevistado 15 empresas com capital estrangeiro que representaram cerca de 50% do total das empresas cerâmicas com maioria de capital estrangeiro existentes em Portugal, o que foi considerado significativo para servir de sustentação à análise e interpretação dos dados.

Os resultados empíricos confirmam a intuição do presente trabalho, demonstrando, com grande ênfase, que as vantagens associadas às competências específicas das empresas

cerâmicas portuguesas (*ownership advantages*) traduzem os principais atributos na decisão de IDE, em termos *de inflows*. A possibilidade de exploração das vantagens específicas da empresa local, como a qualidade dos produtos face à concorrência, a reputação, imagem, marca e a experiência no mercado nacional, traduz a principal motivação de IDE por parte das EMN cerâmicas. Observa-se um impacto positivo sobre os fluxos de IDE daquele conjunto de indicadores que têm origem, essencialmente, na reputação e imagem de marca das empresas, associada à manutenção de padrões de qualidade elevados, resultado da ancestral experiência no mercado nacional. Estes atributos foram considerados os mais importantes pelas empresas com apenas capital nacional e por 67 % das empresas com maioria de capital estrangeiro, ou seja, as que se constituíram por outras vias excepto a constituição de novas unidades empresarias. No que concerne a este último resultado e, no âmbito das diversas análises, constatou-se que as empresas com capital estrangeiro constituídas por meio da abertura de novas entidades, excluíam, à partida, a possibilidade de escolha de um dos três possíveis factores determinantes de IDE: as vantagens de propriedade. Por conseguinte, procedeu-se à interpretação isolada das respostas assinaladas pelas empresas com capital estrangeiro cuja tipologia de constituição não correspondesse à criação de novas empresas.

Este resultado corrobora as conclusões de diversos outros estudos sobre determinantes de IDE em Portugal: destacam-se os trabalhos de Barbosa e Louri (2002), Costa (2002) e Mata e Portugal (2002) em que todos eles demonstram, igualmente, que o IDE em Portugal é fortemente afectado pelas características das empresas, como a dimensão e os custos salariais, sendo o principal objectivo das EMN a exploração das vantagens específicas da empresa doméstica como a marca, tecnologia, capacidade financeira, recursos humanos especializados, entre outros.

A evidência empírica deste estudo permitiu ainda aferir que as empresas cerâmicas com capital estrangeiro que compõem a amostra pertencem, na sua maioria, a grupos com sede em Espanha, tendo o capital social destas empresas origem apenas num país. O período após os anos 1990s foi fortemente marcado pela implantação, em Portugal, de um número significativo de EMN cerâmicas.

Atendendo à dimensão segundo o número de trabalhadores, pode-se concluir que as filiais estrangeiras instaladas em Portugal são maioritariamente PME, realidade que se opõe à

verificada nos países de origem, em que, 79 % daquelas entidades são Grandes Empresas, isto é, têm mais de 250 trabalhadores.

No sector dos clorifícios predominam as empresas com capital estrangeiro, estando as suas principais actividades ligadas a operações de I&D, fornecimento de matérias-primas e assistência no processo cerâmico pós fornecimento.

A maior percentagem de fornecedores destas empresas localiza-se noutros países da UE que não Portugal. As empresas-mãe asseguram, muitas vezes, na cadeia de valor, o fornecimento de matérias-primas e materiais diversos às filiais constituídas em Portugal.

Os principais destinos das vendas e prestações de serviços são clientes do distrito de Aveiro e outros mercados situados no resto do mundo. Ainda que o mercado nacional represente o principal destino do volume de negócios destas empresas, elas traduzem uma forte vocação exportadora. Note-se que o volume de negócios das empresas com capital estrangeiro é superior ao das empresas com apenas capital nacional. A contribuição do volume de negócios no grupo revela-se muito reduzida na medida em se registam percentagens próximas dos 3 %. Contudo, não foi possível avaliar o seu contributo em termos de margem bruta sobre as vendas, o que, poderia, de algum modo, superar o reduzido peso sobre as vendas.

A tipologia de IDE que mais se verifica na amostra é a aquisição de empresas já existentes, com 60% de respostas assinaladas (apenas duas empresas se constituíram, cumulativamente, por via de aumentos/reduções de capital). As EMN instaladas em Portugal que se constituíram com recurso à aquisição de entidades já existentes pertencem, predominantemente, ao subsector dos sanitários e pavimentos e revestimentos, tendo o sector dos clorifícios, registado um maior número de empresas constituídas de novo.

Numa perspectiva de análise ao desenvolvimento do IDE, depois de implantadas as organizações estrangeiras, um conjunto de outros resultados merecem ainda destaque: os que se referem aos potenciais obstáculos à evolução do negócio em Portugal. No presente estudo, verifica-se que as EMN cerâmicas instaladas em Portugal enfrentam como principais obstáculos a dimensão e competitividade do mercado português e a estagnação da procura. A dimensão do mercado português representa um ponto fraco na atracção e desenvolvimento de IDE. Este resultado contraria o estudo de Barbosa e Louri (2002) sobre a indústria transformadora em que, segundo a opinião daqueles autores, as EMN

instaladas em Portugal, têm as suas actividades orientadas e preparadas para ignorar proeminentemente as características específicas do mercado doméstico.

Ainda no âmbito dos resultados obtidos sobre as potenciais dificuldades do investimento, as empresas inquiridas assinalaram também que, a experiência cerâmica das empresas locais representa o factor que menos afecta o desenvolvimento do investimento em Portugal; dado que visivelmente se impõe nos resultados globais deste estudo, tendo sido considerado, pela maioria das empresas da amostra, o factor mais importante na captação de IDE.

5.2. Limitações da Investigação

Este estudo traduz, em certa medida, a aceitação de alguns limites impostos à partida por um universo confinado aos fluxos de IDE num sector específico da indústria, com um número reduzido de empresas, e pela ausência de dados.

O acesso a determinados indicadores económicos e a dados dos fluxos de entrada de capital estrangeiro no sector cerâmico português, revelou-se muito limitado. Vários obstáculos foram encontrados para que se chegasse a elementos mínimos essenciais ao enquadramento teórico desta investigação.

Por outro lado, constatou-se que a literatura dedicada a Portugal sobre esta temática, revela algum défice no número de estudos publicados e em abordagens sistemáticas e multidimensionais às principais motivações de IDE. Denote-se, neste contexto, que o interesse científico pelos estudos sobre as motivações de IDE em Portugal é relativamente recente, já que, só a partir da segunda metade dos anos 1990s, se assiste a um período fortemente marcado pelo impulsionamento de fluxos de IDE (nomeadamente em termos de *inflows*) que caracterizaram um importante vector no desenvolvimento da economia do país.

