



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

MESTRADO

DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO
INTERNACIONAL

TRABALHO FINAL DE MESTRADO

DISSERTAÇÃO

FATORES INSTITUCIONAIS NA
INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PMES
PORTUGUESAS PARA A AMÉRICA LATINA

ANDRÉ FILIPE FREITAS ESTEVES BRÁS DOS SANTOS

OUTUBRO - 2014



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

**MESTRADO EM
DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO
INTERNACIONAL**

TRABALHO FINAL DE MESTRADO

DISSERTAÇÃO

**FATORES INSTITUCIONAIS NA
INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PMEs
PORTUGUESAS PARA A AMÉRICA LATINA**

ANDRÉ FILIPE FREITAS ESTEVES BRÁS DOS SANTOS

ORIENTAÇÃO:

PROFESSOR DOUTOR JOAQUIM RAMOS SILVA

OUTUBRO - 2014

Agradecimentos

Em primeiro lugar, quero agradecer profundamente ao meu orientador, Professor Joaquim Ramos Silva, por toda a atenção, dedicação, simpatia e sapiência que me prestou no decorrer deste trabalho.

Agradeço também ao conjunto de professores que com a sua amizade, apoio e conhecimento que me proporcionaram no decorrer do meu percurso académico, em particular às minhas professoras de secundário, Ana Maria Paulino, Elisa Sardinha e Dulce Fráguas; e aos professores do ISEG, Tiago Diogo, Aristides de Sousa Mendes, Manuel Mira Godinho, Miguel St Aubyn, Carlos Bastien Raposo, Luís Nazaré, Fernanda Ilhéu, Rita Raposo, Maria João Santos, Pedro de Sá Nogueira, Alexandre Abreu, Manuel Ennes Ferreira, João Estêvão, Mário Guillermo Olivares, Manuel Coelho, Vítor Magriço e Joana Pereira Leite.

Ao Professor João Peixoto dedico um agradecimento especial, pela sua amizade, conselhos, reconhecimento, bem como pelos conhecimentos que me transmitiu tanto na Licenciatura como no Mestrado.

Agradeço a todas as empresas que responderam ao questionário enviado, pela disponibilidade manifestada e pela preciosa ajuda que prestaram a este trabalho com os dados fornecidos. Às Câmaras de Comércio e Indústria Luso Colombiana e Luso Mexicana, agradeço a atenção, interesse e o apoio prestado a este estudo. Agradeço também à Associação Comercial e Industrial de Barcelos, em especial ao seu presidente Eng.º João Albuquerque.

Ao “meu” Internacional Club of Portugal, tenho que agradecer todos os conhecimentos e apoio que me prestaram, tanto a nível pessoal e profissional como na elaboração deste trabalho, nunca esquecendo a figura do seu Presidente, Dr. Manuel Ramalho, a quem muito agradeço a amizade, a sabedoria e a confiança que sempre depositou em mim.

Aos meus amigos, Ana Filipa Urbano, Débora Pinto, Margarida Filipe, André Tavares, Tiago Valente, Vasco Ramos, Diogo Ramos, Pedro Filipe, Gustavo Gouveia, Paulo Mateiro, Bruno Grosso, Cajó Soares, Tomás Júdice, Carla Abrantes, Joana Cortiçadas, Francisca Tungumuna, Sandy Figueiredo, Ana Soares, Marta Branco, Joana Branco, Pedro Vasconcelos Almeida, Marcos André Grazina, Frederico Rosa, Ariana Azevedo, Catarina Jesus, Andreia Coelho, Rita Barreiros, Ivone Ferreira, Ane Luise, Diana Rosa, Lúcia Palmero, e Pablo Gago, dirijo o meu agradecimento por todo o apoio, incentivo, conhecimento e amizade que sempre me manifestaram. Muito em especial, vai uma palavra para os meus grandes amigos, Tomás Ribeiro, João Pedro, Carlos Silva, e António Amado, por estarem sempre presentes nos momentos necessários.

Cumpre-me também agradecer a diversas pessoas, entre elas, ao Sr. José Manuel Viegas, Dr. Octávio Ribeiro, Dr. Hugo Durão, Dr. António Ruivo, Dra. Analisa Costa

Reis, Dr. Paulo Freitas Lopes, Dr. António Gonçalves, Dr. Nuno Saraiva, Prof. Ana Quaresma, Prof. António Cabeças, Dra. Manuela Miguel Martins, Dr. Vasco Trigo, Dra. Liliana Conde, Dr. Daniel Soares de Oliveira, Dra. Carla Sequeira, Comandante António Homem de Gouveia, Dra. Arelis Rodriguez, Dr. Alfredo Suárez, Dr. João Pinho de Almeida e ao Dr. António de Almeida Santos, pela consideração, conhecimento, amizade e incentivos que me proporcionaram ao longo do meu percurso académico e da realização do presente trabalho.

Um forte e emocionado agradecimento vai para a minha magnífica turma de mestrado, o 20.º Mestrado de DCI do ISEG, que certamente ficará na história da nossa instituição académica. Foram 2 anos muito bem passados ao vosso lado, e certamente a união e entejuda desta turma não será esquecida por todos nós. Agradeço a todos a amizade e apoio que sempre me deram.

Por último e não menos importante, quero dedicar um especial agradecimento à minha família. Avô, tios e primas, que apesar da distância sei que estão sempre a torcer por mim. À minha mana, agradeço todo o apoio, orgulho e preocupação sempre dedicada ao mano, em especial a prenda que me deste no meu segundo aniversário de vida, com o teu nascimento. Sei que com o teu sentido de justiça vais chegar longe, basta acreditares nas tuas capacidades.

Ao meu pai, quero agradecer todo o conhecimento que me transmitiu, bem assim como os incentivos e desafios que sempre me colocou ao longo do meu percurso, possibilitando que eu melhorasse do ponto de vista humano e intelectual. Agradeço também toda a preocupação, orgulho e carinho que sentes por mim. És sem dúvida um excelente pai, e uma das pessoas mais inteligentes e cultas que eu conheço.

À minha mãe, ou como gosta de ser tratada “mãezinha”, tenho que agradecer por estar sempre presente, por sofrer ainda mais que eu no decorrer deste trabalho. Por sempre acreditar nas minhas reais capacidades, por me incentivar sucessivamente a superá-las. Pelo investimento que sempre fez em mim, de modo a que eu seja uma melhor pessoa. Penso que nunca te desiludi nesse aspeto, e que com este findar de etapa estejas ainda mais orgulhosa do teu filho. Porque “mãe há só uma” e tu és sem dúvida única mãe, obrigado por tudo!

Resumo

O presente estudo examina o apoio prestado pelas instituições portuguesas no processo de internacionalização das PME's para a América Latina, à luz das teorias do IDE, Comércio Internacional e do Institucionalismo.

Para identificar o perfil de internacionalização das PME's, os pontos fortes e fracos das instituições que prestam apoio ao processo de internacionalização, e a perceção das empresas sobre o processo e apoios recebidos, elaborou-se um inquérito distribuído a uma amostra de 5872 PME's. Responderam 107 empresas, tendo 50 sido validadas. Procedeu-se à análise quantitativa dos dados e obtendo-se um conjunto de conclusões, cuja principal limitação resulta na impossibilidade de inferência estatística para o total da população de PME's identificadas. Constatou-se que as empresas seguem o processo gradual de internacionalização para a América Latina, que a maioria só se dedica à exportação, procurando diretamente o cliente. Em relação ao IDE, foi verificado que são poucas as PME's com investimentos na América Latina. Na avaliação feita às instituições que procuram auxiliar o processo de internacionalização das empresas portuguesas, foi identificado um conjunto de falhas no processo de atuação das mesmas.

Palavras-chave: IDE, PME's, instituições, internacionalização portuguesa, América Latina

Abstract

This study examines the support provided by the Portuguese institutions on the internationalization of SMEs in Latin America, according to the theories of FDI, International Trade and Institutionalism process.

To identify the SME internationalization's profile, the strengths and weaknesses of the institutions that provide support to the internationalization process, and the perception of firms about the process and support received, it was elaborated a survey distributed to 5872 SMEs. Only 107 companies have responded and 50 inquiries were validated. The collected data were subjected to quantitative data analysis, which allowed obtaining a set of conclusions; however with the impossibility to make a statistical inference to the total population of SMEs identified. It was found that companies follow a gradual internationalization's process to Latin America, and that most of the companies only engaged in export, searching their customers directly. Regarding the FDI, it was found few SMEs with investments in Latin America. In assessment to institutions that assist the internationalization's process of the Portuguese companies, it was identified a set of shortcomings in their performance.

Keywords: FDI, SMEs, institutions, Portuguese internationalization, Latin America

Índice

1. Introdução	8
2. Revisão da Literatura.....	10
2.1 – Teorias dos processos de internacionalização	10
3. Panorama das relações económicas e institucionais: União Europeia – América Latina	23
3.1. - Relações económicas entre a União Europeia – América Latina (Mercosul)...	23
3.2. - Estatísticas e análise ao comércio e investimento: U.E - América Latina	26
3.3. - Estatísticas e análise ao comércio internacional e investimento Português para a América Latina	28
4. Fatores institucionais na internacionalização das PMEs Portuguesas para a América Latina: Análise ao inquérito	30
4.1 - Aspetos metodológicos	30
4.1.1 - Elaboração e procedimento dos questionários	30
4.1.2. - Amostra do estudo.....	31
4.1.3 - Análise da informação.....	32
4.2- Caraterização da amostra – perfil das empresas.....	32
4.3. - Caraterização do Perfil de Exportação	33
4.4. - Caraterização do perfil de investimento internacional	34
4.5. - Caraterização do processo de internacionalização e avaliação do papel institucional	35
5. Conclusões.....	40
Bibliografia.....	43
Anexos.....	47

Glossário

ACIB – Associação Comercial e Industrial de Barcelos

AICEP – Agência para o Investimento e Comercio Externo de Portugal

BRICS – Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul

CAE – Classificação das Atividades Económicas

CE – Comunidade Europeia

CCILC – Câmara de Comércio e Indústria Luso Colombiana

CCILM – Câmara de Comércio e Indústria Luso Mexicana

CNB – Comité de Negociações Biregionais UE – Mercosul

UE – União Europeia

GATT – General Agreement on Tariffs and Trade

IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento

IDE – Investimento Direto Estrangeiro

IIG – Instituto Internacional de Gobernabilidad

INE – Instituto Nacional de Estatística

OMC – Organização Mundial do Comércio

PIB – Produto Interno Bruto

PMEs – Pequenas e Médias Empresas

VABpm – Valor Acrescentado Bruto a preços de mercado

Índice de Quadros

Quadro I – Vias de penetração no exterior (Paradigma OLI).....	14
Quadro II - Avaliação das instituições	37
Quadro III – Impacto das instituições na internacionalização das empresas	38
Quadro IV – Pontos fracos das instituições nos apoios às empresas.....	38
Quadro V – Sugestões	39
Quadro VI - Como avalia a sua experiência de internacionalização?	39

1. Introdução

Portugal foi obrigado a pedir assistência financeira internacional no ano 2011, o que originou uma alteração profunda no modelo de desenvolvimento económico. A partir de então as exportações portuguesas passaram a estar no centro do modelo, obrigando as empresas a prepararem-se para os novos desafios de internacionalização. Este facto torna necessária uma mudança sustentada na matriz de funcionamento da economia portuguesa face à competitividade internacional.

Este trabalho procura estudar qual o papel das instituições portuguesas no apoio à internacionalização do tecido empresarial português, em especial às PME¹ visto que em 2012 correspondiam a 99,9% do total das empresas nacionais, sendo que 95,9% eram micro empresas e que correspondiam a um total de 60% do VABpm (INE, 2014). Estas empresas detêm o menor número de recursos, e com a estagnação do mercado interno, tornou-se essencial para muitas delas a internacionalização de modo a garantirem a sua sobrevivência. Este é o pano de fundo do presente trabalho de investigação. No conceito prático foi escolhida a América Latina, por se tratar de uma região com um potencial de crescimento na próxima década, ao mesmo tempo que permite uma melhor avaliação da importância de fatores como o das proximidades culturais e linguísticas. Para o desenvolvimento deste trabalho fixou-se como objetivo geral «verificar se as instituições têm um papel de relevo na internacionalização das PME¹ Portuguesas para a América Latina» e foram fixados os objetivos específicos seguintes:

- Identificar a partir das teorias do IDE e através da análise dos inquéritos, o tipo de internacionalização das PME¹ portuguesas para o espaço latino- americano.

