

JOSÉ DE FREITAS SANTOS

**LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA
EM PORTUGAL (1990/1994): UMA
ABORDAGEM RELACIONAL**

**Dissertação apresentada na Universidade do Minho com vista à
obtenção do grau de doutor em Ciências Económicas**



Escola de Economia e Gestão

Universidade do Minho

Braga

1997

RESUMO

A importância do investimento externo e da empresa estrangeira no tecido empresarial português tem vindo a aumentar significativamente nos últimos anos. Porém, são raros os estudos que existem sobre a realidade da empresa industrial estrangeira em Portugal e, particularmente, sobre os factores que explicam a sua localização no interior do país de acolhimento.

A presente investigação procurou preencher essa lacuna, desenvolvendo uma estrutura analítica que integrou a abordagem das redes (*network approach*), a teoria da produção internacional e a teoria da localização industrial.

A informação foi recolhida, por via de inquérito, junto de trinta e sete responsáveis de empresas industriais estrangeiras. A análise estatística realizada permitiu concluir que as redes social, intraempresarial, interempresarial (nacional e regional) e institucional regional exerceram uma influência importante nas opções locativas do investidor.

Na selecção de Portugal foram valorizados essencialmente os custos de mão de obra e o mercado nacional, enquanto ao nível regional se distinguiram a tradição industrial e a proximidade às infraestruturas de transporte (autoestrada, porto de mar e aeroporto).

Os incentivos ao investimento industrial externo mais apreciados pelo empresário estrangeiro foram os subsídios financeiros nacionais e a oferta de terrenos ao nível regional, se bem que só o primeiro se afigure capaz de condicionar a escolha da região para instalação da empresa.

ABSTRACT

The importance of the foreign direct investment and the foreign firm in the Portuguese entrepreneurial structure has been rising quite significantly for the last years. Nevertheless, we might say that there has been little work which brings into focus the factors that provide us with a consistent explanation about the foreign manufacturing firm location inside the host country.

The research has attempted to clear up the above mentioned issue. In considering this, it develops an analytical framework that integrates the network approach, the theory of the international production and the theory of the industrial location.

Data were gathered by interviewing the top management of thirty-seven foreign manufacturing firms. The statistical analysis has led us to the conclusion that the social, intra-entrepreneurial, inter-entrepreneurial (both national and regional) and the regional institutional networks have exerted a relevant influence on the location decision making process of the foreign manufacturing firm.

The selection of Portugal to invest depended upon the labour costs and the national market. At a regional level, the foreign investors consider the industrial tradition and the accessibility to communication infra-structures (high ways, airports and seaports) as the most important factors.

Finally, we also deem worth referring to the fact that the national financial subsidies and the local grants of industrial land to foreign manufacturing investment, were those which the foreign investors enjoyed the most. However, it seems that solely the former one might frame the conditionings for choosing a specific region to set up the firm.

Aos meus pais

AGRADECIMENTOS

No desenvolvimento de um trabalho de investigação prolongado, é desejável assegurar a colaboração de pessoas e instituições que viabilizem a concretização dos objectivos inicialmente delineados pelo investigador.

No plano pessoal, é devido um reconhecimento especial à orientação do professor Cadima Ribeiro que, ao longo dos últimos cinco anos, tem sido o referencial científico da minha investigação. A disponibilidade que sempre manifestou para acompanhamento a inúmeros congressos nacionais e internacionais, o encorajamento nas horas de maior desilusão e a colaboração inestimável na leitura prévia dos vários textos produzidos, excederam as meras obrigações profissionais, merecendo, por isso, a minha gratidão mais profunda.

Aos responsáveis das empresas estrangeiras que aceitaram participar na realização das entrevistas e que desejaram manter o anonimato, um reconhecimento sincero pela sua valiosa e desinteressada colaboração. A componente empírica da investigação não teria sido possível sem a sua ajuda.