Outra limitação, prendeu-se com o número reduzido de empresas cerâmicas com capital estrangeiro em Portugal, muito embora a percentagem de entrevistas realizadas face ao universo total de empresas, se tenha revelado significativo (segundo dados do INE, existiam, em média, 30 filiais cerâmicas estrangeiras em Portugal no triénio 2005-2007, tendo sido inquiridas 15), sendo que a maioria das empresas cerâmicas receptoras de IDE se localiza no distrito de Aveiro.

5.2. Linhas Futuras de Investigação

A análise e interpretação dos dados recolhidos bem como a experiência adquirida ao longo deste trabalho, sugerem a realização de algumas acções que não foram avaliadas mas que poderão constituir pistas de investigações futuras cujo contributo se mostre positivo para o desenvolvimento de estudos ligados aos determinantes de IDE.

Uma perspectiva por esclarecer relaciona-se com o grau de comparabilidade entre as motivações de IDE verificadas para as empresas cerâmicas portuguesas e as que se verificariam noutros sectores de actividade, nomeadamente alguns pertencentes à indústria transformadora (indústria automóvel, por exemplo). Neste contexto, o alargamento do horizonte temporal para, pelo menos, uma ou duas décadas, constituiria uma mais-valia.

Poderiam também ser aprofundados outros vectores de investigação já incluídos no estudo, nomeadamente a evolução do papel do Governo nas políticas de atracção de IDE e a localização geográfica de Portugal face ao interesse dos principais investidores estrangeiros. O objectivo deste ponto passaria por perceber melhor se, Portugal, de um modo geral, tem envidado esforços no sentido de reforçar o seu potencial de competitividade e atractividade aos fluxos de IDE, nomeadamente ao nível dos incentivos fiscais, boas infra-estruturas e acessibilidades, inovação tecnológica, relacionamento das EMN com a rede de empresas locais e políticas industriais, uma vez que, não foram estes elementos que constituíram a principal motivação dos investidores estrangeiros na indústria cerâmica portuguesa.

Numa linha complementar, fica ainda em aberto a investigação em termos investimento directo de Portugal no estrangeiro (*outflows*), noutro sector ou concentração empresarial com expressividade neste tipo de fluxos e, a sua importância em contexto de crescimento da economia portuguesa.

Não obstante as limitações e interrogações que se foram impondo ao longo deste estudo e que levam a que permaneçam algumas questões em aberto, a principal motivação na realização desta investigação foi proporcionar uma contribuição científica para a área da economia e dos negócios internacionais no sentido de promover a realização de uma pesquisa sobre os determinantes de IDE num sector tradicional da indústria portuguesa capaz de evoluir nas suas múltiplas ligações com os investidores estrangeiros.

Bibliografia

- ADDA, J. (1997), *A Mundialização da Economia- 1. Génese*, Lisboa, Terramar.
- AFRICANO, A.P, MAGALHÃES, M. (2005), *FDI and Trade in Portugal: A Gravity Analysis*, FEP, Working Papers, nº 174, Abril.
- AIDA (2009), *O Papel da Inovação para o Desenvolvimento da Indústria Cerâmica*, Centro Cultural e de Congressos de Aveiro, Julho.
- AMAL, M., SEABRA, F. (2005), *Determinantes do Investimento Directo Estrangeiro (IDE) na América Latina: uma Perspectiva Institucional*, FURB e UFSC, Revista Economia (Maio/Agosto 2007), pp. 232-247.
- ARRIGHI, G., SILVER, B.J. (2001), *Caos e Governabilidade no Moderno Sistema Mundial*, Rio de Janeiro, Contraponto Editora.
- BANCO DE PORTUGAL (2009), Instrução nº 34/2009, *Estatísticas de Operações com o Exterior*, 30 de Dezembro.
- BARBOSA, N., LOURI, H. (2002), *On the Determinants of Multinationals' Ownership Preferences: Evidence from Greece and Portugal*, International Journal of Industrial Organization, nº 20, pp. 493-515.
- BARRIOS, S., STROBL, E. (2002), *Foreign Direct Investment and Productivity Spillovers: Evidence from the Spanish Experience*, Weltwirtschaftliches Archiv, 138(3).
- BASI, R.S. (1963), *Determinants of United States Private Direct Investments in Foreign Countries*, Kent State University Press, Kent, Ohio.
- BOURGUINAT, H. (1992), *Finance Internationale*, Paris, PUF.
- BUCKLEY, P.J., CASSON, M. (1976), *The Future of The Multinational Enterprise*, Macmillan, London.
- CAETANO, L.J. (1985), *Indústria no Distrito de Aveiro: Análise Geográfica relativa ao eixo rodoviário principal (ENno 1) entre Malaposta e Albergaria-a-Nova*, Comissão de Coordenação da Região Centro.

CANTWELL, J., PISCITELLO (2000), *The Location MNC's Technological Activities in Europe: Agglomerative Tendencies and Other Territorial Externalities*, Paper prepared for the ERSA Conference in Barcelona, pp. 1-36.

CARVALHO, U.B. (2005), *Movimentos de Capitais e Crescimento Económico, A Reinserção do Brasil ao Crédito Internacional na Década de 90*, Universidade Federal de Pernambuco, Comércio Exterior e Relações Internacionais, Dissertação de Mestrado em Economia, Junho.

CASTRO, F.B. (2000), *Foreign Direct Investment in the European Periphery: The Competitiveness of Portugal*, Tese de Doutoramento, Universidade de Leeds (Chapter 3/4).

CHESNAIS, F. (1997), *La Mondialisation du Capital*, Nova Edição Actualizada, Paris, Syro (Alternatives Economiques).

CLARO, M.A., ESCÁRIA, S. (2003), *O Investimento de Portugal no Exterior - Fluxos e Destinos*, Departamento de Prospectiva e Planeamento, 9 (nº especial).

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, IMF, OECD, UN, WB (1994), *System of National Accounts*.

CORREIA, A.M.S. (2000), *Cerâmica em Mudança: Reflexões sobre a Renovação e a Inovação Tecnológica na Indústria*, In *Avaliação Sectorial da Indústria Cerâmica para a formulação em Ambientes Competitivos*, APICER, Coimbra.

COSTA, T. (2002), *Resultados do Questionário ao Investimento Directo de Portugal em Cabo Verde Patrocinado pela Câmara de Comércio Indústria e Turismo Portugal Cabo Verde*, Dissertação de Mestrado sobre Determinantes e Estratégias Empresariais do IDE em Cabo Verde, Câmara do Comércio Indústria e Turismo Portugal Cabo Verde.