¹ Consideramos PME¹ segundo a definição europeia vinda na recomendação da Comissão 2003/361, que considera que são empresas que detêm: Menos de 250 trabalhadores, um volume de negócios inferior a 50 milhões de euros, um balanço total inferior a 43 milhões de euros.

- Estudar e analisar a cooperação e as relações económicas entre Portugal e a América Latina, com base na literatura, estatísticas económicas e nos relatórios das instituições portuguesas.
- Identificar a partir inquéritos e entrevistas, quais são os principais pontos fortes e fracos das instituições no auxílio à internacionalização das PME's.

De modo a dar resposta a estes objetivos, foi elaborado um inquérito dirigido às PME's portuguesas. Esta dissertação encontra-se dividida em 5 secções: introdução, revisão da literatura, panorama das relações económicas e institucionais União Europeia – América Latina, fatores institucionais na internacionalização das PME's para a América Latina (análise ao inquérito) e as conclusões. Na secção 2 serão abordadas, por um lado as teorias sobre o comércio Internacional e o IDE, e por outro, as teorias institucionais, que são os suportes teóricos do presente trabalho. Na secção 3 analisamos o quadro de relações entre a União Europeia e a América Latina durante as últimas décadas, analisamos as estatísticas de comércio e investimento entre essas regiões, e em particular, as relações económicas de Portugal com a América Latina. Na secção 4 iremos proceder à análise dos resultados do inquérito que realizámos, aspeto central do presente trabalho, e por último, na secção 5 apresentam-se as conclusões.

Importa referir que no decorrer deste estudo, houve uma preocupação de proceder a um trabalho analítico e a uma análise crítica, recorrendo a ferramentas tanto qualitativas (artigos científicos, dissertações, teses e relatórios de entidades) como quantitativos (bases de dados estatísticas), de modo a formalizar um trabalho de análise crítica e a apresentar novas soluções para os modelos de internacionalização empresariais.

2. Revisão da Literatura

Nesta secção será tratada a componente teórica suporta a investigação realizada, a qual se encontra dividida em duas partes. A primeira centra-se na teoria dos processos de internacionalização empresariais, sendo que os mesmos são considerados na literatura como um fenómeno complexo que “está para além de uma mera ampliação de mercados”(Simões, 2010, p. 11) em que “vários fatores devem ser tidos em conta: como iniciar o processo, a escolha; dimensão e estabilidade dos mercados, entre tantas outras condições, que poderão ditar o sucesso da internacionalização da empresa.” (Simões, 2010, p. 11), o que se traduz num enorme desafio a superar pela generalidade das empresas que ambicionam internacionalizar-se. Assim, importa começar por estudar as teorias do comércio internacional, bem como efetuar uma análise mais aprofundada às teorias que se focam no IDE, nomeadamente o Paradigma Eclético de John Dunning e as teorias da Escola Nórdica de Negócios, as quais podem ser consideradas como as teorias mais indicadas no contexto deste trabalho.

A segunda parte deste capítulo tem como objetivo estudar as teorias que têm foco no estudo das instituições, tratando-se sobretudo de perceber qual grau de importância que as mesmas têm no desenrolar dos processos de internacionalização das empresas e nos processos de desenvolvimento económico das sociedades, em especial são analisados os trabalhos de Ronald Coase, Oliver Williamson e Douglass North.

2.1 – Teorias dos processos de internacionalização

Os primeiros estudos com foco nas teorias de internacionalização surgiram no final do século XVIII, com a transformação socioeconómica levada a cabo pela Revolução Industrial. Conforme refere Nunes (1998, p. 10), “este processo, no essencial concluído no final do século XIX, graças a inovações em vários setores de atividade,

particularmente nos transportes e comunicações, corresponde a um período de aceleração, alargamento e intensificação das relações económicas entre os diferentes espaços económicos que existiam no mundo”. Deu-se desta forma origem às teorias que hoje denominamos por “teorias do comércio internacional”, as quais se centraram em obter as respostas para o conjunto de questões que foram levantadas em torno das transformações anteriormente referidas, em particular sobre a melhor forma de se inserirem na economia mundial e as leis que regulam este processo (especialização e divisão internacional do trabalho). Posteriormente foram abordadas outras teorias como a diversificação e a abertura a novos mercados.

- **Teorias do Comércio Internacional**

As teorias do comércio internacional começaram no pensamento económico clássico, em especial nas obras de Adam Smith e David Ricardo. Para estes autores existem vantagens para os países com a especialização e a troca internacional de um determinado conjunto de bens. Embora de um modo diferente, tanto Adam Smith como David Ricardo, veem a *especialização* como o ponto de partida para a internacionalização dos mercados de bens. Em 1776 Adam Smith, na sua obra “A Riqueza das Nações”, focou a teoria das *vantagens absolutas* (especialização da nação na produção de bens que possuem o menor custo marginal), contribuindo para o desenvolvimento da teoria sobre o comércio de mercadorias a nível mundial. A obra de David Ricardo, “Princípios da Económica Política e da Tributação”, datada de 1817, veio aprofundar e rever o foco de Smith, surgindo a teoria das *vantagens comparativas* (especialização de um país na produção do bem cujo custo relativo seja inferior ao custo relativo de correspondente bem no outro país). Esta nova visão possibilitava a existência de comércio bilateral entre nações, permitindo a troca de bens entre si, ao menor custo

de oportunidade, mesmo que existissem vantagens absolutas para um dos países na produção de ambos os bens (Dias, 2007; Ricardo, 1821; Silva, 2005).

As teorias neoclássicas do comércio internacional vêm reformular e criticar a visão de Ricardo, em especial a teoria de Heckscher-Ohlin (posteriormente desenvolvida por Samuelson) que se foca na combinação entre o *preço dos fatores de produção* e o comércio internacional. Os autores neoclássicos consideram que as diferenças de escassez/abundância de fatores produtivos entre Estados determinam os padrões de *vantagens comparativas* dos mesmos, levando a que essas diferenças nos fatores de produção possam alterar os custos relativos, afetando as trocas do comércio a nível internacional (Gonçalves, 1997; Oliveira, 2007). Dentro desta lógica, o país especializar-se-ia nos bens baseados no fator ou fatores relativamente mais abundantes.

Em relação ao estudo dos processos de internacionalização de empresas, as teorias do comércio internacional têm um conjunto de limitações no quadro explicativo do IDE, considerando que estas teorias baseiam-se numa “análise de especialização internacional de cada país em função dos seus recursos (naturais ou tecnológicos), sendo a unidade de análise a nação” (Dias, 2007, p. 9), o que limita ou quase anula a aplicação destas teorias no estudo da internacionalização empresarial. É neste contexto que se deve colocar também a *teoria da imobilidade de fatores*, comum às teorias clássica e neoclássica da economia, sendo que já referimos que as mesmas focam-se na especialização das nações em determinados mercados de bens, com vista a obter benefícios mútuos através do comércio internacional. Consequentemente, estas teorias não se centram nos problemas do IDE, já que do ponto de vista prático não haveria interesse nessa investigação (Seabra, 2002). Tal levou à necessidade de desenvolver de forma autónoma as teorias de IDE, de entre as quais apresentamos as que consideramos mais relevantes no âmbito do presente estudo.

- **Teorias de Investimento Direto Estrangeiro (IDE)**

As principais teorias referentes ao IDE surgiram a partir da década de 60, com o intuito de responder às lacunas verificadas nas teorias clássicas e neoclássicas, no que concerne ao estudo da internacionalização dos investimentos e das empresas. A abordagem de Hymer-Kindleberger teve um papel relevante no desenvolvimento seminal das teorias do IDE. Esta abordagem tem por objeto de estudo o problema decorrente da *imperfeição dos mercados*. No entanto, até ao presente, nenhuma teoria detém a dimensão dos estudos levados a cabo por John Dunning (Paradigma OLI ou Teoria Eclética) e pela Escola Nórdica de Negócios, tendo o paradigma OLI integrado, no essencial, a contribuição de Hymer-Kindleberger, entre outras.

- **Paradigma OLI ou Teoria Eclética**

Este paradigma foi elaborado nos anos 70. Trata-se de uma teoria que atende essencialmente à vertente económica do processo, identificando três abordagens teóricas e posteriormente três vantagens que condicionam a internacionalização de uma determinada empresa. O termo eclético deriva da abrangência que esta teoria demonstra ao centrar-se em três das principais áreas do estudo do IDE (Dunning, 1980, 1995, 2000, 2001; Seabra, 2002; Silva, 2005):

- **Vantagens de propriedade (O – ownership advantages)**, refere-se a todas as vantagens que uma empresa internacional tem perante as empresas dos mercados internos, do ponto de vista da sua propriedade (qualificação dos recursos humanos, I&D, tecnologia, marcas, propriedade intelectual), o que lhe proporciona vantagens competitivas internacionais.
- **Vantagem de Localização (L - locational advantages)**, são todas as vantagens que uma empresa pode explorar do ponto de vista da localização

num determinado mercado (custo e a qualificação da mão de obra, dimensão do mercado, integração em espaços económicos alargados); estes fatores aumentam a atratividade e podem diminuir o risco da internacionalização das empresas para estes mercados.

- **Vantagem de internalização (I – internalization advantages)**, que advém da internalização das atividades por parte das empresas, como a redução dos custos de transação ou a redução da incerteza (Seabra, 2002).

Para J. Dunning só se verificará o IDE se as três condições acima descritas forem previamente tidas como vantagens para a empresa, e se concretizem, como podemos analisar no quadro I.

Quadro I – Vias de penetração no exterior (Paradigma OLI)

Tipo de Vantagem	Específica	Internalização	Localização
Via de penetração no Exterior			
IDE	+	+	+
Exportação	+	+	-
Licenciamento	+	-	+

Fontes: Dunning (1988); Fontoura (1997); Seabra (2002).

Dunning (2000, 2001), nas suas mais recentes reflexões atualizou o paradigma, refutando as críticas que a literatura tem efetuado, nomeadamente as que sustentam que o paradigma não oferece respostas aos problemas das dinâmicas de produção internacional, bem assim como a crítica que sugere que o paradigma está limitado à interdependência das variáveis OLI. O próprio reconhece que a teoria está limitada em relação ao estudo das dinâmicas de produção industrial, no entanto, constitui uma excelente ajuda para explicar o porquê de um perfil internacional ou da indústria de um determinado país que pode ser diferente em dois pontos. Para ligar estes dois pontos,

será necessário introduzir mudanças nas variáveis exógenas ou endógenas, incluindo a estratégia, o que afeta a configuração OLI.

Em relação à crítica que é feita à interdependência das variáveis, Dunning refuta afirmando: “a soma do valor das teorias constituintes do paradigma deve ser maior do que o seu conjunto, isto sugere que há interdependências intelectuais ou externalidades para cada uma das teorias” (Dunning, 2000, p. 183). Quando refletimos sobre as revisões do paradigma e quais as implicações futuras que o mesmo pode abranger, afigura-se que as mesmas podem ser uma fonte explicativa mais abrangente em relação às características da mudança da produção internacional no que concerne aos níveis e à composição da produção internacional num determinado momento temporal. No entanto, a reflexão mais importante à revisão do paradigma parte da sugestão do autor em alargar as variáveis OLI a novas variáveis relevantes para o estudo do IDE:

“extension of its constituent parts to embrace asset-augmenting FDI and crossborder non-equity ventures, and a more explicit acknowledgement of increasing role of the access of ownership of resources and capabilities can do much to uphold its position as the dominant analytical framework for examining the determinants of MNE activity” (Dunning, 2001, p. 187).

➤ **Escola Nórdica**

As teorias da Escola Nórdica de negócios têm por base a vertente comportamental do IDE, e partem da observação prática aos modelos de internacionalização das empresas suecas na década de 70 (Silva, 2005). O processo de internacionalização assenta numa *sequência gradual* que contempla um conjunto de etapas entre a empresa e os mercados exteriores, onde os passos para o IDE são realizados após terem sido acumulados os conhecimentos suficientes sobre esses

mesmos mercados (Cechella & Silva, 2013, p. 151). Entre as diversas etapas são de referir a *exportação*, *agentes de exportação*, *subsidiária de vendas*, e *filial de produção*.