Agradeço, ainda, ao professor Douglas Woodward, da Universidade da Carolina do Sul (Estados Unidos), a oportunidade oferecida para a troca de algumas ideias, aquando da sua visita a Portugal e à Universidade do Minho.

Aos professores Denis Maillat e Olivier Crevoisier da Universidade de Neuchâtel (Suíça), o meu obrigado pela gentil cedência das suas mais recentes produções científicas.

No plano institucional, merece especial destaque o patrocínio da Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento

Urbano (DGOTDU) que viabilizou, durante dois anos, o suporte financeiro indispensável à "internacionalização" do meu projecto de doutoramento, tornando possível a realização de estadias de curta duração em Sheffield (Reino Unido) e no Instituto Europeu de Florença (Itália), e a participação em conferências em Odense (Dinamarca), Toulouse (França), Rio de Janeiro (Brasil), Vigo (Espanha), Zurique (Suíça) e Estocolmo (Suécia).

Ao Instituto Politécnico do Porto e à presidente do Conselho Científico do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (Eng^a. Noémia Portugal), agradeço a dispensa do serviço docente.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 - Problemática da localização industrial	6
1.1 - Teorias clássicas da localização	7
1.1.1 - O pioneirismo empírico de CANTILLON e THÜNEN	8
1.1.2 - O formalismo teórico de LAUNHARDT e WEBER	10
1.1.3 - HOTELLING e a estrutura do mercado	11
1.1.4 - Os lugares centrais: de CHRISTALLER a LÖSCH	12
1.2 - Quadro teórico da localização industrial	14
1.2.1 - Os alicerces da teoria da localização industrial	15
1.2.1.1 - Os custos de transporte	15
1.2.1.2 - Os custos da mão de obra	18
1.2.1.3 - As forças de aglomeração (positivas e negativas)	19
1.2.2 - Alguns refinamentos teóricos	20
1.2.2.1 - A substituíbilidade dos factores	20
1.2.2.2 - A descontinuidade do espaço	22
1.2.2.3 - As imperfeições da concorrência	22
1.2.3 - Alguns desenvolvimentos mais recentes	24
1.2.3.1 - O equilíbrio espacial geral: LÖSCH	24
1.2.3.2 - A minimização dos custos	25
1.2.3.3 - A interdependência locativa	26
1.2.4 - Novas correntes na localização industrial	27
1.2.4.1 - O distrito industrial marshalliano	27
1.2.4.2 - Os pólos tecnológicos	29
1.3 - A "realidade" da localização industrial	30

1.3.1 - A "realidade" portuguesa	31
1.3.2 - A "realidade" de outros países	32
1.3.3 - O compromisso possível entre a "realidade" e a teoria	35
CAPÍTULO 2 - Avaliação crítica das teorias da localização industrial	37
2.1 - A amplitude da mudança	38
2.1.1 - A localização e os novos meios e técnicas de transporte	39
2.1.2 - A revolução informática e as novas técnicas de gestão	40
2.1.3 - Intervenção regional e deslocalização	43
2.1.4 - Fordismo <i>versus</i> especialização flexível	44
2.1.5 - A importância crescente da empresa estrangeira	45
2.2 - A consistência interna da teoria	48
2.2.1 - Objecto de análise: que empresa?	48
2.2.1.1 - A empresa "individual"	49
2.2.1.2 - A empresa "sociedade"	50
2.2.2 - A tentativa de modelização dos comportamentos de localização	53
2.2.3 - Localização suficiente <i>versus</i> localização óptima	54
2.2.3.1 - A racionalidade limitada	55
2.2.3.2 - A localização suficiente	56
2.2.4 - Uma concepção mais alargada de espaço	57
2.2.5 - A importância da informação e os custos de transacção	59
2.2.6 - A localização como um processo	61
2.3 - Recolocação da problemática da localização industrial	63
2.3.1 - Um reforço a algumas das críticas formuladas	64
2.3.2 - A integração das críticas no estudo da localização da empresa estrangeira	66