COUTO, J.P.A., VIEIRA, J.A.C. (2002), *Factores Determinantes da Definição das Actividades de I&D*, Universidade dos Açores - Departamento de Economia e Gestão, pp. 271-280.

CRESPO, N., FONTOURA, M.P. (2006), *30 Anos de Investigação sobre Externalidades do IDE para as Empresas Domésticas - Que Conclusões?*, WP 02/2006/DE/CISEP, ISEG-UTL.

- CRESPO, N., FONTOURA, M.P. (2009), *Efeitos Indirectos para as Empresas Nacionais e a Evidência Empírica para Portugal*, BMEP, nº 11, Novembro.
- CUNHA, T.M. (2006), *O Investimento Directo Estrangeiro e a Fiscalidade*, Instituto de Direito das Empresas e do Trabalho, Cadernos, nº 4, Almedina.
- DONALD, A.B., VENDELL, H.M. (1996), *Jr Negócios Internacionais*, IRWIN, 5ª edição, pp.16.
- DUNNING, J.H. (1973), *The Determinants of International Production*, Oxford Econo. Papers.
- DUNNING, J.H. (1981), *International Production and the Multinational Enterprise*, Allen & Unwin, London.
- DUNNING, J.H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, Wokingham.
- DUNNING, J.H. (2001a), *Chapter 2- The Key Literature on IB Activities: 1960-2000*, Oxford Handbook of International Business, vol.1, nº 9, pp. 36-69.
- DUNNING, J.H. (2001b), *The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future*, International Journal of the Economics of Business, vol. 8, nº 2, pp. 173-190.
- EGGER, P., PFAFFERMAYR, M. (2004), *Distance, Trade and FDI: A Hausman-Taylor SUR Approach*, Journal of Applied Econometrics, vol. 19, nº 2, pp. 227-246.
- FEIO, P.A. (1996), *A indústria Cerâmica Portuguesa e a Integração Europeia: Breve Contribuição para um Balanço*, Finisterra XXXI, nº62, pp. 133-145.
- FEIO, P.A. (1998), *Território e Competitividade - Uma Perspectiva Geográfica do Processo de Internacionalização do Sector Cerâmico*, Edições Colibri, Lisboa.
- FREITAS, J. (1998), *Determinantes do Desinvestimento em Portugal*, Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.
- GENTVILAITÉ, R. (2010), *Determinants of FDI and its Motives in Central and Eastern European Countries*, Lunds Universitet, School of Economics and Management, Bachelor Thesis, Sweden, January.

GEP-MIE (1995), *A Indústria Portuguesa Horizonte 2015: Evolução e Prospectiva*, Serviços de Estudos e Economia Industrial.

GOMES, M., (1993), *Vista Alegre*, Colecção História Local, Livraria Estante Editora, Aveiro.

GRAHAM, E.M. (1978), *Transatlantic Investment by Multinational Firms: A Rivalistic Phenomenon?* Journal of Post-Keynesian Economics, vol.1, nº1, pp. 82-99.

GRAHAM, E.M. (1998), *Market Structure and the Multinational Enterprise: A Game Theoretic Approach*, Journal of International Business Studies, vol. 29, nº 1, pp. 67-83.

HUDSON, M. (1998), *Capitalismo Financeiro x Capitalismo Industrial*, Contribuição para “The other Canon Conference on Production Conference Capitalism vs Financial Capitalism”, Oslo, 3-4 Setembro.

HYMER, S. (1960), *The International Operations of National Firms: A Study in Direct Investment*, PhD thesis, MIT, Cambridge.

ICEP (2001), *Análises “SWOT” Sectoriais*, Direcção de Comércio e Internacionalização, ICEP Portugal.

JACINTO, A.C.S. (2005), *O Alargamento da União Europeia a Leste e o Investimento Directo Estrangeiro em Portugal e os Novos Membros - Determinantes de Localização e Deslocalização de Empresas - Avaliação Económica dos Determinantes de Atracção do IDE aplicada a Portugal*, Tese de Mestrado em Gestão e Estratégia Industrial, ISEG, Abril.

JOHANSON, J., VAHLNE, J. (1977), *The Internationalization Process of the Firm- A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*, Journal of International Business Studies, vol. 8, nº 1, pp. 23-32.

LEITÃO, N.C., FAUSTINO, H. (2008), *Portuguese Foreign Direct Investments Inflows: An Empirical Investigation*, ISEG, Working Paper 54.

MACHADO, C.A.P. (2004), *Economia da Empresa Multinacional - Definições e Teorias Explicativas*, Texto de apoio nº 5 a Economia da Empresa Internacional, Abril.

- MARIANTE, A., KALACHE, J. (2006), *Panorama do Sector e Revestimentos Cerâmicos*, Área Industrial, Departamento de Bens de Consumo, Setembro.
- MAROCO, J. (2003), *Análise Estatística – Com Utilização do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.
- MATA, J., PORTUGAL, P. (2002), *The Survival of New Domestic and Foreign-Owned Firms*, Strategic Management Journal, vol. 23, nº4, pp. 323-343.
- MICHALET, C.A. (1985), *Le Capitalisme Mondial*, Paris, PUF, 2^{em} e édition.
- MILMAN, C. (1996), *Determinants of Private Direct Investment in Latina America: Strategic Implications*, International Journal of Management, vol. 2, pp. 380-389.
- MOREIRA, A.C., DIAS, A.F.A. (2008), *O Investimento Directo do Estrangeiro em Portugal Uma Perspectiva Histórica*, Revista Economia Global e Gestão, Abril, vol. 8, nº1, pp.23-42.
- MUDAMBI, R., NAVARRA, P. (2002), *Institutions and Internation Business: A Theoretical Overview*, International Business Review, vol. 11, nº 1, pp. 35-55.
- NONNENBERG, M.J.B., MENDONÇA, M.J.C. (2004), *Determinantes dos Investimentos Directos Externos em Países em Desenvolvimento*, IPEA, Rio de Janeiro, Março, Texto para Discussão nº 1016, pp. 1-18.
- NUNES, C., GODINHO C. (2001), *Estratégias para o Sector da Cerâmica*, Estudos e Informação Económica, Sectores, Fileiras e Clusters, IAPMEI, Ministério da Economia e da Inovação.
- OCDE (2002), *Trends and recent Development in Foreign Direct Investment, in OCDE International Investment Perspectives*, September.
- OLIVEIRA, A. (2008), *A Indústria Portuguesa dos Materiais Cerâmicos de Construção*, Revista Kéramica, Revista de Indústria Cerâmica Portuguesa, nº 291, Julho/Agosto, pp. 14-22.
- OLIVEIRA, F.A.C. (2001), *Cerâmicos Avançados: Materiais com Futuro em Portugal*. Investigador do INETI.