Para que ocorra o IDE será necessário que as empresas evoluam do ponto de vista internacional superando as sucessivas etapas até atingirem a filial de produção. No entanto não será necessário efetuar todas as etapas do processo, podendo haver “saltos”: uma empresa pode, por exemplo, passar da etapa *exportação* para a etapa *subsidiária de vendas*.

De acordo com a Escola Nórdica, no estágio inicial da internacionalização as empresas exportavam para os países com a menor *distância psíquica*². Para os estágios mais avançados do processo, nomeadamente a criação de uma filial de produção importa saber a dimensão do mercado potencial, as características que lhe estão associadas, e saber se existe uma atratividade perceptível para atrair IDE nestes mesmos mercados, podendo essa atratividade estar associada a fatores como as tarifas alfandegárias, a inserção em grandes espaços económicos, os custos de transporte, o poder de compra a nível interno, e a distância psíquica, a qual tem menor peso em relação ao primeiro estágio do processo (Carvalho, 2009; Cechella & Silva, 2013; Johanson & Vahlne, 1977; Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Considerando as características das PMEs, que não dispõem de grandes vantagens nos mercados externos, esta teoria tem obviamente potencial explicativo, particularmente na fase inicial da sua internacionalização.

² O conceito de *distância psíquica* foi desenvolvido por Vahlne & Wiedersheim-Paul em 1973. Trata-se do somatório de todos os fatores (Língua, a cultura, habilitações, sistemas políticos, história, cultura empresarial) que possam causar entropia na comunicação, circulação e análise da informação entre países, mercados e empresas, na medida em que se verificam diferenças mais profundas entre o país de origem e o país recetor do IDE (Carvalho, 2009; Simões, 2010).

2.2 – Institucionalismo e a Nova Economia das Instituições (NEI)

Um dos objetivos deste trabalho centra-se na análise e avaliação das instituições enquanto auxiliares do processo de internacionalização das PME's portuguesas. Para tal analisam-se as teorias relativas ao estudo das instituições, as quais se enquadram dentro de um largo espectro de áreas que compõem as ciências socioeconómicas. No presente estudo só iremos abordar as teorias do Institucionalismo e da NEI, por considerarmos que são as mais indicadas nesta investigação. Importa clarificar qual o conceito que se atribui às instituições, sendo que as mesmas são fatores sociais que representam o comportamento regular e padronizado das pessoas dentro de uma sociedade, bem assim como as ideias e os valores associados a esses comportamentos (North, 1991), ou como referem Bueno e Faro (2004, p. 138):

“As instituições constituem, assim, o que se pode denominar de capital social de uma sociedade no sentido de que têm (ou tiveram) um papel na coordenação das ações individuais, as quais na ausência dessa coordenação tenderiam a dar origem a comportamentos dos tipos *free rider* ou *rent seeker*.”

- **Institucionalismo Económico**

As primeiras teorias sobre o institucionalismo focam-se em proporcionar uma crítica aos modelos clássicos e neoclássicos da economia, rejeitando um dos seus fundamentos principais, o *homo economicus*, visto que para as teorias institucionalistas o comportamento humano é guiado pelo hábito, pela rotina, por fatores culturais que se encontram sujeitos a um processo evolutivo de adaptação e de mudança contínua, nomeadamente das instituições, em vez do comportamento racional puro como nos define o princípio do *homo economicus*. A teoria institucionalista também contraria a teoria neoclássica relativamente ao estudo da tecnologia, visto que considera que a mesma está perante um processo evolutivo e que a tecnologia não surge como uma

variável endógena e fixa. Para os institucionalistas a tecnologia é um meio essencial no processo de desenvolvimento socioeconómico de um determinado país ou região (Estêvão, 2004; IIG, 1998).

Conforme se conclui da revisão da literatura, existe uma crítica radical por parte dos autores institucionalistas em relação ao modelo e às teorias clássica e neoclássica no que se refere à explicação do comportamento e conceção dos mercados, sendo de sublinhar “as diferenças que existem entre o mercado real e os modelos de mercado desenvolvidos pelas teorias neoclássicas” (Estêvão, 2004, p. 10). Para as teorias clássica e neoclássica o mercado é a base da eficiência e eficácia económica, pondo em causa qualquer intervenção por parte do Estado na economia e nos próprios mercados, pois na sua ótica quando os mercados funcionam o sistema económico roça a perfeição. A teoria institucional tem uma diferente interpretação do papel socioeconómico dos mercados, que considera imperfeitos:

“A definição de mercado tem em conta que as trocas dependem do conjunto das instituições legais e que elas incluem não só transações de bens e serviços, mas também transferências de direitos de propriedade.

Consideremos dois aspetos fundamentais na análise institucionalista dos mercados e que têm sido decisivos na reinterpretação dos modelos de desenvolvimento económico: a ausência de informação perfeita e de mercados completos. O primeiro aspeto é essencial em todo o programa de investigação institucionalista. A Nova Economia Institucional (NEI) parte de duas hipóteses fundamentais: a informação raramente é completa e os indivíduos têm ideais (modelos mentais) diferentes sobre o modo como funciona o mundo à sua volta. Por isso mesmo, existe uma situação de

imprevisibilidade (incerteza) em relação às escolhas, que acaba por se refletir no aumento dos custos de transação no mercado.” (Estêvão, 2004, pp. 9–10).

O “novo” institucionalismo procura retomar os princípios do “velho” institucionalismo, considerando as instituições como o princípio consolidador de uma sociedade, assumindo também uma crítica ao modelo clássico e neoclássico da economia. No entanto esta teoria apresenta algumas diferenças em relação ao “velho” institucionalismo, apesar de ambos partilharem os dois princípios descritos anteriormente. O “novo” institucionalismo procura responder as questões de ordem económica com base na teoria institucional, nomeadamente as falhas que o modelo neoclássico produziu na política económica mundial nos anos 80, tentando aplicar os modelos e as teorias à realidade social e económica, o que não sucedia com o “velho” institucionalismo, visto que se trata de uma teoria mais formal, de cariz quase filosófico (Estêvão, 2004; Leone, 2003). Dentro das teorias do “novo” institucionalismo destacamos a teoria da Nova Economia das Instituições.

- **Nova Economia Institucional (NEI)**

Ronald Coase foi o pioneiro das teorias que suportam a NEI. No seu trabalho publicado em 1937, “The Nature of the Firm”, observou que existiam um conjunto de custos de transação no funcionamento dos mercados (custos na elaboração e execução de contratos, informação imperfeita) pondo em causa o princípio da teoria neoclássica da máxima eficiência dos mercados. O próprio verificou que as instituições seriam necessárias para a redução ou a atenuação desses custos de transação (Coase, 1937).

O surgimento da NEI, enquanto teoria económica, deu-se no último quarto do século XX com os trabalhos de dois prémios Nobel da economia: Oliver Williamson e de Douglass North que aprofundaram a teoria Coasiana dos “custos de transação”.

A principal teoria desenvolvida por Oliver Williamson foca a importância das instituições de governança, como as estruturas que estão encarregues de organizar os arranjos das transações nos mercados e os contributos destas na redução dos custos de transação:

“The economics of governance treats simple market exchange as a special case and features *ongoing* transactions for which adaptations (of both spontaneous and intentional kinds) are needed. As compared with most theories of economic organization, the economics of governance is more interdisciplinary and more microanalytic - as with the efficient alignment of transactions with governance structures (which turns on the attributes of transactions in relation to the adaptive properties of alternative modes of governance); in working out hitherto neglected of contract (e.g., the Fundamental Transformation), of bureaucracy (the impossibility of replication/selective intervention), and of contract laws (plural); and in examining the efficacy of contested mechanisms.” (Williamson, 2005, p. 15).

Esta teoria reforça a importância que as instituições têm no mercado global, podendo ser muito útil no auxílio da internacionalização das economias nacionais, já que do ponto de vista microeconómico, explicita e colmata a maioria das falhas que os mercados geram no seu “livre funcionamento” e, acima de tudo, “atuam sobre o mercado modificando os padrões da conduta maximizadora dos indivíduos. Tratando-se acima de tudo da importância que têm as regras que dão estabilidade à ordem político-institucional estabelecida, e que restringem o comportamento das pessoas mediante o recurso de sanções legais” (IIG, 1998, p. 8). No entanto, o próprio autor da teoria refere que é um projeto inacabado, mas localizado no tempo ideal para ser realizado (Williamson, 1998, 2005).

O trabalho efetuado por Douglass North afigura-se ser o mais completo dentro do conjunto de teorias que compõem a NEI. O autor considera que as instituições são o elemento fundamental no processo ao desenvolvimento económico das sociedades, considerando que as mesmas vão para além de colmatar as falhas e as imperfeições dos mercados como definiam Coase e Williamson:

“São as instituições que definem o ambiente em que funciona a economia e facilitam a interação entre os indivíduos, e porque a mudança institucional define o modo como a sociedade evolui no tempo. Dado que a mudança institucional é determinada por um processo de “ajustamentos marginais no complexo de regras, normas e imposição que formam a estrutura institucional” (North, 1990: 83), ela deve ser entendida como um processo incremental sobre uma estrutura institucional estável” (Estêvão, 2004, p. 11).

Para que se possa compreender o que o processo de mudança institucional implica no processo de desenvolvimento económico das sociedades, em especial nas economias em desenvolvimento, Douglass North considera três aspetos fundamentais a ter em conta: *estabilidade institucional*, *processo de mudança institucional*, *dependência do caminho*.

A estabilidade institucional trata do conjunto de regras formais e informais que asseguram e definem o ambiente institucional de uma sociedade, embora esta mesma estabilidade não seja um garante de eficiência. Daí a necessidade de existir um processo de mudança institucional enquanto processo maioritariamente incremental, e que têm as modificações dos preços relativos como o seu principal objeto de estudo, gerando assim modificações dos preços relativos: fatores de produção, custos de informação, tecnologia (IIG, 1998; North, 1991). A dependência do caminho está relacionada com o

padrão de evolução social e das sociedades ao longo do tempo, a qual pretende responder à questão essencial do desenvolvimento das sociedades “porque razão uma mesma modificação fundamental nos preços relativos pode produzir resultados diferentes de sociedade para sociedade?” (Estêvão, 2004, p. 11).

North (1991) refere que as diferenças verificadas de sociedade para sociedade devem-se a um passado histórico diferente entre ambas, a um modelo social e de agentes económicos e institucionais também diferente, e principalmente as diferenças do ambiente institucional de cada sociedade nomeadamente as regras do funcionamento social. O que aponta para o facto de que “a importância desta dependência do caminho é tanto maior quanto maior forem as insuficiências de informação e mais elevados os custos de transação.” (Estêvão, 2004, p. 13). Do ponto de vista microeconómico esta teoria tem relevância para o desenvolvimento e expansão externa das indústrias dos países, visto que com os processos de mudanças institucionais nomeadamente a modificações dos preços relativos (fatores de produção, custos de informação, tecnologia) podem gerar incentivos que suscitam a resposta das empresas e dos empresários tanto a nível interno, e a nível externo especialmente quando se analisam a dependência do caminho das sociedades que se pretende internacionalizar (North, 1991).

3. Panorama das relações económicas e institucionais: União Europeia – América Latina

3.1. - Relações económicas entre a União Europeia – América Latina (Mercosul)

No âmbito do comércio internacional, as relações entre a UE e a América Latina estiveram sempre presentes desde o início do processo de integração europeia, embora com uma relação de constantes avanços e recuos no que toca à abertura económica de ambos os espaços (Diz & Luquini, 2011). Todavia, há que realçar os anos 90, como a década que trouxe uma maior abertura e mudança para ambos os espaços. No ano de 1992, os doze países que compunham a CE assinaram o tratado de Maastricht (que tinha como segundo pilar desenvolver o conceito de cooperação internacional) reforçando o espaço económico integrado na Europa.