CAPÍTULO 3 - Factores de localização da empresa estrangeira: teoria e evidência empírica	69
3.1 - Os determinantes do investimento directo externo	70
3.1.1 - As motivações clássicas do investidor estrangeiro	72
3.1.2 - As explicações actuais do investimento directo	73
3.1.2.1 - O enfoque da organização industrial	75
3.1.2.2 - A teoria da internalização	78
3.1.2.3 - A teoria eclética	80
3.2 - A natureza da empresa estrangeira	82
3.2.1 - A dimensão	83
3.2.2 - A intensidade dos gastos em publicidade e investigação e desenvolvimento	85
3.2.3 - Intensidade em capital e trabalho	86
3.2.4 - A orientação diferenciada da empresa estrangeira	87
3.2.4.1 - A perspectiva das empresas investidoras	87
3.2.4.2 - A perspectiva dos países acolhedores	88
3.2.5 - Outras características	90
3.2.6 - As características da empresa estrangeira presente em Portugal	91
3.3 - Os factores de localização da empresa estrangeira	91
3.3.1 - Os factores de localização "inter-nacional"	92
3.3.1.1 - A investigação baseada nos inquéritos aos empresários	92
3.3.1.2 - A investigação baseada nos modelos econométricos	98
3.3.2 - Os factores de localização regional	103
3.3.2.1 - Os inquéritos aos empresários	103
3.3.2.2 - As técnicas multivariadas	105
 CAPÍTULO 4 - Localização industrial: uma abordagem relacional	 110
4.1 - Importância do espaço na localização da empresa estrangeira	112
4.1.1 - As vantagens dinâmicas do espaço	112

4.1.2 - Os comportamentos de localização	116
4.1.3 - A informação como suporte da localização	121
4.2 - As redes e a localização da empresa estrangeira	123
4.2.1 - O espaço relacional	123
4.2.2 - Os diversos tipos de redes	127
4.2.2.1 - A rede social	129
4.2.2.2 - A rede intraempresarial	132
4.2.2.3 - A rede interempresarial	136
4.2.2.4 - A rede institucional	139
4.3 - Uma abordagem integrada da localização da empresa estrangeira	141
CAPÍTULO 5 - Metodologia de estudo	145
5.1 - O panorama do investimento estrangeiro em Portugal no período 1990/1994	146
5.1.1 - Análise dos fluxos de investimento externo	147
5.1.2 - Análise da constituição de novas empresas estrangeiras	155
5.2 - Algumas considerações prévias em torno da metodologia seleccionada	161
5.3 - As fontes de informação para estudo da empresa estrangeira	164
5.4 - Constituição da amostra	167
5.4.1 - Dimensão	168
5.4.2 - Estratificação	169
5.5 - Formulação das hipóteses de trabalho	176
5.6 - Desenho do questionário	180
5.7 - Técnica de recolha da informação	183

CAPÍTULO 6 - Uma abordagem relacional da localização da empresa estrangeira	185
6.1 - A influência da rede social na localização da empresa estrangeira	186
6.1.1 - Caracterização da rede social	187
6.1.2 - Avaliação da importância da rede social para a localização da empresa estrangeira	190
6.2 - A influência da rede intraempresarial na localização da empresa estrangeira	192
6.2.1 - Caracterização da rede intraempresarial	193
6.2.2 - Avaliação da importância da rede intraempresarial para a localização da empresa estrangeira	196
6.3 - A influência da rede interempresarial na localização da empresa estrangeira	199
6.3.1 - Caracterização da rede interempresarial	200
6.3.2 - Avaliação da importância da rede interempresarial na localização da empresa estrangeira	202
6.4 - A influência da rede institucional na localização da empresa estrangeira	204
6.4.1 - Caracterização da rede institucional	205
6.4.2 - Avaliação da importância da rede institucional para a localização da empresa estrangeira	208
6.4.2.1 - Avaliação da importância da rede institucional nacional	208
6.4.2.2 - Avaliação da importância da rede institucional regional	210
6.5 - Análise da importância relativa das redes	212
CAPÍTULO 7 - Factores de localização das empresas estrangeiras	218
7.1 - Um esboço do perfil da empresa estrangeira instalada em Portugal (1990/1994)	219
7.2 - Factores de localização internacional	224