PEREIRA, M.E.T. (2005), *Factores de Competitividade e Desempenho Empresarial - Um Estudo Aplicado ao Sector da Cerâmica em Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.

PEREIRA, V.M.M. (2007), *O IDE em Portugal entre 1975 e 1995*, Laboratório de Economia Aplicada, Departamento de Gestão e Economia, Universidade da Beira Interior.

PESTANA, M., GAGEIRO, J. (2008), *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*. Lisboa, 5ª Edição, Sílabo.

PITELI, E.E.N. (2009), *Foreign Direct Investment in Developed Economies: A Comparison between European and non-European Countries*, University of Cambridge, Dynamic Regions in a Knowledge-Driven Global Economy- DYNREG, WP 44, pp. 1-21.

PORTER, M. (1986), *Competition in Global Industries: A Conceptual Framework*, Harvard Business Scholl Press, Boston 02163.

PORTER, M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: The Free Press (Republished with a New Introduction, 1998).

RALHAN, M. (2006), *Determinants of Capital Flows: A Cross-Country Analysis*, Department of Economics, University of Victoria, Canada, Econometrics Working Papers EWPO601.

REIS, V.M.V. (2005), *Desenvolvimento e Investimento Directo Estrangeiro em Cabo Verde: Contributo Português*, Dissertação de Doutoramento, Lisboa, Dezembro, ISCTE.

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DE MINISTROS Nº 103/2002 de 17 de Julho, publicada no Diário da República, II Série, de 26 de Julho de 2002.

RESOLUÇÃO DO CONSELHO DE MINISTROS Nº 101/2003 de 10 de Julho, publicada no Diário da República, II Série, de 8 de Agosto de 2003.

RESOLUÇÃO DA ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA Nº 29/2010 de 15 de Março, publicada no Diário da República, I Série, de 12 de Abril de 2010.

RIBEIRO, J.C., SANTOS, J. F. (2001), *Factores de Atracção da Empresa Estrangeira: A Experiência Portuguesa*, Universidade do Minho, Braga.

RODRIGUEZ-CLARÉ, A. (1996), *Multinationals, Linkages, and Economic Development*, American Economic Review, vol. 86, nº 4, pp. 852-873.

ROSA, E. (2009), *Economia: Num ano apenas o número de empregos ocupados por trabalhadores com o ensino básico ou menos diminuem em 234,9 mil, e o ocupado por operários reduziu-se em 115,2 mil*”, Notícias da Moita e Região, Jornal O Rio, 18/Agosto, pp. 1.

SANTOS, J.F.P. (1997), *Multinacionais e Mundialização*, Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais, Universidade Católica Portuguesa, Revista Economia e Prospectiva, Jul./Set, vol. 1, nº 2, pp. 1-11.

SERVEN L., SOLIMANO, A. (1993), *Debt Crisis, Adjustment Policies and Capital Formation in Developing Countries: Where do We Stand?* World Development.

SOARES, B. (2007), *Contributos para o Conhecimento no Contexto Internacional do Sector OPMNM Vidro e Artigos de Vidro, Produtos Cerâmicos e do Barro, Cimento e Betão, Trabalho de Pedra e OPMNM Diversos*, IAPMEI, Rede de Gabinetes de Empresas, Maio.

SOUZA, L.M.V., (1994), *Determinantes de realização de Fluxos de Investimento Directo Externo por EMN Brasileiras, com uma aplicação ao Caso Português*, Lisboa, MECA, FE/UNL.

SPASS (2007), *Uma Análise em Modelo Gravitacional para os Determinantes do Investimento Directo Externo no Brasil*.

STEFANOVIC', S. (2008), *Analitical Framework os FDI Determinants: Implementation of the OLI Model*, Economics and Organization, vol. 5, nº 3, pp. 239-249.

TEIXEIRA, A.A.C., LEHMANN, A. T. T. (2007), *Investimento Directo Estrangeiro, Capital Humano e Inovação: Uma Aplicação ao caso Português*, Vida Económica, Outubro.

TREVINO, L. J., DANIELS, J. D., ARBELÁEZ, H. (2002), *Market Reform and FDI in Latin America: An Empirical Investigation*, Transnational Corporation, vol. 11, nº1, pp.29-48.

UNCTAD (2003), *World Investment Report, FDI Policies for Development National and International Perspectives, Chapter I, FDI Down 21 % Globally*, New York and Geneva: United Nations.

VASCONCELLOS, J.de (1907), “Indústria de Cerâmica”, Porto.

VERNON, R. (1966), International Investment and International Trade in the Product Cycle, Quarterly Journal of Economics, May, vol. 80, nº 2, pp. 190-207.

WHEELER, D., MODY, A. (1992), *International Investment Locational Decisions. The Case of U.S. Firms*, Journal of International Economics, vol. 33, nº1, pp. 57-76.

Referências on-line

- <http://www.apicer.pt>;
- <http://www.aveirana.doc.ua.pt>;
- <http://www.bportugal.pt>;
- <http://www.cerameunie.eu>;
- <http://www.ctcv.pt>;
- <http://www.dcm.fct.unl.pt>;
- <http://www.e-geo.ineti.pt>;
- <http://www.gee.min-economia.pt>;
- <http://www.gep.mtss.gov.pt>;
- <http://hcl.harvard.edu/research/guides/fdi/>;
- <http://www.ine.pt>;
- <http://www.infoempresas.com.pt>;
- <http://www.portugalglobal.pt>;
- <http://www.unctad.org>.

Anexos

Anexo 1

Indicadores de IDE e Produção Internacional, 1982-2002

(WIR 2003)