Os países da América Latina, nos anos 80, sofreram um conjunto de alterações no âmbito das políticas de desenvolvimento, em especial com as intervenções levadas a cabo pelas instâncias internacionais (FMI e Banco Mundial), para corrigir os problemas macroeconómicos da região (excesso de dívida pública, défice na balança de pagamentos), a quais tiveram como consequência imediata o abrandamento socioeconómico da região (“década perdida”). Ainda assim, foi nos anos 80 que a maioria dos países latino-americanos fez o seu pedido de adesão ao GATT, dando assim um pequeno passo na integração económica mundial da região. No ano de 1991 foi assinado o Tratado do Mercosul por quatro países sul-americanos (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai) e posteriormente alargado à Venezuela em 2012. A criação deste espaço procurava responder a duas tendências, a da lógica de integração, como suporte para um mercado ampliado, e da existência de um espaço que serve de plataforma de inserção internacional dos Estados num ambiente económico global (Diz & Luquini,

2011; Kegel & Amal, 2013). No âmbito deste trabalho, consideramos as relações com o Mercosul representativas do contexto UE – América Latina.

Em 1995 foi assinado o acordo Inter-Regional entre a UE e o Mercosul, com o objetivo de abranger questões comerciais e económicas, a cooperação em matéria de integração e de outras áreas de interesse mútuo, de modo a estreitar as relações entre as duas regiões. O acordo só foi aprovado pelo conselho de ministros europeus em 1999, iniciando-se uma ronda de negociações futuras (Comité de Negociações Biregionais UE – Mercosul) que estabeleceram um conjunto de princípios e objetivos gerais:

“Los principios generales acordados fueron: 1) negociaciones integrales y resultados equilibrados; 2) ningún sector debe ser excluido al tomar en cuenta la sensibilidad de ciertos productos y sectores de servicios, de conformidad con las disposiciones de la OMC; 3) los resultados de las negociaciones deberán constituir un emprendimiento a ser implementado por las partes como un todo indivisible (single undertaking).” (Molle, 2008, p. 101).

No período de 1999 a 2001, foram efetuadas quatro rondas de negociações cujo principal foco foi a troca de informação destinada a identificar as principais barreiras alfandegárias de ambas as regiões e de fixação de objetivos específicos a serem alcançados nesta matéria. No entanto, em 2002 o CNB VII foi marcado por um impasse na liberalização do comércio entre ambos os espaços, visto que a UE propôs excluir os temas do comércio internacional nesta ronda de negociações, principalmente devido ao desacordo das partes quanto aos objetivos de liberalização traçados (Molle, 2008). Em especial, o comércio de produtos agropecuários levou o Mercosul a criticar o constante protecionismo levado a cabo pela PAC ao longo das últimas três décadas (Molle, 2008; Silva, 2002).

Passadas quase duas décadas desde a assinatura do Acordo Inter-Regional entre a UE e o Mercosul, podemos verificar que as relações que conduzem a um processo de total liberalização do comércio internacional entre ambos os espaços, são bastante lentas e por vezes sofrem retrocessos no decorrer do processo de negociação das mesmas. Verifica-se que a situação mantém-se quase inalterada e que persistem as críticas por parte da Mercosul ao constante protecionismo agrícola europeu:

“Especificamente, no caso do Mercosul, apesar das múltiplas rodadas de negociação com a UE, no marco da estrutura institucional criada pelo Acordo Inter-regional de 1995, até o momento presente não houve um desfecho definitivo que possibilitasse um resultado concreto cujos avanços sejam decisivos para a conformação de uma zona de livre comércio biregional. Nesse contexto, o primeiro elemento de discussão se refere ao conteúdo da própria agenda de negociações, que inclui componentes altamente sensíveis para ambas as partes, em particular os temas vinculados à questão agrícola. Os países europeus continuam sendo cautelosos e temerários em suas negociações com o Mercosul, pois sabem dos possíveis efeitos negativos que a abertura do mercado agrícola poderá desencadear para a economia agrícola europeia.” (Diz & Luquini, 2011, p. 125).

Nos pontos seguintes desta secção serão analisadas as estatísticas do comércio entre a UE – América Latina, e Portugal – América Latina, de modo a percebermos como se comportou o comércio internacional de ambos espaços e se foi afetado pela falha nas negociações da liberalização comercial das últimas duas décadas.

3.2. - Estatísticas e análise ao comércio e investimento: U.E - América Latina

Desde o início do século XXI tem-se assistido a um desenvolvimento do comércio mundial, em boa parte devido ao crescimento e expansão internacional dos países chamados BRICS e com a entrada da China na OMC no ano de 2001. Existe atualmente uma maior integração global, tendo como consequência o aumento do comércio a nível mundial. Os gráficos 1 e 2³ evidenciam que entre 2002 a 2008 o comércio internacional conheceu um forte aumento, apresentando uma taxa média anual de crescimento das exportações de mercadorias na ordem dos 14%. No entanto, em 2009, o comércio internacional sofreu os efeitos da crise financeira mundial o que levou à diminuição do total de mercadorias exportadas no valor de 22,2%. Os anos de 2010 e de 2011 foram novamente anos de forte crescimento do comércio externo, com uma taxa média elevada, de aproximadamente 21% ano. Todavia, o panorama alterou-se de novo a partir do ano de 2012, quando o crescimento económico estagnou, afetando também o crescimento do comércio internacional.

No decorrer da última década tem-se verificado que as economias desenvolvidas perderam peso no comércio mundial em detrimento dos países em vias de desenvolvimento, especialmente os BRICS. A UE, apesar de se manter como o espaço com o maior peso nas exportações de mercadorias mundiais, tem vindo a perder hegemonia de forma gradual desde 2003, ano em que detinha 41,6 % das exportações globais face aos 32,3% registados em 2013 (gráfico 5), facto não contrariado pelo forte crescimento das exportações europeias (gráfico 4). As relações comerciais entre a UE e a América Latina têm-se consolidado nas últimas décadas. No período compreendido entre 2000 e 2013, verificamos que existe um ligeiro crescimento do peso das

³ Os gráficos do 1 ao 13 encontram-se em anexo.

exportações de mercadorias para o mercado latino-americano (gráfico 5). Em 2013, as exportações de mercadorias para estes mercados atingiram quase 2% das exportações totais da UE⁴. As principais exportações que a Europa faz para esta região são produtos de maquinaria não elétrica e produtos químicos (farmacêuticos).

A União Europeia é uma região de grande importância para o desenvolvimento do comércio internacional da América Latina. Até 2009 era a terceira maior região importadora dos mercados Sul e Centro Americano, com 20% do valor total das exportações de mercadorias. Embora as exportações para a UE registem um aumento no período de 2008 a 2012, crescendo aproximadamente 25%, tem-se verificado que existe uma ligeira diminuição do peso da UE no comércio internacional da região. Em 2012 a UE representava apenas 17% do valor total das exportações de mercadorias, tendo sido ultrapassada pela Ásia em 2010 (gráficos 6 e 7). Os principais produtos exportados para a Europa são os produtos petrolíferos, bens alimentares (pecuária e hortícolas), produtos mineiros e produção automóvel e aeronáutica⁵.

Em termos mundiais o IDE tem seguido uma trajetória irregular quando analisamos a última década e meia (gráficos 8 e 9). Entre os anos 2008 e 2013 o crescimento do IDE tem-se mostrado volátil, os anos de 2008 e 2009 foram anos de decréscimo, em especial o ano 2009 com uma taxa de crescimento -41,4%, devido à crise financeira internacional. Os anos de 2010 e 2011 apresentaram um aumento anual significativo de 25,3% e de 16,6%, no ano de 2012 houve novamente uma queda de 21,3% no valor global do IDE e ficando estagnado para o ano de 2013. Com base no gráfico 9 podemos verificar que o perfil de crescimento do IDE Europeu é em muito

⁴ Os dados analisados só se referem à América do Sul e Central, ficando fora da análise os dados do México, visto que é reconhecido nos critérios da OMC como um país da América do Norte. A sua inclusão certamente iria aumentar o peso do mercado latino-americano nas exportações europeias, até porque existe um acordo de livre comércio entre UE e este país.

⁵ Conforme está explícito nos relatórios OMC Word Region export.

semelhante ao perfil mundial, só divergindo nos anos de 2005 e 2006. Podemos ainda verificar que de forma semelhante ao comércio, o peso da UE nos fluxos de IDE mundiais têm vindo a diminuir de uma maneira gradual ao longo desta década e meia, visto que em 2000 o peso da UE correspondia a 67% do total do IDE mundial e no ano de 2013 era de apenas 17,8%.

A União Europeia e os EUA, desde o ano de 2009, têm vindo a reduzir os fluxos de IDE no mercado latino-americano, deixando de deter a hegemonia do investimento neste espaço em detrimento do IDE proveniente dos próprios países latino americanos e dos países asiáticos. Contudo a maioria do stock de IDE aplicado na América Latina, continua a ser proveniente destas duas regiões (UE e EUA). As principais áreas do IDE proveniente da UE são as seguintes: área financeira (sector bancário, principalmente o espanhol), indústria (automóvel e aeroespacial), sector energético, telecomunicações (CEPAL, 2013).

3.3. - Estatísticas e análise ao comércio internacional e investimento Português para a América Latina

No seio do espaço europeu, o comércio internacional tem registado incrementos nas últimas duas décadas, os quais ocorrem após a assinatura do tratado de Maastricht em 1992. Portugal não foi exceção, como se verifica nos gráficos 10 e 11. O comércio internacional português teve um crescimento contínuo para o período de 2000 a 2008, no entanto, a balança de comercial foi sempre deficitária. A crise financeira de 2008 trouxe um novo panorama à balança de pagamentos portuguesa. Para o período de 2009 a 2013 verificou-se que o deficit da balança de comercial apresenta reduções, as quais são explicáveis pela diminuição das importações em 20,2% e o aumento das exportações em 10,1%.

Os principais parceiros comerciais de Portugal são os países da União Europeia, destacando-se a Espanha, Alemanha e França, que em conjunto representam cerca de 50% das exportações de mercadorias portuguesas no período de 2000 a 2013 (gráfico 12). O mercado latino-americano corresponde a um mercado “residual” para as exportações de mercadorias portuguesas, com um peso de 4% em 2013. Todavia, este mercado tem vindo a crescer e em 2000 contabilizava 1,7% do total das exportações de mercadorias. O Brasil e o México destacam-se contabilizando 1,7% e 0,6% do total de exportações portuguesas no de 2013. No entanto, cabe destacar que no período de 2004 a 2006 o México ultrapassou o Brasil como o país que mais importava mercadorias portuguesas (gráfico 13).

4. Fatores institucionais na internacionalização das PMEs Portuguesas para a América Latina: Análise ao inquérito

4.1 - Aspetos metodológicos

4.1.1 - Elaboração e procedimento dos questionários

O inquérito elaborado no decorrer deste trabalho tem como objetivo, avaliar a experiência internacional das PMEs Portuguesas e identificar os fatores institucionais que afetam essa mesma experiência internacional. Para o efeito, com base na caracterização do processo de internacionalização, avaliam-se os motivos e os entraves que envolveram, o peso económico da parte internacional no ano de 2013, os apoios e as organizações ligadas ao processo, e experiência internacional da própria empresa. Na elaboração do inquérito tomou-se por base o inquérito realizado por Simões (2010), o qual foi adaptado para o caso das PMEs e complementado com novas questões, destinadas à obtenção de dados sobre a avaliação das organizações. As novas questões foram elaboradas de acordo com os procedimentos sugeridos por (Manheim *et al*, 2007) e por (Hill & Hill, 2008). A estrutura do inquérito está dividida em quatro partes:

- **Dados da empresa:** nome, capital social, ano de constituição, distrito, setor da atividade empresarial, número de trabalhadores;
- **Perfil de exportação das PMEs,** caracterizando a atual distribuição geográfica e o tipo de presença da atividade exportadora das empresas no mercado latino-americano. Questiona as futuras expansões de mercados, qual o peso que detêm na faturação da empresa, e há quanto tempo é que a empresa exerce a atividade exportadora para estes mercados;
- **Caraterização do perfil de investimento internacional das PMEs,** inquirindo há quanto tempo, qual o tipo IDE, a percentagem de faturação que as empresas detêm nestes mercados. Descreve o geográfico dos investimentos no espaço

latino-americano, os futuros mercados a investir, e as formas preferenciais de abordagem aos mercados alvo;

- **Caraterização do processo de internacionalização e avaliação do papel institucional**, em que se interroga quais foram os principais motivos da internacionalização, os principais entraves e apoios relevantes ao processo de internacionalização, as instituições a que as empresas tiveram acesso no decorrer do processo internacional, e qual a avaliação que as empresas fazem dessas instituições. No fim pede-se às empresas que avaliem a sua experiência de internacionalização.