7.2.1 - Orientação sectorial e factores de localização internacional	229
7.2.2 - Origem do capital e factores de localização internacional	233
7.3 - Factores de localização regional	236
7.3.1 - Incidência regional dos factores de localização	241
7.3.2 - Orientação sectorial e factores de localização regional	245
7.3.3 - Origem do capital e factores de localização regional	249
7.4 - A política de incentivos ao investimento e o comportamento da empresa estrangeira	251
7.4.1 - O papel dos incentivos na captação do investimento externo	251
7.4.2 - Os incentivos e a localização da empresa estrangeira	255
CONCLUSÃO	261
BIBLIOGRAFIA	267
ANEXOS	310
ANEXO I - Questionário	311
ANEXO II - Modelo de carta enviada às empresas	330

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 5.1 - Investimento Directo Estrangeiro em Portugal	149
Quadro 5.2 - Impacte do IDE na economia portuguesa	150
Quadro 5.3 - Distribuição regional do IDE	151
Quadro 5.4 - IDE por países de origem	152
Quadro 5.5 - IDE por sectores de actividade	153
Quadro 5.6 - Novos investimentos industriais estrangeiros por distrito e subsector	156
Quadro 5.7 - Novos investimentos industriais estrangeiros por distrito e nacionalidade	158
Quadro 5.8 - Estimativa do número de novas empresas constituídas em Portugal, por região e capital social	160
Quadro 5.9 - Listagem de alguns estudos realizados sobre a empresa estrangeira com base na técnica do inquérito	169
Quadro 5.10 - Amostra	171
Quadro 5.11 - Empresas entrevistadas por ano de constituição	172
Quadro 5.12 - Empresas entrevistadas por sector de actividade económica	173
Quadro 5.13 - Empresas entrevistadas por nacionalidade do capital social	174
Quadro 5.14 - Empresas entrevistadas por capital, volume de vendas e número de trabalhadores	175
Quadro 6.1 - Características da rede social	188
Quadro 6.2 - Importância da rede social e localização regional da	

empresa estrangeira	191
Quadro 6.3 - Importância dos agentes sociais na localização da empresa estrangeira	192
Quadro 6.4 - Características da rede intraempresarial	194
Quadro 6.5 - Importância dos contactos intraempresariais e localização regional da empresa estrangeira	196
Quadro 6.6 - Importância dos actores empresariais na localização da empresa estrangeira	198
Quadro 6.7 - Características da rede interempresarial (nacional e regional)	201
Quadro 6.8 - Importância dos contactos interempresariais e localização regional da empresa estrangeira	202
Quadro 6.9 - Importância das instituições privadas nacionais e regionais na localização da empresa estrangeira	203
Quadro 6.10 - Composição e espessura da rede institucional (nacional e regional)	205
Quadro 6.11 - Estabilidade da rede institucional (nacional e regional)	206
Quadro 6.12 - Intensidade dos contactos na rede institucional (nacional e regional)	207
Quadro 6.13 - Importância dos actores institucionais nacionais na localização da empresa estrangeira	209
Quadro 6.14 - Importância dos contactos institucionais regionais e localização regional da empresa estrangeira	210
Quadro 6.15 - Importância dos actores institucionais regionais na localização da empresa estrangeira	211
Quadro 6.16 - Matriz de correlações de Pearson	214
Quadro 6.17 - Resultados da estatística de Mann-Whitney	215