Indicadores de IDE e Produção Internacional, 1982-2002

(Bilhões de Dólares e Percentagem) - WIR 2003

Item	Value at current prices (Billion dollars)			Annual growth rate (Per cent)						
	1982	1990	2002	1986-1990	1991-1995	1996-2000	1999	2000	2001	2002
FDI inflows	59	209	651	23.1	21.1	40.2	57.3	29.1	-40.9	-21.0
FDI outflows	28	242	647	25.7	16.5	35.7	60.5	9.5	-40.8	-9.0
FDI inward stock	802	1 954	7 123	14.7	9.3	17.2	19.4	18.9	7.5	7.8
FDI outward stock	595	1 763	6 866	18.0	10.6	16.8	18.2	19.8	5.5	8.7
Cross-border M&As ^a	..	151	370	25.9 ^b	24.0	51.5	44.1	49.3	-48.1	-37.7
Sales of foreign affiliates	2 737	5 675	17 685 ^c	16.0	10.1	10.9	13.3	19.6	9.2 ^c	7.4 ^c
Gross product of foreign affiliates	640	1 458	3 437 ^d	17.3	6.7	7.9	12.8	16.2	14.7 ^d	6.7 ^d
Total assets of foreign affiliates	2 091	5 899	26 543 ^e	18.8	13.9	19.2	20.7	27.4	4.5 ^e	8.3 ^e
Export of foreign affiliates	722	1 197	2 613 ^f	13.5	7.6	9.6	3.3	11.4	-3.3 ^f	4.2 ^f
Employment of foreign affiliates (thousands)	19 375	24 262	53 094 ^g	5.5	2.9	14.2	15.4	16.5	-1.5 ^g	5.7 ^g
GDP (in current prices)	10 805	21 672	32 227 ^h	10.8	5.6	1.3	3.5	2.6	-0.5	3.4 ^h
Gross fixed capital formation	2 286	4 819	6 422 ⁱ	13.4	4.2	1.0	3.5	2.8	-3.9	1.3 ⁱ
Royalties and licences fees receipts	9	30	72 ^j	21.3	14.3	6.2	5.7	8.2	-3.1	..
Export of goods and non-factor services	2 053	4 300	7 838 ^k	15.6	5.4	3.4	3.3	11.4	-3.3	4.2 ^k

Fonte: UNCTAD

^a Data are only available from 1987 onward.

^b 1987-1990 only.

^c Based on the following regression result of sales against FDI inward stock (in millions dollars) for the period 1980-2000: Sales=934.0435+2.351837*FDI inward stock.

^d Based on the following regression result of gross product against FDI inward stock (in millions dollars) for the period 1982-2000: Gross product=436.3332+0.421268*FDI inward stock.

^e Based on the following regression result of assets against FDI inward stock (in millions dollars) for the period 1980-2000: Assets=-1 443.239+3.929293*FDI inward stock.

^f For 1995-1998, based on the regression result of exports of foreign affiliates against FDI inward stock (in millions dollars) for the period 1982-1994: Exports=291.5394+0.453183*FDI inward stock. For 1999-2002, the share of exports of foreign affiliates in world export in 1998 (33.3 per cent) was applied to obtain the values.

^g Based on the following regression result of employment (in thousands) against FDI inward stock (in millions dollars) for the period 1982-1999: Employment=13 865.43+5.507718*FDI inward stock.

^h Based on data from the International Monetary Fund, *International Financial Statistics*, June 2003 and *World Economic Outlook*, April 2003.

ⁱ Data for 2002 was extrapolated using the share of countries and economies with available 2002 data in 2001 world gross fixed capital formation.

^j 2001.

^k Based on the International Monetary Fund, *World Economic Outlook*, April 2003.

Anexo 2

Tabela de Conversão da CAE- Rev. 2.1 na CAE- Rev. 3 na Indústria Cerâmica Portuguesa

Tabela de Conversão da CAE- Rev. 2.1 em CAE- Rev. 3 (a 2 dígitos) na Indústria Cerâmica (Decreto-lei nº 381/2007- Regulamento da CE nº 1893/2006)		
CAE- Rev. 2.1 (obsoleta)	Âmbito das Actividades	CAE - Rev. 3 (actual)
262	Louça sanitária	234
	Cerâmica utilitária e decorativa	234
	Refractários, cerâmica técnica e outros	232
263	Pavimentos e Revestimentos (azulejos, mosaicos e placas cerâmicas)	233
264	Cerâmica estrutural (telhas, tijolos e abobadilhas)	233

Fonte: Elaboração própria a partir da tabela de classificações da CAE do INE, de dados do GEP e Ministério do Trabalho e da Solidariedade (MTSS), de dados informativos da APICER e da legislação inerente (Decreto Lei nº 381/2007)

Nota: A CAE-Rev.3, aprovada pelo Decreto-Lei nº 381/2007, de 14 de Novembro, substituiu a CAE-Rev.2.1 a partir de 1 de Janeiro de 2008. Os dados estatísticos fornecidos pelo INE contemplaram a CAE- Rev 2.1, uma vez que a informação fornecida reportou-se a períodos anteriores a 2007, inclusive, tornando-se, desta forma, imprescindível a tabela de conversão correspondente.

Anexo 3

Questionário

Universidade de Aveiro

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA E GESTÃO INDUSTRIAL

QUESTIONÁRIO

Estudo: Determinantes de Investimento Directo Estrangeiro das Empresas do Sector Cerâmico em Portugal.

Empresas Alvo: Entidades que se constituíram por via de Investimento Directo Estrangeiro ou, nas quais se registou ou se preveja que venham a registar, operações deste tipo de Investimento.

1. Referência ao Questionário

Local: _____ Data: ____/____/____

2. Identificação do Responsável pelo Preenchimento do Questionário

Nome (opcional): _____

Cargo na Empresa: _____

Habilitações Literárias: _____

Sexo: F M Idade _____ anos

3. Caracterização da Empresa

Nome da Empresa: _____

Natureza Jurídica Actual: Sociedade por Quotas Sociedade Anónima Outra, Qual? _____

CAE Principal (Código de Actividade Económica) _____

Sede (Portugal - se aplicável) _____ Sede (Grupo) _____

Capital Social: _____

Composição/ Repartição do Capital Social

Apenas Capital Nacional Maioria Capital Nacional Maioria Capital Estrangeiro
Capitais Externos: _____%

Países de Origem do Capital Externo:

_____	_____	%	_____	_____	%
_____	_____	%	_____	_____	%
_____	_____	%	_____	_____	%

Estabelecimentos:

Número: _____

Local: _____ / _____ / _____ / _____

Subsector de Actividade:

- Sanitários Cerâmica Doméstica Ornamental Clorifícios
 Pavimentos e Revestimentos Cerâmica Estrutural Outro: Qual? _____

Nº de Trabalhadores

	Ano 2005		Ano 2006		Ano 2007	
	Portugal	País Origem	Portugal	País Origem	Portugal	País Origem
1 a 9 Trabalhadores						
10 a 49						
50 a 249						
>= 250						

Antiguidade

Ano de Constituição da Empresa: _____

Ano de Instalação em Portugal: _____

4. Localização, Concorrentes, Fornecedores e Clientes

	Distrito de Aveiro	Resto do País	Outro País da UE	Resto do Mundo
Localização Principais Concorrentes				
Localização Principais Fornecedoros				
Localização dos Principais Clientes				

Percentagem de Vendas por Mercado

Distrito de Aveiro _____ %

Resto do País _____ %

Outro País da UE _____ %

Resto do Mundo _____ %

Total % = 100 %

Qual País? _____

Qual País? _____

5. Volume de Negócios

	Ano 2005	Ano 2006	Ano 2007
Volume de Negócios (valores em euros)	€	€	€
Contribuição Filial Portuguesa / Grupo	_____ %	_____ %	_____ %

NOTA: As empresas que não se constituíram por via de Investimento Directo Estrangeiro (IDE) mas nas quais se registou ou se preveja que venham a registar, operações deste tipo de Investimento, passarão automaticamente à **questão 9**, onde identificarão os potenciais determinantes ou factores de motivação/atracção de IDE.