O processo de inquirição foi efetuado através da colocação de um questionário *online*. O convite à participação no estudo foi feito por mail, contendo uma carta de apresentação ao inquérito e o *link*⁶ para responder ao questionário. O contacto com as empresas ocorreu no período de 12 de Junho a 30 de Junho de 2014. Para reforçar a divulgação do inquérito e credibilidade do mesmo, contou-se com o auxílio de associações empresarias⁷ que partilharam e divulgaram o inquérito junto dos seus associados.

4.1.2. - Amostra do estudo

A amostra ótima para este estudo consistiria em inquirir todas as PME's Portuguesas que se internacionalizam para a América Latina, o que não foi possível devido às limitações de tempo e de recursos. Para conseguir a amostra foi criada uma base de dados a partir de duas fontes (lista de PME's de excelência do ano 2013 do IAPMEI com 3920 empresas, base de dados das empresas exportadoras para os

⁶ Link para aceder ao inquérito:

https://docs.google.com/forms/d/1FGoAAQ0Q67Nrah13XeyfFBSTJj4AhraLuKqcUuBGjgg/viewform?usp=send_form.

⁷ ACIB, CCILC, CCILM.

mercados da América Central e do Sul da AICEP com 1952 empresas), o que contabilizou um total de 5872 empresas como universo do estudo.

4.1.3 - Análise da informação

Para proceder à tabulação, codificação e análise da informação utilizou-se o programa estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), na versão 22, recorrendo essencialmente à análise descritiva de frequências.

Responderam ao convite de participação no estudo 107 empresas, o que corresponde a 1,8% da população. Vinte e seis empresas internacionalizaram-se para outros mercados e trinta e uma apenas atuam no mercado nacional, sem interesse em se internacionalizarem nos próximos anos. Tal levou a obter uma amostra final de 50 questionários validados (0,85% da população), número insuficiente para ser uma amostra representativa para efeitos de inferência estatística, já que para uma margem de erro de 10%, ao nível de confiança de 95%, seriam necessário um amostra com o tamanho mínimo de 95 empresas. Todavia, é preciso ter em conta que as empresas efetivas (exportadoras ou investidoras na América-Latina) são muito menos do que das 5872 do total da amostra. Apesar destas limitações, parece-nos haver interesse na análise dos resultados, a que explicitaremos melhor nas conclusões.

4.2- Caracterização da amostra – perfil das empresas

Em termos de secção de atividade económica (Quadro VII)⁸, 90% das respostas são de empresas da atividade «Indústria Transformadora» (64%) e «Comércio por Grosso e a Retalho» (26%), os restantes 10% repartem-se pelas secções «Atividades administrativas e dos serviços de apoio» (4%), «Construção», «Transportes e armazenagem» e «Atividades de informação e de comunicação».

⁸ Os quadros VII – XVIII encontram-se em anexo.

A análise da distribuição geográfica das empresas (Quadro VIII) revela uma concentração das empresas em cinco distritos (76% das respostas têm origem nos distritos Porto, Aveiro, Lisboa, Leiria e Setúbal), portanto, com predominância no litoral e grandes áreas metropolitanas.

O número de empresas com capital social superior a 50.000 euros corresponde a quase 90% das empresas inquiridas (Quadro IX) e o número de empresas com mais de 10 trabalhadores e menos de 100 trabalhadores corresponde a 68% das empresas inquiridas (Quadro X). Correlacionando as variáveis Capital Social e Número de Trabalhadores, verifica-se que o coeficiente de correlação de Pearson é de 0,341, ao nível de significância de 0,01, o que indica a existência de uma correlação positiva fraca. Os dados recolhidos também revelam que 78% das empresas têm presença na internet (Quadro XI), no entanto, mais de 80% das mesmas, apenas utilizam os idiomas português e inglês nas suas páginas, sendo residual as que utilizam o castelhano para comunicar com os internautas que acedam às suas páginas. No que concerne à atividade internacional da empresa, 70% das empresas dedicam-se à exportação, 16% afirma que exporta e efetua investimento direto, e 14% mantém outro tipo de atividade internacional, como por exemplo, parcerias (Quadro XII).

4.3. - Caracterização do Perfil de Exportação

Das empresas inquiridas, apenas 8,5% têm atividade internacional há menos de dois anos e 66% delas informam ter atividade internacional há mais de dez anos (Quadro XIII). Quanto à atividade exportadora regista-se que para 79% das empresas esta é regular e com peso nas receitas da empresa, sendo apenas ocasional e sem peso nas receitas da empresa para 21% (Quadro XIV). O peso das exportações na faturação de 2013 (Quadro XV) é superior a 50% para 19 das empresas (40% da amostra), entre 25 a 50% da faturação para 11 empresas (23% da amostra) e é inferior a 25% para as

restantes (37%). De notar que 17% das empresas apresentam um peso inferior a 10% na faturação de 2013 e correspondem grosso modo às empresas que exportam ocasionalmente. Quanto ao tipo de presença nos países para onde exportam, há uma disparidade de combinações nos meios utilizados (Quadro XVI). A forma mais frequente é a «abordagem direta ao cliente» (28%), seguida da «sem presença» (8%) e da existência de um «Agente» (8%) ou «Rede de Distribuidores» (8%). As restantes empresas optam por combinar diversas formas de chegar aos clientes ou potenciais clientes, por exemplo, «Rede de Agentes e Abordagem Direta». De notar que apenas duas das cinquenta empresas afirmam ter uma “Filial/Sucursal” nos países para que exportam. A análise dos dados obtidos sugere que 40% das empresas não estão efetivamente presentes ou estão pouco presentes nos países para onde exportam.

Em relação aos países para que exportam, apenas responderam 33 das 50 empresas. Verificou-se que o país mais mencionado no total das 1ª, 2ª e 3ª posição de exportação (Quadro XVII) é o Brasil (31% das menções), seguido da Colômbia (16%), México (12%), Chile (10%), Argentina (7%), e Uruguai (7%). Os restantes países quase não têm expressão nas exportações, em termos de menções por parte das empresas inquiridas.

A análise dos países mencionados (Quadro XVIII) permite verificar que 47% das empresas manifesta interesse em exportar para a América Latina, com especial relevância para a Colômbia (13%), Brasil (10%) e México (8%). No entanto, regista-se uma dispersão dos países para onde futuramente pretendem exportar.

4.4. - Caracterização do perfil de investimento internacional

As respostas obtidas para caracterização do perfil de investimento internacional foram diminutas, tendo respondido somente 23 das 50 empresas (46%), as quais não responderam de igual modo a todas as questões colocadas, confrontando-nos com a escassez de dados para análise. Um dos eventuais motivos para a exiguidade de dados

poderá dever-se à fase de internacionalização da empresa, exportam mas ainda não passaram ao investimento direto no estrangeiro (IDE), como se afigura da análise do tempo em que as empresas iniciaram as suas atividades de IDE (Quadro XIX), ao registar-se que 65% das empresas apenas começaram tal atividade há menos de dois anos. O peso do investimento na faturação de 2013 é diminuto (Quadro XX), menos de 5% para 44% das empresas que responderam, registando-se que em percentagem acumulada 89% têm um peso de investimento inferior a 25% na faturação de 2013.

Quanto aos países de investimento atual (Quadro XXI) regista-se uma preferência pelo Brasil (22%), seguindo-se em simultâneo Argentina, Chile, Colômbia, México, Costa Rica, Panamá e Peru (11%). Entre as empresas que responderam, dos 20 países de possível investimento, afigura-se que apenas 8 países atraem o IDE Português, sendo de notar que 4 das empresas indicaram investir em outros países, mas sem mencionar quais. No caso do investimento futuro em IDE (Quadro XXII), verifica-se que apenas a menção do Brasil (18%), sendo que os restantes países mencionados não pertencem à América Latina. Em relação às formas preferenciais de abordagem aos países-alvo (Quadro XXIII), regista-se que a mais mencionadas são a «Deslocação e Contacto Direto» e a «Participação em Feiras», sendo a menos mencionada a «Participação em missões empresariais». Tendo sido dada a possibilidade de referir outras formas de abordagem, uma das empresas afirma preferir a «Contratação local de serviços».

4.5. - Caracterização do processo de internacionalização e avaliação do papel institucional

Para efeitos de caracterização do processo de internacionalização solicitou-se às empresas inquiridas o fornecimento de dados sobre os motivos de internacionalização, os entraves que dificultam ou dificultaram o processo, as interações havidas com as

instituições que podem facilitar a internacionalização, e o tipo de apoios que consideram importantes. Com a finalidade de avaliar o papel institucional, solicitou-se uma avaliação às instituições e a sua perceção do grau de impacto das instituições no processo de internacionalização.

A análise dos motivos revelou que o mais mencionado é o «Aumento da quota de mercado», seguido da «Notoriedade e reconhecimento no mercado nacional» e «Proximidade dos clientes». Com menor intensidade surge o motivo «Procura de recursos» e com carácter residual os motivos «Valorização mais justa do produto» e «Presença de comunidade estrangeira na região da empresa» (Quadro XXIV).

Em relação aos entraves ao processo de internacionalização identificamos que o mais frequente e que se destaca dos restantes são os «Aspetos burocrático», como segundo motivo mais frequente surge a “Falta de incentivos”, seguindo em terceira posição, em simultâneo, a «Dificuldade para obter financiamentos” e a «Falta de informação». Motivo ainda muito relevante é a «Dificuldade de acesso às instituições», com carácter residual surgem a «Língua», «Dificuldade de organizar rede comercial indireta», «Negociação de acordos bilaterais», «Taxa de câmbio (Euro vs USD)» e «Taxas e impostos para produtos importados» (Quadro XXV).

Das 50 empresas questionadas, 28% manifestou não ter interação com qualquer entidade, 20% com apenas uma entidade, 20% com duas entidades, 16% com três entidades, 12% com quatro entidades e 4% interagiu com 5 entidades distintas (Quadro XXVI). Na primeira posição de interação surgem as «Associações Empresariais/Comerciais», na segunda o «AICEP», na terceira posição o «IAPMEI», na quarta as «Embaixadas/Consulados», na quinta posição as «Câmaras de Comércio». Residualmente uma das empresas manifestou interagir com «Outras Entidades (Empresas, Organizações Privadas)» (Quadro XXVII).

No que concerne aos apoios que as empresas consideram importantes regista-se que a «Informação sobre mercados externos» tem posição cimeira na hierarquização dos apoios mencionados. Na segunda posição surge a «Informação sobre sistemas de incentivos», em terceiro lugar e em simultâneo registam-se os apoios «Encontros empresariais no exterior», «Informação sobre apoios financeiros» e «Informação sobre aspetos burocráticos». Em quarto lugar surge o apoio «Encontros empresariais em Portugal», em quinto a «Consultoria», em sexto a participação em «Missões empresariais», por último as «Ações de formação/Seminários» e com carácter residual o «Apoio Financeiro» (Quadro XXVIII).

Solicitou-se às empresas que avaliassem qualitativamente as instituições de Mau (pontuação 1) a Muito Bom (pontuação 5), reservando a pontuação 3 para os casos em que a empresa não sabe ou não responde (posição de indiferença). Em termos de avaliação (Quadro II) regista-se que as associações empresariais/comerciais são as mais pontuadas (165 pontos), seguindo-se as Câmaras de Comércio (152 pontos), o IAPMEI (151 pontos), o AICEP e as Embaixadas/Consulados (140 pontos) e por último o Governo (122 pontos).

Quadro II - Avaliação das instituições

	AICEP	Associações Empresariais/Comerciais	Câmaras de Comercio	Embaixadas Consulados	Governo	IAPMEI
Mau (1)	16	5	8	15	16	5
Razoável (2)	9	14	7	4	3	13
Bom (4)	13	11	7	4	3	12
Muito Bom (5)	9	14	9	10	2	6
NS/NR (3)	3	6	19	17	26	14
Pontuação	140	165	152	140	122	151

Para 18% das empresas, a ação das instituições portuguesas na melhoria do processo de internacionalização tem um grande impacto, para 32% tem algum impacto, no entanto, 24% das empresas consideram que tem pouco impacto e para 26% das empresas nenhum impacto, registando-se em percentagem acumulada que apenas 50% das empresas atribuem grande ou algum impacto à ação das instituições na melhoria do processo de internacionalização (Quadro III).