Quadro 7.1 - Características e desempenho da empresa estrangeira	221
Quadro 7.2 - Características e comportamento da empresa estrangeira	223
Quadro 7.3 - Características e estratégia da empresa estrangeira	224
Quadro 7.4 - Factores de localização em Portugal	226
Quadro 7.5 - Factores de localização indicados no subsector "têxteis, vestuário e couro"	230
Quadro 7.6 - Factores de localização indicados no subsector "químico, dos derivados do petróleo e do carvão, e dos produtos de borracha e plástico"	231
Quadro 7.7 - Factores de localização indicados no subsector "fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte	232
Quadro 7.8 - Factores de localização indicados por investidores alemães e espanhóis	234
Quadro 7.9 - Factores de localização nas regiões nacionais	237
Quadro 7.10 - Factores de localização nos distritos de Lisboa, Porto e Setúbal	241
Quadro 7.11 - Factores de localização na região litoral (Braga, Leiria, Aveiro, Santarém e Viana do Castelo)	243
Quadro 7.12 - Factores de localização na região interior (Viseu, Castelo Branco, Portalegre e Vila Real)	244
Quadro 7.13 - Factores de localização regional indicados no subsector "têxteis, vestuário e couro"	246
Quadro 7.14 - Factores de localização regional indicados no subsector "químico dos derivados do petróleo e do carvão e dos produtos de borracha e plástico"	247

Quadro 7.15 - Factores de localização regional indicados no subsector "fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte	248
Quadro 7.16 - Factores de localização regional indicados por investidores alemães e espanhóis	250
Quadro 7.17 - Importância dos diferentes tipos de incentivos na selecção do país e dos distritos	252
Quadro 7.18 - Incentivos nacionais e regionais por distritos	254
Quadro 7.19 - Estatística descritiva e matriz de correlações de Pearson	257
Quadro 7.20 - Resultados da análise <i>logit</i> (método da máxima verosimilhança)	259

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1 - Vantagem territorial e localização	117
Figura 4.2 - Espaço relacional	125
Figura 4.3 - Rede social	132
Figura 4.4 - Rede intraempresarial	135
Figura 4.5 - Rede interempresarial	138
Figura 4.6 - Rede institucional	140
Figura 4.7 - Abordagem integrada da localização da empresa estrangeira	142

INTRODUÇÃO

A intensidade dos fluxos de Investimento Directo Estrangeiro (IDE) para a economia portuguesa aumentou consideravelmente logo após a sua integração na Comunidade Europeia, continuando a crescer a bom ritmo até meados de 1992. Nos últimos anos, porém, verificaram-se quebras notórias nestes fluxos que fizeram renascer o interesse das autoridades públicas nos determinantes da localização da empresa estrangeira. No caso dos investigadores portugueses esse interesse ainda mais se justifica porque são raros os estudos que existem sobre a realidade da empresa estrangeira e, particularmente, sobre os factores que explicam a sua localização no contexto internacional e regional.

No centro das atenções das autoridades públicas estão: i) as motivações do empresário estrangeiro que procura Portugal para instalar a sua empresa e que justificam, de algum modo, o incremento ou a diminuição das entradas de investimento; ii) os factores que podem explicar os diferenciais de atractividade locacional, tornando umas regiões mais atraentes do que outras para o investidor externo; iii) o papel desempenhado pelos incentivos ao investimento externo na mobilização das empresas estrangeiras para as regiões menos desenvolvidas.

No que aos investigadores nacionais diz respeito, a presente dissertação funciona com uma peça de investigação que, a par de outras, poderá ajudar a melhorar o conhecimento sobre a localização da empresa estrangeira em Portugal. O interesse, do ponto de vista científico, está em saber em que medida as principais explicações teóricas existentes se

aplicam ao caso português ou se outras vias de explicação se oferecem pertinentes.