6. Tipologia de Investimento directo estrangeiro¹⁴⁴

- Constituição de Novas Empresas / Abertura de Sucursais / Dissolução
- Aquisição / Alienação Total ou Parcial de Empresas Residentes já Constituídas
- Aumentos / Reduções de Capital
- Empréstimos concedidos pelos Investidores Directos não Residentes
- Outras Operações: Constituição de Consórcios/Cobertura Financeira de Prejuízos/Realização de Operações Derivados Financeiros entre Empresas de Investimento Directo

7. Nível de Autonomia da Filial Portuguesa nas seguintes Áreas:

	1 - Nenhuma			5 - Total	
Concepção e desenvolvimento dos produtos	1	2	3	4	5
Produção	1	2	3	4	5
Preço	1	2	3	4	5
Política de compras	1	2	3	4	5
Estratégica de marketing	1	2	3	4	5
Gestão de recursos humanos	1	2	3	4	5

8. Factores de Competitividade da Empresa no Mercado Português

	1 - Nenhuma			5 - Total	
Diversidade de produtos e serviços	1	2	3	4	5
Qualidade	1	2	3	4	5
Inovação/Capacidade tecnológica	1	2	3	4	5
Redes de distribuição	1	2	3	4	5
Preço	1	2	3	4	5
Cumprimento dos prazos	1	2	3	4	5
Assistência pós-venda	1	2	3	4	5
Imagem/Design dos produtos	1	2	3	4	5
Marketing	1	2	3	4	5

¹⁴⁴ De acordo com o Anexo VI da Instrução 1/96 do Banco de Portugal (transcrição parcial)

9. Factores Determinantes de Investimento Directo Estrangeiro

<i>Ordene, por ordem de importância, os factores que, em sua opinião, motivaram a escolha de Portugal como país receptor de investimento directo estrangeiro neste sector da indústria.</i>	
Vantagens de Propriedade ¹⁴⁵	
Factores de Localização ¹⁴⁶	
Factores de Internalização ¹⁴⁷	

<i>Dentro de cada factor, ordene por ordem de importância (de 1 a 5) os diversos elementos</i>					
VANTAGENS DE PROPRIEDADE	1- Nenhuma			5 - Total	
Dimensão (incluindo o volume de negócios)	1	2	3	4	5
Mercado envolvente	1	2	3	4	5
Localização geográfica e infra-estruturas	1	2	3	4	5
Capacidade tecnológica e inovadora	1	2	3	4	5
Experiência no mercado nacional	1	2	3	4	5
Estrutura financeira sólida	1	2	3	4	5
Acordos/Parcerias comerciais com outras empresas multinacionais	1	2	3	4	5
Baixo custo na fabricação dos produtos	1	2	3	4	5
Potencial humano e gestão da empresa	1	2	3	4	5
Reputação, imagem e marca	1	2	3	4	5
Qualidade dos produtos face à concorrência	1	2	3	4	5

FACTORES DE LOCALIZAÇÃO	1- Nenhuma			5- Total	
Incentivos fiscais	1	2	3	4	5
Legislação laboral	1	2	3	4	5
Estabilidade política de Portugal	1	2	3	4	5
Ambiente económico, social e cultural de Portugal	1	2	3	4	5
PIB português	1	2	3	4	5
Dimensão e perspectivas de crescimento do mercado português	1	2	3	4	5
Custo de mão-de-obra	1	2	3	4	5
Custo de transporte	1	2	3	4	5
Acessibilidade geográfica e infra-estrutural	1	2	3	4	5
Acesso a recursos naturais	1	2	3	4	5
Qualificação e disponibilidade do capital humano	1	2	3	4	5
Custo de matérias-primas, energia e água	1	2	3	4	5
Acordos/ parcerias comerciais com Portugal	1	2	3	4	5
Subsídios e incentivos fiscais do país de origem	1	2	3	4	5

¹⁴⁵ Vantagens intrínsecas à organização, características da própria empresa – (Dunnig, 2001- Ownership Advantages).

¹⁴⁶ Vantagens relacionadas com o país receptor de IDE (Portugal), nomeadamente factores fiscais, económicos, infra-estruturais, tecnológicos, logísticos, sócio-culturais, etc.

¹⁴⁷ Vantagens que resultam da combinação entre factores de localização e vantagens de propriedade.

FACTORES DE INTERNALIZAÇÃO	1- Nenhuma			5- Total	
Acesso a recursos naturais	1	2	3	4	5
Fabricação próxima dos clientes	1	2	3	4	5
Custos reduzidos dos recursos	1	2	3	4	5
Explorar e controlar directamente recursos estratégicos	1	2	3	4	5
Exportações prévias	1	2	3	4	5
Apoios institucionais	1	2	3	4	5
Barreiras alfandegárias	1	2	3	4	5
Diversificação do risco	1	2	3	4	5
Ganhos de eficiência na empresa investidora	1	2	3	4	5
Aumento de recursos de financiamento	1	2	3	4	5

10. Obstáculos/Dificuldades que possam afectar o Desenvolvimento do Investimento da Empresa em Portugal

	1 - Nenhuma			5 - Total	
Dimensão do mercado Português	1	2	3	4	5
Insuficiência de recursos financeiros	1	2	3	4	5
Insuficiência de recursos humanos	1	2	3	4	5
Problemas de coordenação na gestão	1	2	3	4	5
Ausência de conhecimento prévio do mercado português	1	2	3	4	5
Ausência de escala nos negócios	1	2	3	4	5
Estagnação na procura do mercado português	1	2	3	4	5
Falta de competitividade no mercado português	1	2	3	4	5
Diferenças culturais entre os parceiros de negócios	1	2	3	4	5
Subdesenvolvimento das indústrias cerâmicas	1	2	3	4	5
Dimensão e qualidade das infra-estruturas	1	2	3	4	5
Custos de mão-de-obra	1	2	3	4	5

Anexo 4

Classificação Portuguesa das Actividades Económicas

FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS MINERAIS NÃO METÁLICOS

Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE- Rev. 3 - Notas explicativas),

Gabinete de Estratégia e Planeamento, Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social (MTSS)
(www.gep.mtss.gov.pt)

232 FABRICAÇÃO DE PRODUTOS CERÂMICOS REFRACTÁRIOS

23200 - Compreende a fabricação de produtos refractários moldados a partir de qualquer base e qualquer que seja o fim do produto (construção, isolamento, laboratório, etc.) e de produtos refractários não moldados (argamassas, cimento, betões, indutos bem como outras misturas preparadas). Inclui também a fabricação de produtos calorífugos (obtidos a partir de farinhas siliciosas fósseis) e de produtos que contenham magnesite, dolomite ou cromite.