Quadro III – Impacto das instituições na internacionalização das empresas

	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Grande Impacto	9	18%	18%
Algum Impacto	16	32%	50%
Pouco Impacto	12	24%	74%
Nenhum Impacto	13	26%	100%
Total	50	100%	

Da análise aos pontos fracos assinalados pelas empresas, regista-se que o ponto fraco mais assinalado é «excesso de burocracia» (68%), seguido da «dificuldade de estabelecer contacto» (38%) e da «falta de financiamento para efetuar projetos» (33%). A «falta de informação das medidas de apoio» e «falta de quadros qualificados» são igualmente apontadas como pontos fracos, registando-se um caso único em que se assinala como ponto fraco «falta de informação credível» (Quadro IV).

Quadro IV – Pontos fracos das instituições nos apoios às empresas

Pontos Fracos	Sim		Não		Total
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	
Falta de informação das medidas de apoio	10	25%	30	75%	40
Dificuldades de estabelecer contacto	15	38%	25	63%	40
Excesso de burocracia	27	68%	13	33%	40
Falta de financiamento para efetuar projetos	13	33%	27	68%	40
Falta de Quadros Qualificados	7	18%	33	83%	40
Falta de informação credível	1	3%	39	98%	40

Solicitou-se às empresas sugestões de melhoria às instituições. Das 50 empresas, 24% apresentaram sugestões, as quais estão sintetizadas em cinco sugestões seguintes:

Quadro V – Sugestões

Síntese das sugestões
<ul style="list-style-type: none"> • Terem dossier organizado e credível por mercados com os potenciais compradores de forma a que as empresas pudessem fazer os contactos.
<ul style="list-style-type: none"> • Simplificação de processos.
<ul style="list-style-type: none"> • Criar Gestor de Representações, fazer reuniões com adidos comerciais das embaixadas que não queiram só o prestígio do nome do cargo, procurar os principais responsáveis de compras nas empresas com capacidade de colocação, etc. Enfim, tudo o que não seja passivo, reacionário e letárgico.
<ul style="list-style-type: none"> • Em alguns mercados são necessários mais recursos humanos e financeiros para ao apoio local das empresas.
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de agilizar os processos e facilitar financiamento para a realização de projetos de PMEs

Relativamente à avaliação da experiência de internacionalização, Apenas 6% das empresas consideram a sua experiência insatisfatória. As restantes empresas, com exceção de 6% que não têm opinião, consideram a experiência como positiva. De salientar que 42% avaliam a experiência como boa e 16% como muito boa (Quadro VI).

Quadro VI - Como avalia a sua experiência de internacionalização?

	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Insatisfatória	3	6%	6%
Satisfatória	15	30%	36%
Sem opinião	3	6%	42%
Boa	21	42%	84%
Muito boa	8	16%	100%
Total	50	100%	

5. Conclusões

Para responder aos objetivos deste trabalho, iremos utilizar os resultados obtidos no inquérito. Todavia, dado o pouco elevado número de respostas, de modo algum pretendemos extrapolar os resultados para o universo geral das PME's portuguesas que se internacionalizaram, mesmo no contexto da América Latina. No entanto, com as devidas cautelas, pensamos que é possível extrair algumas conclusões úteis.

Ao avaliarmos o perfil internacional das PME's que responderam ao inquérito, observamos que as empresas seguem o processo gradual de internacionalização para a América Latina (Teoria da Escola Nórdica de Negócios), considerando que a maioria das empresas (cerca de 70%) só se dedica à exportação, procurando diretamente o cliente. Verifica-se que são poucas as empresas que detêm um «agente» ou uma «rede de distribuição». Relativamente ao IDE, verificou-se que são poucas as PME's com investimentos na América Latina. Verificámos ainda que o país mais importante na internacionalização destas empresas para a região é o Brasil, o que está em concordância com a Teoria da Escola Nórdica, pois o processo de internacionalização para América Latina aparenta seguir também o critério da Distância Psíquica, sendo o Brasil o país menos distante. No entanto, o peso de outros mercados não é negligenciável.

Analisando a autoavaliação efetuada pelas empresas, podemos constatar que a sua maioria considera o processo de internacionalização bastante positivo. Deduzimos então que a importância da componente internacional no peso da faturação é bastante significativa para as empresas inquiridas. Há que ter em conta a experiência que as empresas detêm no processo de internacionalização, atendo a que a maioria dos investimentos externos é de médio e longo prazo, proporcionando uma aprendizagem

contínua do processo. O que permite a existência de estratégias de internacionalização e de investimentos acertados. Ao analisarmos estes dados, parece-nos consistente esta autoavaliação efetuada pelas empresas.

Relativamente à avaliação que é feita às instituições que procuram auxiliar o processo de internacionalização das empresas portuguesas, foi identificado um conjunto de falhas no processo de atuação das mesmas (excesso de burocracia, dificuldades em estabelecer contacto, falta de financiamentos a novos projetos e falta de informação). A avaliação que é feita a estas instituições segue um critério de proximidade, ou seja as entidades mais próximas das empresas detêm uma maior avaliação. Esses resultados estão ligados às críticas ou falhas do processo, visto que tanto o Governo como a AICEP são ainda entidades responsáveis por processos morosos e burocráticos, e que para uma PME é por vezes difícil estabelecer contacto com os mesmos.

A nosso ver, importa melhorar os processos de apoio e interação com as empresas portuguesas, em especial as PME's, permitindo que desenvolvam melhores processos de internacionalização e mais sustentados. Estas entidades devem sobretudo apoiar as empresas portuguesas, começando por colmatar as falhas que foram identificadas no processo (excesso de burocracia, falta de incentivos, dificuldades de financiamento, e a falta de informação dos mercados). Para tal consideramos que as sugestões que foram efetuadas pelas empresas são uma ferramenta bastante útil para uma futura melhoria destas instituições, no que diz respeito ao apoio à internacionalização.

Este trabalho permitiu ainda perceber que a “informação imperfeita” é a maior falha dos mercados internacionais. O que eleva a importância das instituições portuguesas no auxílio à internacionalização das empresas, de modo a minorar os custos de obtenção da informação e permitindo que exista uma boa análise à qualidade das

informações. Possibilitando assim a existência de novas oportunidades para a economia portuguesa, em especial para as PME, que dada a sua escassez de recursos, pode facilitar e encorajar a sua internacionalização. Tudo isto pode traduzir-se num claro benefício socioeconómico do próprio país, dado o peso destas empresas no tecido industrial português.

Numa perspetiva de análise final, podemos afirmar que chegando ao fim deste trabalho são mais as dúvidas que imperam do que propriamente as certezas sobre o mesmo tema. No entanto dado o nosso interesse pelo tema, é algo que não nos assusta, pois este trabalho foi elaborado numa perspetiva de continuidade, já que pretendemos desenvolver esta temática em futuras investigações, de uma forma mais sólida e alargada.

Assim, contamos fazer face as limitações que nos surgiram ao longo da elaboração desta dissertação, em especial a falta de tempo e de meios que só possibilitaram a obtenção de uma reduzida amostra de 50 respostas válidas. Podemos identificar algumas questões a ter em conta nas futuras investigações. Entre elas a falha no conhecimento geográfico que as empresas demonstram, visto que existem empresas que não sabem o que é a América Latina e que consideraram países como a Jamaica e a Guiana dentre desse mesmo espaço. Num trabalho futuro importa discriminar todos os países da América Latina no inquérito, de modo a não existirem equívocos. Será também interessante analisar no futuro, a eficácia dos diferentes tipos de abordagem aos mercados externos, e qual o impacto global da vertente externa das PME portuguesas numa possível reestruturação do tecido e da economia do país, com vista a torná-la mais competitiva e capaz de responder atempadamente à procura externa.

Bibliografia

- Bueno, N. P., & Faro, J. H. (2004). Economia e Instituições no Governo Kubitschek. *Revista de Economia Política*, 24(1), 136–149.
- Carvalho, T. F. (2009). *O Investimento Português no Brasil e os Desafios do Futuro*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Lisboa.
- Cechella, C., & Silva, J. R. (2013). Internacionalização da Embraer: A importância da Localização em Portugal. In J. R. Silva & A. C. Q. Barbosa (Eds.) *Desafios Económico e Gerenciais das Relações Luso-Brasileiras - Uma Década em Perspectiva* (pp. 147-160). Lisboa: Edições Colibri.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica, New Series*, 4(16), 386–405.
- Dias, M. (2007). *A Internacionalização e os Factores de Competitividade: O Caso Adira*. Faculdade de Economia - Universidade do Porto.
- Diz, J. & Luquini, R. (2011). As relações exteriores do Mercosul: análise das negociações com a União Europeia. *Universitas Relações Internacionais*, 9(1), 103–130.
- Dunning, J. H. (1980). Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. *Journal of International Business Studies*, 11(1), 9–31.
- Dunning, J. H. (1995). Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism. *Journal of International Business Studies*, 26(3), 461–491.

- Dunning, J. H. (2000). The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity. *International Business Review*, 163–190.
- Dunning, J. H. (2001). The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), 173–190.
- Estêvão, J. (2004). *Desenvolvimento Económico e Mudança Institucional: O Papel do Estado*. Cesa - ISEG.
- Gonçalves, R. (1997). A Teoria do Comércio Internacional: Uma Resenha. *Economia Ensaios*, 12(1), 1-18.
- Hill, A. & Hill, M. M. (2008). *Investigação por Questionário (2ª Edição)*. Lisboa: E. Sílabo.
- IIG. (1998). *Douglas C. North: La teoría económica neo-institucionalista y el desarrollo latinoamericano*. Barcelona: PNUD “Red para la Gobernabilidad y el Desarrollo en América Latina.
- INE. (2014). *Empresas em Portugal 2012*.
- Johanson, J. & Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32.
- Johanson, J. & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305–323.

- Kegel, P. & Amal, M. (2013). Perspectivas das negociações entre o Mercosul e a União Europeia em um contexto de paralisia do sistema multilateral e da nova geografia econômica global. *Revista de Economia Política*, 33(2), 341–359.
- Leone, J. A. R. (2003). El Neoinstitucionalismo y la Revalorización de las Instituciones. *Reflexión Política - Universidad Autónoma de Bucaramanga*, (9), 37–46.
- Manheim, J. B.; Rich, R. C.; Willnat, L.; Brians, C. L. (2007). *Empirical Political Analysis Quantitative and Qualitative Research Methods* (7th Edition). London: Longman.
- Molle, G. (2008). Negociación MERCOSUR-Unión Europea. *Revista del Comercio Exterior e Integración*, (11), 95–120.
- North, D. C. (1991). Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97–112.
- Nunes, A. B. (1998). A Globalização numa Perspectiva Histórica - O que há de Novo no Processo de Globalização? *Gabinete de História Económica e Social - Lisboa*.
- Oliveira, I. (2007). Livre Comércio versus Protecionismo: uma análise das principais teorias do comércio Internacional. *Revista Urutágua*, (11).
- Ricardo, D. (1821). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Library of Economics and Liberty. Retrieved May 20, 2014 from the World Wide Web: <http://www.econlib.org/library/Ricardo/ricP.html>

Seabra, F. S. (2002). *A Proximidade Cultural como Factor de Decisão do Investimento: O Caso do Investimento Português no Brasil*. Instituto Superior de Economia e Gestão - Universidade Técnica de Lisboa.

Silva, J. R. (2002). *Portugal/Brasil uma década de expansão das relações económicas, 1992-2002* (Vol.1). Lisboa: Terramar, Ed.).

Silva, J. R. (2005). A Internacionalização das Empresas Portuguesas: A Experiência Brasileira. *RAE – Edição Especial Minas Gerais*, 45, 102–115.

Simões, A. C. (2010). *Internacionalização das Empresas Portuguesas: Processos e Destinos*. Instituto Superior de Economia e Gestão - Universidade Técnica de Lisboa.