A investigação que aqui se empreende procura analisar os factores que determinaram a localização da empresa estrangeira em Portugal, e, depois, a escolha da região para instalação da sua unidade produtiva. Por isso, se entendeu útil incorporar os contributos teóricos sobre a empresa multinacional na teoria da localização, definindo uma estrutura analítica que, para além da identificação dos factores de localização, permita apreender a malha de contactos pessoais, empresariais e institucionais que frequentemente antecedem a ponderação desses factores.

Nas alternativas empíricas disponíveis para análise dos factores de localização da empresa estrangeira privilegiou-se a entrevista semi-directa por ser a via que se afigurou mais apropriada ao actual estágio de desenvolvimento da investigação no nosso país. Isto é, a experiência anterior do autor aconselhou a que, antes de se partir para o estudo econométrico dos factores de localização, se procedesse à recolha de informação de índole mais qualitativa. Esta investigação está, portanto, impregnada de uma abordagem descritivo-exploratória, se bem que nalgumas das hipóteses formuladas se procurem identificar relações de causalidade.

O período de análise seleccionado (1990/1994) compreende dois momentos distintos nas entradas de investimento externo: os anos de 1991 e 1992, quando são atingidos valores históricos no volume de investimento externo recebido; e os anos de 1993 e 1994, quando se assiste a uma forte queda nos influxos desse investimento. Estes períodos corresponderam também a duas atitudes diferentes dos investidores estrangeiros em relação ao nosso país: uma atitude de euforia (91/92), quando se colocava Portugal no topo das preferências locacionais; uma atitude de desânimo (93/94), quando as dificuldades começaram a surgir.

Os objectivos que presidiram à realização desta investigação foi não só detectar os factores que interferem na escolha dos países e das regiões, mas também compreender como é que os responsáveis da empresa são influenciados pelo tipo de contactos que, no decurso da sua vida social e empresarial, proporcionam informação privilegiada sobre as oportunidades e as condições de investimento em diversos países e regiões.

Mantendo presentes os objectivos acabados de enunciar, organizou-se a dissertação em sete capítulos. No capítulo 1, efectua-se uma digressão pelo corpo teórico da localização da empresa, dando-se particular ênfase às explicações que foram sendo aventadas para a localização da empresa industrial. Do confronto entre a "localização teórica" e a "realidade" da localização em Portugal e noutros países, sugere-se a necessidade de acomodar outros factores de localização.

O capítulo seguinte caracteriza as principais mudanças sociais e económicas susceptíveis de influírem no ordenamento das actividades industriais, ao mesmo tempo que sistematiza algumas das críticas formuladas aos pressupostos em que se alicerça a teoria da localização industrial.

O terceiro capítulo arrola os principais factores explicativos da localização da empresa estrangeira, quer do ponto de vista teórico, quer empírico. No primeiro caso, analisam-se as principais estruturas analíticas disponíveis e identificam-se os factores que impulsionam a empresa estrangeira a investir directamente noutros países. No segundo caso, reportam-se os resultados dos testes empíricos realizados em contextos geográficos vários, segundo metodologias diversas.

No capítulo quatro propõe-se um novo tipo de abordagem da localização industrial da empresa estrangeira. Esta perspectiva valoriza as relações que se estabelecem entre os investidores externos e as pessoas,

empresas e instituições radicadas no país de acolhimento da empresa. À luz desta abordagem, a escolha dos países e das regiões decorreria não só da ponderação estrita dos factores clássicos de localização, mas também do modo como se acede ao seu conhecimento e à forma como esses factores são divulgados.

No quinto capítulo faz-se um balanço do investimento externo na economia portuguesa no período de 1990 a 1994, autonomizando-se nestes investimentos os destinados à constituição de novas empresas. Segue-se a apresentação da metodologia do estudo, com especial incidência na construção da amostra, na formulação das hipóteses e no desenho do questionário.

Os dois últimos capítulos são dedicados à análise dos resultados do estudo de campo desenvolvido, no primeiro semestre de 1996, junto de empresários estrangeiros ou de responsáveis por empresas estrangeiras.