233 FABRICAÇÃO DE PRODUTOS CERÂMICOS PARA A CONSTRUÇÃO

2331 FABRICAÇÃO DE AZULEJOS, LADRILHOS, MOSAICOS E PLACAS DE CERÂMICA

23311 FABRICAÇÃO DE AZULEJOS – Compreende a fabricação de azulejos (material cerâmico vidrado para revestimento), assim como a sua pintura.

23312 FABRICAÇÃO DE LADRILHOS, MOSAICOS E PLACAS DE CERÂMICA – .
Compreende a fabricação de ladrilhos, mosaicos e placas cerâmicas obtidas por prensagem (vidradas ou não) para pavimentação e revestimento.

234 FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS DE PORCELANA E CERÂMICOS NÃO REFRACTÁRIOS

2341 FABRICAÇÃO DE ARTIGOS CERÂMICOS DE USO DOMÉSTICO E ORNAMENTAL –
Compreende a fabricação de artigos cerâmicos para uso doméstico e hotelaria (louças, artigos de toucador, etc.) e de ornamentação (estatuetas, objectos de fantasia, etc.) em porcelana, faiança e matérias similares. Inclui a pintura destes artigos.

23411 OLARIA DE BARRO

23412 FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE USO DOMÉSTICO DE FAIANÇA, PORCELANA E GRÉS FINO – Compreende a fabricação de louça de mesa (para uso doméstico e hotelaria) e de artigos de uso doméstico (boiões, marmitas, cinzeiros, etc.) ou de toucador (frascos, saboneteiras, esponjeiras, etc.), de porcelana, faiança e grés fino.

23413 FABRICAÇÃO DE ARTIGOS DE ORNAMENTAÇÃO DE FAIANÇA, PORCELANA E GRÉS FINO – Compreende a fabricação de artigos cerâmicos de ornamentação (estatuetas, vasos, etc.) de porcelana, faiança e grés fino.

23414 ACTIVIDADES DE DECORAÇÃO DE ARTIGOS CERÂMICOS DE USO DOMÉSTICO E ORNAMENTAL – Compreende a decoração de artigos cerâmicos para uso doméstico (pratos, travessas, tigelas, chávenas, etc.) e para ornamentação (estatuetas, vasos, etc.).

2342 FABRICAÇÃO DE ARTIGOS CERÂMICOS PARA USOS SANITÁRIOS

23420 - Compreende a fabricação de artigos fixos para usos sanitários, de porcelana, faiança e grés fino.

2343 FABRICAÇÃO DE ISOLADORES E PEÇAS ISOLANTES EM CERÂMICA

23430 - Compreende a fabricação de isoladores e peças isolantes de cerâmica para instalações eléctricas.

2344 FABRICAÇÃO DE OUTROS PRODUTOS EM CERÂMICA PARA USOS TÉCNICOS

23440 - Compreende a fabricação de produtos cerâmicos para laboratórios e para usos químicos ou industriais. Inclui válvulas de materiais cerâmicos.

Anexo 5

Códigos de Nomenclatura Combinada de Produtos Cerâmicos (INE)

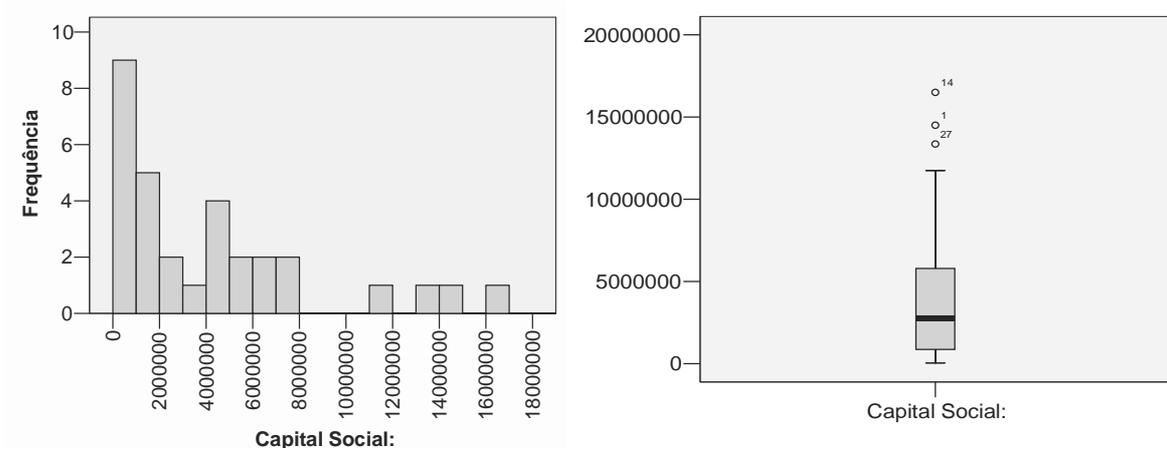
Código da Nomenclatura Combinada	Descrição
6901	Tijolos, placas [lajes], ladrilhos e outras peças cerâmicas de farinhas siliciosas fósseis - por exemplo: tripolite, diatomite - ou de terras siliciosas semelhantes
6902	Tijolos, placas [lajes], ladrilhos e peças cerâmicas semelhantes, para construção, refractários (excepto de farinhas siliciosas fósseis ou de terras siliciosas semelhantes)
6904	Tijolos para construção, tijoleiras, tapa-vigas e produtos semelhantes, de cerâmica (excepto de farinhas siliciosas fósseis ou de terras siliciosas semelhantes, tijolos refractários da posição 6902, bem como ladrilhos e placas, para pavimentação ou revestimento, das posições 6907 e 6908)
6905	Telhas, elementos de chaminés, condutores de fumo, ornamentos arquitectónicos, de cerâmica, e outros produtos cerâmicos para construção (excepto de farinhas siliciosas fósseis ou de terras siliciosas semelhantes, peças cerâmicas, para construção, refractárias, bem como tubos e outros artefactos para canalizações e usos semelhantes)
6907	Ladrilhos e placas [lajes], para pavimentação ou revestimento, não vidrados nem esmaltados, de cerâmica; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, para mosaicos, não vidrados nem esmaltados, de cerâmica, mesmo com suporte (excepto de farinhas siliciosas fósseis ou de terras siliciosas semelhantes, produtos cerâmicos refractários, ladrilhos de revestimento transformados em descansos para pratos e travessas, objectos de ornamentação, bem como ladrilhos cerâmicos de fabricação especial para fogões)
6908	Ladrilhos e placas [lajes], para pavimentação ou revestimento, vidrados ou esmaltados, de cerâmica; cubos, pastilhas e artigos semelhantes, para mosaicos, vidrados ou esmaltados, de cerâmica, mesmo com suporte (excepto de farinhas siliciosas fósseis ou de terras siliciosas semelhantes, produtos cerâmicos refractários, ladrilhos de revestimento transformados em descansos para pratos e travessas, objectos de ornamentação, bem como ladrilhos cerâmicos de fabricação especial para fogões)
6909	Aparelhos e artefactos para usos químicos ou para outros usos técnicos, de cerâmica; alguidares, gamelas e outros recipientes semelhantes para usos rurais, de cerâmica; bilhas e outras vasilhas próprias para transporte ou embalagem, de cerâmica (excepto mós, pedras de amolar e artefactos semelhantes, de cerâmica, da posição 6804, produtos cerâmicos refractários, artigos de uso doméstico, frascos utilizados em estabelecimentos comerciais, bem como aparelhagem eléctrica, isoladores e outras peças isolantes)
6910	Pias, lavatórios, colunas para lavatórios, banheiras, bidés, sanitários, reservatórios de autoclismos, mictórios e aparelhos fixos semelhantes para usos sanitários, de cerâmica (excepto saboneteiras, esponjeiras, porta-escovas de dentes, toalheiros e porta-rolos de papel higiénico)
6911	Louça, outros artigos de uso doméstico e artigos de higiene ou de toucador, de porcelana (excepto banheiras, bidés, pias e outros artefactos fixos semelhantes; estatuetas e outros objectos para ornamentação; bilhas, garrações e outros recipientes para transporte ou embalagem; moinhos de café e de especiarias, com recipientes de cerâmica e maquinismo de metal)
6912	Louça, artigos de uso doméstico e artigos de higiene ou de toucador, de cerâmica mas não de porcelana (excepto banheiras, bidés, pias e outros artefactos fixos semelhantes; estatuetas e outros objectos para ornamentação; bilhas, garrações e outros recipientes para transporte ou embalagem; moinhos de café e de especiarias, com recipientes de cerâmica e maquinismo de metal)
6913	Estatuetas e outros objectos de ornamentação, de cerâmica, não especificados nem compreendidos noutras posições
6914	Obras de cerâmica, não especificados nem compreendidos noutras posições