Williamson, O. E. (1998). The institutions of governance. *The American Economic Review*, 88, 75–79.

Williamson, O. E. (2005). The economics of governance. *American Economic Review*, 1-18.

Anexos

Quadros

Quadro VII – CAE das empresas

CAE - Secção	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Indústrias transformadoras	32	64%	64%
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	13	26%	90%
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	2	4%	94%
Construção	1	2%	96%
Transportes e armazenagem	1	2%	98%
Atividades de informação e de comunicação	1	2%	100%
Total	50	100%	

Quadro VIII – Distribuição geográfica

Distrito / Região Autónoma	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Porto	12	24,0%	24,0%
Aveiro	9	18,0%	42,0%
Lisboa	8	16,0%	58,0%
Leiria	5	10,0%	68,0%
Setúbal	4	8,0%	76,0%
Braga	2	4,0%	80,0%
Santarém	2	4,0%	84,0%
Viana do Castelo	2	4,0%	88,0%
Castelo Branco	1	2,0%	90,0%
Évora	1	2,0%	92,0%
Faro	1	2,0%	94,0%
Região Autónoma dos Açores	1	2,0%	96,0%
Vila Real	1	2,0%	98,0%
Viseu	1	2,0%	100,0%
Total	50	100,0%	

Quadro IX – Capital Social das empresas

Capital Social	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
<50.000 euros	5	10,2%	10,2%
50.000 a 100.000 euros	10	20,4%	30,6%
100.001 a 250.000 euros	4	8,2%	38,8%
250.001 a 500.000 euros	9	18,4%	57,1%
500.001 a 750.000 euros	5	10,2%	67,3%
750.001 a 1.000.000 euros	7	14,3%	81,6%
> 1.000.000 euros	9	18,4%	100,0%
Total	49	100%	

Quadro X – Número de trabalhadores

Trabalhadores	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
<10	6	12,0%	12,0%
10 a 25	9	18,0%	30,0%
26 a 50	16	32,0%	62,0%
51 a 100	9	18,0%	80,0%
> 100	10	20,0%	100,0%
Total	50	100,0%	

Quadro XI – Presença na internet

Presença na Internet	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Não	11	22%	22%
Sim	39	78%	100%
Total	50	100%	

Quadro XII – Atividade internacional das empresas

Em que consiste a atividade internacional da empresa?	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Exportações	35	70%	70%
(IDE e Exportações)	8	16%	86%
Outras situações	7	14%	100%
Total	50	100%	

Quadro XIII – Tempo da atividade exportadora

Anos de atividade Internacional	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
< 2 anos	4	8,5%	8,5%
2 - 5 anos	6	12,8%	21,3%
6 - 10 anos	6	12,8%	34,0%
> 10 anos	31	66,0%	100,0%
Total	47	100%	

Quadro XIV – Atividade exportadora

Atividade Exportadora:	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Regularmente e com peso nas receitas da empresa	37	79%	79%
Ocasionalmente e sem peso nas receitas da empresa	10	21%	100%
Total	47	100%	

Quadro XV – Peso das exportações na faturação

Peso das exportações na faturação de 2013	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
< 5%	4	9%	9%
5 a 10%	4	9%	17%
10,1% a 25%	9	19%	36%
25,1 a 50%	11	23%	60%
50,1 a 75%	8	17%	77%
> 75%	11	23%	100%
Total	47	100%	

Quadro XVI – Tipos de presença externa

Tipos de Presença	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
Abordagem direta ao cliente	14	28%	28%
Sem presença	4	8%	36%
Agente	4	8%	44%
Rede de Distribuidores	4	8%	52%
Agente e Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	58%
Rede de Agentes , Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	64%
Rede de Distribuidores, Abordagem Direta ao Cliente	3	6%	70%
Agente, Rede de Agentes, Rede de Distribuidores	2	4%	74%
Filial/Sucursal	2	4%	78%
Agente, Rede de Agentes, Abordagem Direta ao Cliente	1	2%	80%
Agente, Rede de Agentes, Rede de Distribuidores, Abordagem Direta ao Cliente	1	2%	82%
Agente, Rede de Distribuidores	1	2%	84%
Agente, Rede de Distribuidores, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	86%
Agente, Rede de Distribuidores, Filial/Sucursal	1	2%	88%
Agente, Rede de Distribuidores, Filial/Sucursal, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	90%
Filial/Sucursal, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	92%
Prestação de serviços deslocado	1	2%	94%
Rede de Agentes	1	2%	96%
Rede de Agentes, Rede de Distribuidores, Abordagem direta ao Cliente	1	2%	98%
Turismo	1	2%	100%
Total	50	100%	

Quadro XVII - Países da América-latina para onde exportam

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m
Brasil	18	31%	16	57%	1	5%	1	8%
Colômbia	9	16%	2	7%	4	18%	3	23%
México	7	12%	4	14%	2	9%	1	8%
Chile	6	10%	4	14%	1	5%	1	8%
Argentina	4	7%	1	4%	2	9%	1	8%
Uruguai	4	7%	0	0%	2	9%	2	15%
Honduras	2	3%	0	0%	2	9%	0	0%
Peru	2	3%	0	0%	1	5%	1	8%
Venezuela	2	3%	0	0%	1	5%	1	8%

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
Costa Rica	1	2%	0	0%	0	0%	1	8%
El Salvador	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Panamá	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Paraguai	1	2%	0	0%	0	0%	1	8%
Bolívia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Cuba	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Equador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Guatemala	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Haiti	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Nicarágua	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
República Dominicana	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total Validado	58	100%	28	100%	17	77%	13	100%
<i>Outros s/ indicar</i>	15		5	15%	5	23%	5	28%
Total	73		33		22		18	
<i>Jamaica</i>					1		0	
<i>Guiana</i>							1	

Quadro XVIII - Países Futuros para exportação

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m	Frequência	Percentage m
Colômbia	8	13%	3	13%	3	14%	2	12%
Brasil	6	10%	5	21%	1	5%	0	0%
EUA	5	8%	3	13%	1	5%	1	6%
México	5	8%	0	0%	3	14%	2	12%
Alemanha	4	6%	1	4%	1	5%	2	12%
França	3	5%	0	0%	3	14%	0	0%
Rússia	3	5%	2	8%	0	0%	1	6%
Angola	2	3%	1	4%	1	5%	0	0%
Argentina	2	3%	1	4%	0	0%	1	6%
Espanha	2	3%	1	4%	0	0%	1	6%
Panamá	2	3%	1	4%	1	5%	0	0%
Peru	2	3%	2	8%	0	0%	0	0%
Polónia	2	3%	0	0%	1	5%	1	6%
Uruguai	2	3%	0	0%	0	0%	2	12%
Arábia Saudita	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Bélgica	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Belize	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Cabo Verde	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Chile	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
China	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Coreia do Sul	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Holanda	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Indonésia	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Moçambique	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%
Noruega	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Paraguai	1	2%	0	0%	1	5%	0	0%

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Reino Unido	1	2%	0	0%	0	0%	1	6%
Trinidad e Tobago	1	2%	1	4%	0	0%	0	0%
Total	62	100%	24	100%	21	100%	17	100%
<i>América Latina</i>	<i>29</i>	<i>47%</i>	<i>13</i>	<i>54%</i>	<i>9</i>	<i>43%</i>	<i>7</i>	<i>41%</i>
Outras regiões	33	53%	11	46%	12	57%	10	59%

Quadro XIX – Há quanto tempo iniciou IDE no estrangeiro?

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem acumulada
< 2 anos	15	65%	65%
2 a 5 anos	4	17%	83%
6 a 10 anos	0	0%	83%
> 10 anos	4	17%	100%
Total	23	100%	

Quadro XX – Peso do IDE na faturação das empresas

Peso investimento na faturação 2013	Frequência	Porcentagem	Porcentagem acumulada
< 5%	4	44%	44%
5 a 10%	2	22%	67%
10 a 25%	2	22%	89%
25 a 50%	0	0%	89%
50 a 75%	0	0%	89%
> 75%	1	11%	100%
Total	9	100%	

Quadro XXI - Países de investimento atual

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Brasil	2	22%	2	50%	0	0%	0	0%
Argentina	1	11%	0	0%	1	33%	0	0%
Chile	1	11%	1	25%	0	0%	0	0%
Colômbia	1	11%	1	25%	0	0%	0	0%
Costa Rica	1	11%	0	0%	0	0%	1	50%
México	1	11%	0	0%	0	0%	1	50%
Panamá	1	11%	0	0%	1	33%	0	0%
Peru	1	11%	0	0%	1	33%	0	0%
Bolívia	0	0%		0%	0	0%	0	0%
Cuba	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
El Salvador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Equador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Guatemala	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Haiti	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Honduras	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Nicarágua	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Paraguai	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
República Dominicana	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Uruguai	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Venezuela	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total Validado	9	100%	4	100%	3	100%	2	100%
<i>Outros s/ indicar</i>	4		2		1		1	
Total	13		6		4		3	

Quadro XXII - IDE futuro

País	Total de Menções		1ª Posição		2ª Posição		3ª Posição	
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem
Angola	1	9%	1	20%	0	0%	0	0%
Alemanha	1	9%	0	0%	0	0%	1	100%
Brasil	2	18%	1	20%	1	20%	0	0%
EUA	1	9%	0	0%	1	20%	0	0%
Japão	2	18%	1	20%	1	20%	0	0%
Marrocos	1	9%	0	0%	1	20%	0	0%
Moçambique	2	18%	1	20%	1	20%	0	0%
Reino Unido	1	9%	1	20%	0	0%	0	0%
Total	11	100%	5	100%	5	100%	1	100%
<i>América Latina</i>	2	18%	1	20%	1	20%	0	0%
<i>Outras Regiões</i>	9	82%	4	80%	4	80%	1	100%

Quadro XXIII – Formas de preferências de abordagem

	Sim		Não		Total
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	
Participação em missões empresariais	5	26%	14	74%	19
Participação em feiras	13	68%	6	32%	19
Deslocação e contacto direto	14	74%	5	26%	19
Contratação local de serviços	1	5%	18	95%	19

Quadro XXIV – Principal motivos para a internacionalização

Motivos para internacionalização	Sim		Não		Total
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	
Aumento de quota de mercado	41	82%	9	18%	50
Notoriedade e reconhecimento no mercado nacional	15	30%	35	70%	50
Procura de recursos	7	14%	43	86%	50
Proximidade dos clientes	14	28%	36	72%	50
Valorização mais justa do produto	1	2%	49	98%	50

	Sim		Não		
Presença de comunidade estrangeira na região da empresa	1	2%	49	98%	50

Quadro XXV – Entraves ao processo de internacionalização

	Sim		Não		
Entraves	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Total
Aspectos burocráticos	32	64%	18	36%	50
Falta de incentivos	17	34%	33	66%	50
Dificuldade para obter financiamentos	11	22%	39	78%	50
Falta de informação	11	22%	39	78%	50
Dificuldade de acesso às instituições	9	18%	41	82%	50
Língua	2	4%	48	96%	50
Dificuldade de organizar rede comercial indireta	1	2%	49	98%	50
Efetuar assistência técnica pós-venda na língua local	1	2%	49	98%	50
Negociação de acordos bilaterais	1	2%	49	98%	50
Taxa de Câmbio (Euro vs USD)	1	2%	49	98%	50
Taxas e Impostos para produtos importados	1	2%	49	98%	50

Quadro XXVI – Numero de tipos de interação com as entidades

Quantidade de tipo de entidades com interação	Frequência	Percentagem	Percentagem acumulada
0	14	28%	28%
1	10	20%	48%
2	10	20%	68%
3	8	16%	84%
4	6	12%	96%
5	2	4%	100%
Total	50	100%	

Quadro XXVII – Interações com as instituições

Interações	Sim		Não		
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Total
Associações Empresariais/Comerciais	31	62%	19	38%	50
AICEP	26	52%	24	48%	50
IAPMEI	17	34%	33	66%	50
Embaixadas/Consulados	15	30%	35	70%	50
Câmaras de Comércio	10	20%	40	80%	50
Outras Entidades (Empresas, Organizações Privadas)	1	2%	49	98%	50

Quadro XXVIII – Principais apoios à internacionalização na opinião das empresas

Apoios Importantes	Sim		Não		
	Frequência	Percentagem	Frequência	Percentagem	Total
Ações de formação/Seminários	7	14%	43	86%	50
Consultadoria	16	32%	34	68%	50
Encontros empresariais em Portugal	21	42%	29	58%	50
Encontros empresariais no exterior	22	44%	28	56%	50
Informação sobre apoios financeiros	22	44%	28	56%	50

Informação sobre aspectos burocráticos	22	44%	28	56%	50
Informação sobre mercados Externos	35	70%	15	30%	50
Informação sobre sistemas de incentivos	27	54%	23	46%	50
Missões empresariais	11	22%	39	78%	50
Apoio Financeiro	1	2%	49	98%	50

Gráficos

Gráfico 1: Total do valor das exportações de mercadorias mundiais em milhões de USD.