O penúltimo capítulo coloca o problema da localização da empresa estrangeira numa perspectiva relacional (*network approach*). Esta abordagem pressupõe que a escolha da localização no exterior está sujeita a um processo de aprendizagem viabilizado por redes de contactos de índole social, intraempresarial, interempresarial e institucional. Estas redes, na medida em que fornecem informação sobre as características do país e das regiões, afectam o processo de localização da empresa estrangeira.

No último capítulo, começa-se por esboçar o perfil da empresa estrangeira presente em Portugal no período de referência (1990/1994), avançando-se, depois, para a análise dos factores críticos que interferiram na escolha de Portugal e de uma das suas regiões para local de instalação da empresa estrangeira..

A dissertação encerra com as principais ilacções do estudo, as implicações de política que resultaram da análise efectuada e algumas linhas de investigação futura.

CAPÍTULO 1

PROBLEMÁTICA DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

A inserção das actividades económicas no espaço foi, desde finais do século XVIII, motivo de curiosidade para investigadores interessados na organização espacial da sociedade (CANTILLON) ou na distribuição das actividades agrícolas (VON THÜNEN).

O espaço homogéneo, com recursos quantitativa e qualitativamente uniformes e disponíveis em qualquer lugar, limitavam a inteligibilidade do fenómeno, colocando-se a distância geográfica como o elemento central na explicação da localização das actividades económicas. Os custos de transporte assumiram, por isso, um papel determinante na eliminação da distância face ao mercado ou no aprovisionamento dos factores de produção.

No que se reporta à teoria da localização industrial, surge formalizada no início deste século, incorporando, para além dos custos de transporte, os custos da mão de obra e as economias (e deseconomias) de aglomeração.

A partir daqui, os aprofundamentos da teoria orientam-se para o relaxamento de alguns dos pressupostos mais irrealistas, enquanto as extensões da teoria resultam da incorporação de novas problemáticas como a concorrência, as economias de escala ou os preços. Mais tarde, a questão da localização industrial é articulada com todo o sistema económico, procurando-se elaborar uma teoria geral.

Na apresentação do quadro teórico de referência, privilegiou-se a evolução cronológica das principais teorias da localização. No entanto,

quando se procedeu ao recenseamento da literatura sobre a localização industrial, entendeu-se pertinente flexibilizar a aproximação da problemática, conciliando a abordagem histórica dos autores com os desenvolvimentos conceptuais mais recentes e com a emergência de novas escolas de pensamento.

Na digressão pela literatura sobre a teoria da localização fez-se uso, na indisponibilidade dos textos originais, de monografias sobre o tema (NEEDLEMAN, 1968; RICHARDSON, 1969; SIMÕES LOPES, 1983; GABSZEWICZ *et al.*, 1986; PONSARD, 1988; CHAPMAN e WALKER, 1990), de recensões sobre autores clássicos (BEAVON, 1977; ABLAS, 1982; PONSARD, 1983; MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1991) e de diversos manuais de economia regional (RICHARDSON, 1978; VANHOVE e KAASSEN, 1980; VALE e VASCONCELOS, 1984; AYDALOT, 1985; NIJKAMP, 1986; SIMÕES LOPES, 1987).

1.1 - TEORIAS CLÁSSICAS DA LOCALIZAÇÃO

O empírismo pioneiro de CANTILLON e THÜNEN na abordagem da localização das actividades económicas rapidamente deu lugar às primeiras formalizações da teoria da localização. A sua estrutura surge inicialmente esboçada por LAUNHARDT, mas só se consubstanciaria com WEBER, nos princípios deste século, mantendo-se este último autor, mau grado as críticas recebidas, na origem dos desenvolvimentos posteriores.

Outro avanço na teoria da localização é dado por HOTELLING, em 1929, quando introduz alguns elementos (relações entre a formação do preço de um bem homogéneo, a dimensão do mercado e a localização dos vendedores desse bem) que vão permitir estudar a localização das empresas do ponto de vista da concorrência espacial.