Fonte: INE

Anexo 6

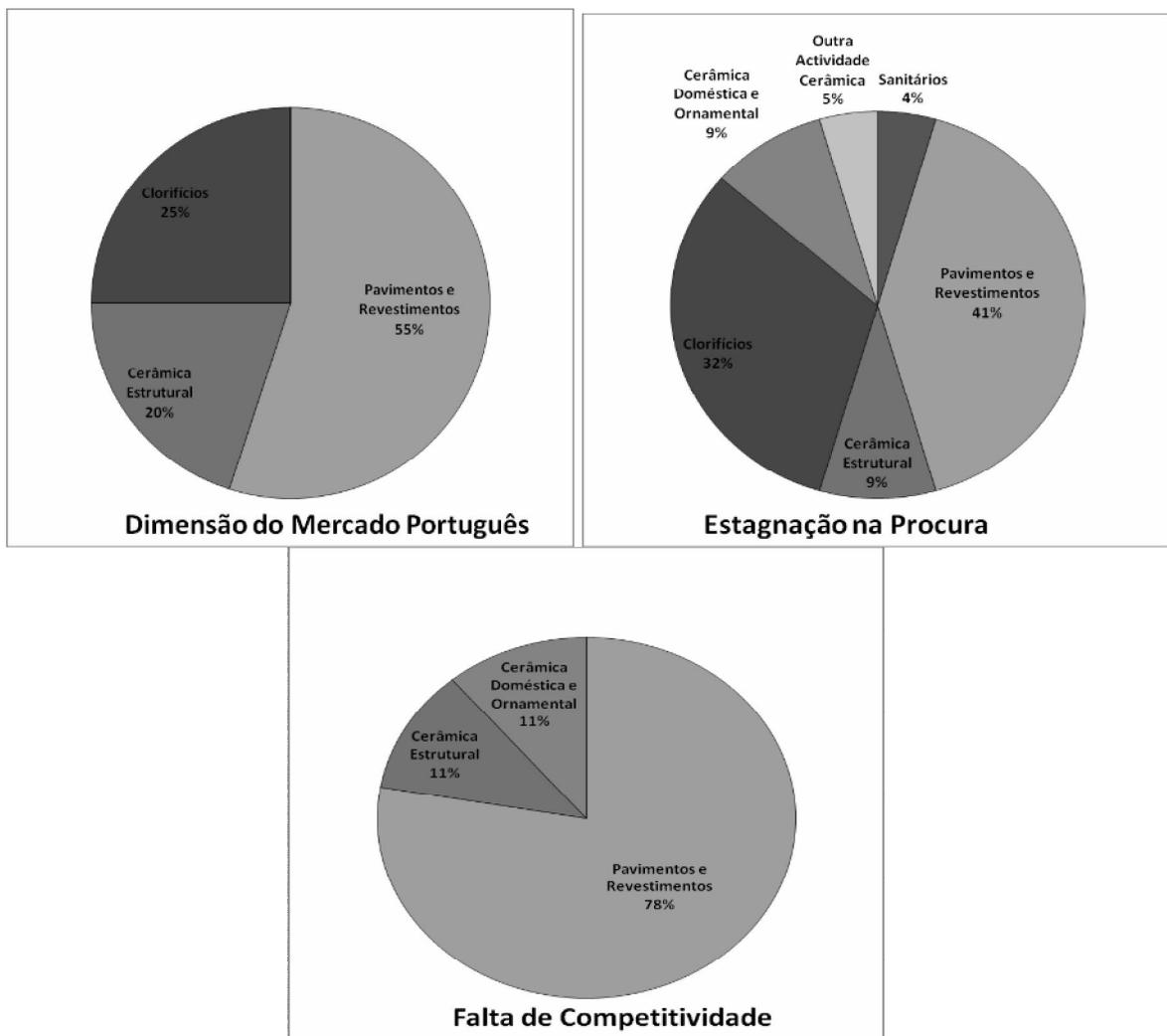
Resultados do Questionário

6.1 Distribuição de Valores do Capital Social



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário

6.2 Principais Obstáculos ao Desenvolvimento do IDE em Portugal (Percentagem de Respostas por Subsector de Actividade)



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados recolhidos do questionário