Fonte: OMC database e editado pelo o autor.

Gráfico 2: Taxa de crescimento anual das exportações de mercadorias mundiais em percentagem.



Fonte: OMC database e editado pelo o autor.

Gráfico 3: Peso das exportações de mercadorias da UE (28) em percentagem do valor das exportações mundiais.



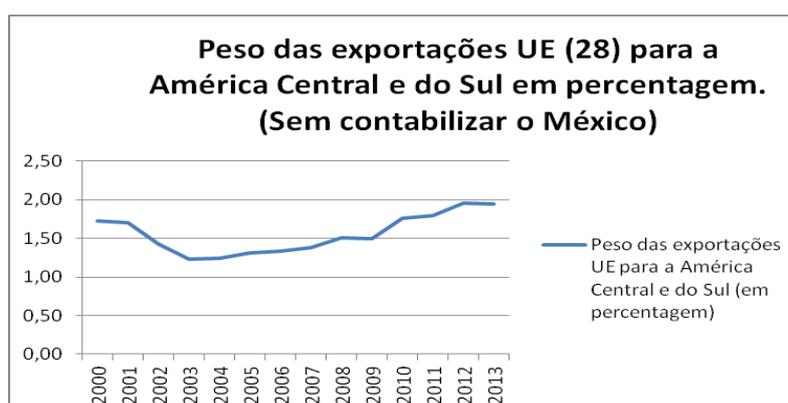
Fonte: OMC database e editado pelo autor.

Gráfico 4: Total de exportações de mercadorias da UE (28) e da América do Sul e Central em milhões de USD.



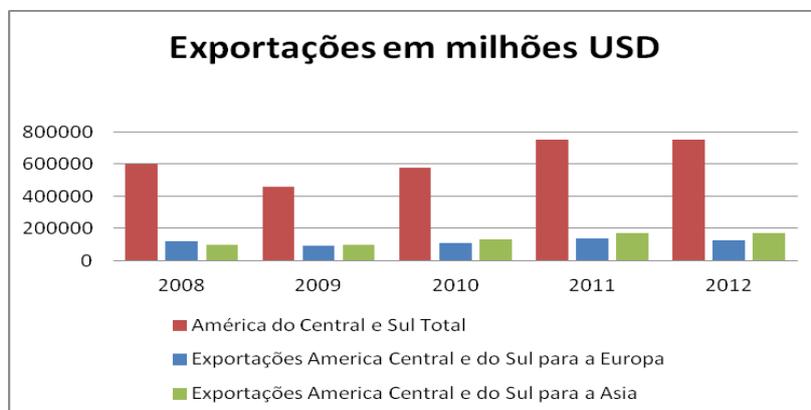
Fonte: OMC database e editado pelo autor.

Gráfico 5: Peso das exportações UE (28) para a América Central e do Sul em percentagem.



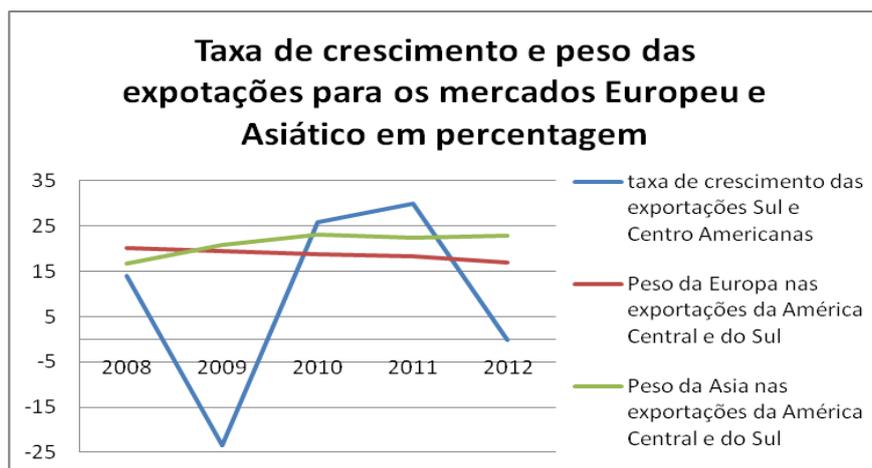
Fonte: OMC database e editado pelo o autor.

Gráfico 6: Total das exportações de mercadorias da América Central e do Sul em milhões USD.



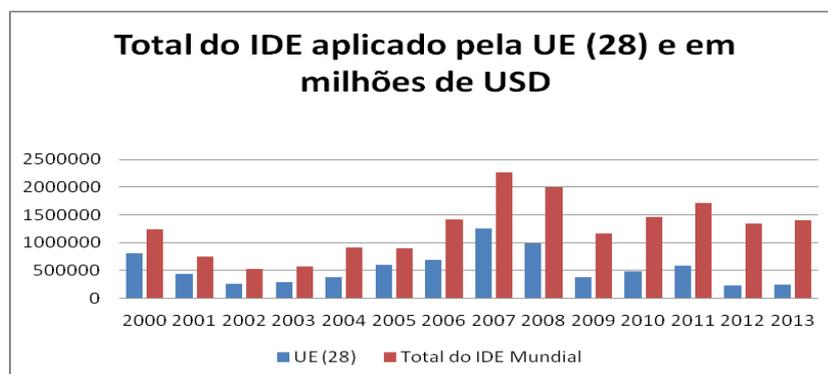
Fonte: OMC Word Region export (2008, 2009, 2010, 2011 e 2012), editado pelo o autor.

Gráfico 7: Taxas de crescimento das exportações latino- americanas.



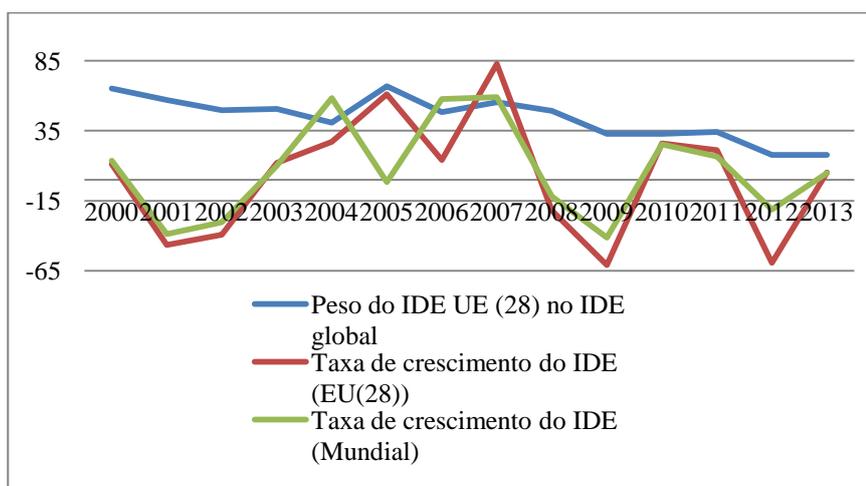
Fonte: OMC Word Region export (2008, 2009, 2010, 2011 e 2012), editado pelo o autor.

Gráfico 8: Total do IDE aplicado pela UE em milhões de USD



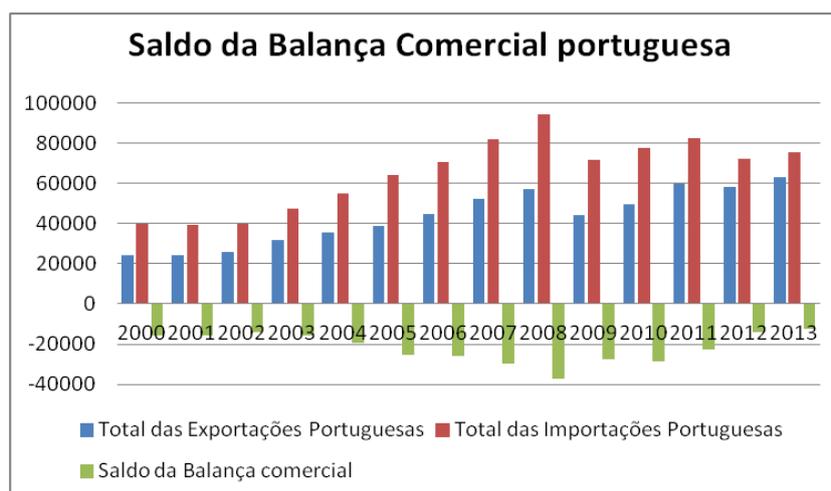
Fonte: UNCTADstat database e editado pelo o autor.

Gráfico 9: Peso do IDE Europeu e taxa de crescimento em percentagem



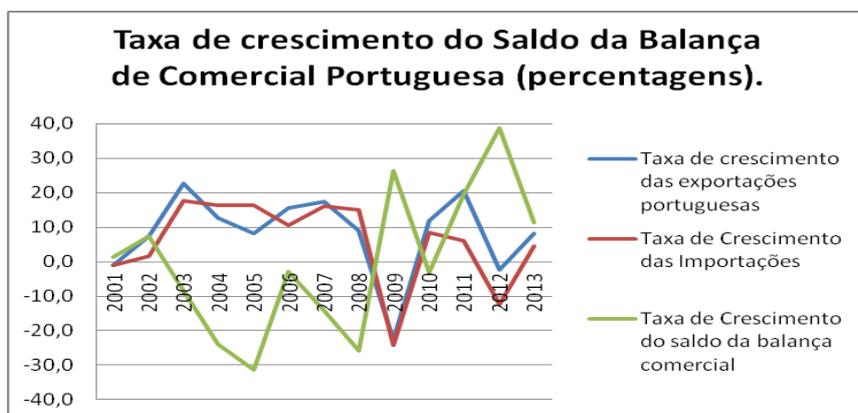
Fonte: UNCTADstat database e editado pelo o autor.

Gráfico 10: Saldo da balança comercial portuguesa em milhões de USD



Fonte: UNCTADstat database e editado pelo o autor.

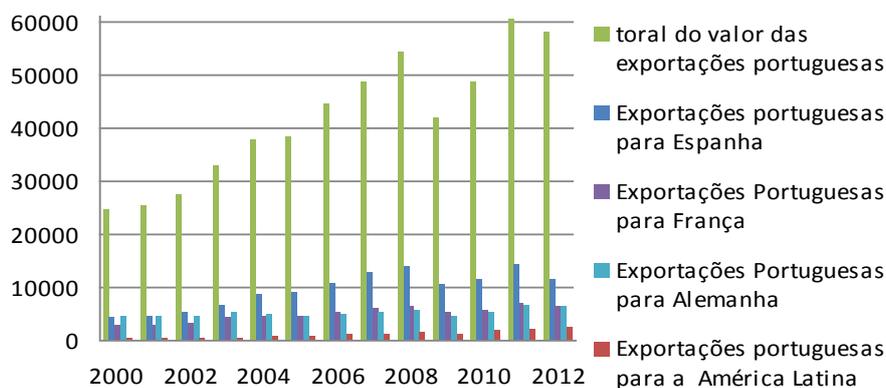
Gráfico 11: Taxa de crescimento da balança comercial portuguesas em percentagem.



Fonte: UNCTADstat database e editado pelo o autor.

Gráfico 12: Exportações de mercadorias portuguesas em milhões de USD.

Exportações Portuguesas em milhões de USD



Fonte: Observatory of economic complexity database e editado pelo o autor.

Gráfico 13: Peso das Exportações de mercadorias portuguesas para o espaço latino-americano (Em percentagem).

Peso das exportações para o espaço Latino Americano. (Em percentagem)



Fonte: Observatory of economic complexity database e editado pelo o autor.