O monopólio alemão do estudo da localização termina por volta dos anos quarenta com os contributos de CHRISTALLER em 1933 e de LÖSCH em 1940. A teoria dos lugares centrais deu lugar a uma literatura não só imensa, mas também muito diversificada no campo das aplicações.

1.1.1 - O pioneirismo empírico de CANTILLON e THÜNEN

A necessidade de minimização dos tempos de viagem (economias de tempo e de transporte) constitui, para CANTILLON, factor decisivo na organização espacial da sociedade.

As aldeias, no seu entender, surgiriam porque é indispensável que quem trabalha a terra "viva relativamente próximo dela pois de outra forma viria muito elevada a proporção do tempo diário gasto em deslocamentos de casa para o campo e regresso" (SIMÕES LOPES, 1983, p. 365). Já o burgo deve "ter uma localização estratégica que (...) permita reduzir significativamente o esforço de todos quantos a (ele) se deslocam". As cidades seriam constituídas pelos burgos que oferecessem condições de vida mais agradáveis aos grandes proprietários e senhores com capacidade financeira suficiente "derivada do produto das terras que lhes fica após dedução dos custos de transporte (particularmente relevante quando as terras se encontram muito afastadas)" (SIMÕES LOPES, 1987, pp. 157/158). As cidades capitais localizar-se-iam, geralmente, "junto do mar ou de grandes rios para comodidade de transporte, até porque o transporte por água é muitíssimo mais barato do que o transporte por terra" (SIMÕES LOPES, 1983, pp. 367/368). Aqui se instalariam o rei, o governo, os tribunais de última instância e as residências dos proprietários mais ricos.

Para além das economias de tempo e de transporte postas em evidência a partir de uma leitura directa do "Essai sur la nature du

commerce em général", é possível, ainda, interpretar como economias de aglomeração e de escala algumas referências à constituição dos burgos, cidades e cidades capital. Por outro lado, a hierarquização dos aglomerados populacionais e a determinação das suas áreas de influência surgem claros na separação que se estabelece entre a aldeia e a cidade ou entre o burgo e a cidade.

Passados mais de setenta anos sobre a publicação do livro de CANTILLON, é dado à estampa outro título que vai ser decisivo na explicação da localização das actividades agrícolas.

Com a longa experiência adquirida na exploração de uma grande unidade agrícola, VON THÜNEN tem oportunidade de estudar a formação dos preços dos produtos agrícolas e os mecanismos "que associam as variações nos preços aos padrões espaciais de utilização do solo" (SIMÕES LOPES, 1987, p. 159). Nesse sentido, o autor defende que as localizações óptimas para as actividades agrícolas são aquelas onde se consegue otimizar a renda fundiária, qualquer que seja o ponto do espaço homogéneo.

Como esta renda diminui com a distância à cidade que ocupa o centro desse espaço, e os custos de transporte aumentam proporcionalmente, a localização para as explorações agrícolas intensivas torna-se desaconselhável. Formar-se-ia, assim, uma série de círculos concêntricos especializados correspondentes a diferentes culturas (produtos) agrícolas. No limite, as explorações agrícolas mais afastadas do centro seriam aquelas que fariam uso mais extensivo do solo, da mão-de-obra e de outros factores de produção.

No sentido de alargar a explicação a outras realidades mais complexas, introduzem-se, mais tarde, alguns factores de desequilíbrio como as linhas de água (vias navegáveis), a presença de várias cidades no centro dos círculos e a fertilidade diferenciada da terra.

1.1.2 - O formalismo teórico de LAUNHARDT e WEBER

As primeiras abordagens à localização industrial adoptaram uma perspectiva economicista, enfocando, sobretudo, nos factores de custo (em particular, nos custos de transporte) e na rendibilidade. Os custos são encarados como resolutivos, de tal modo "que a localização mais conveniente será encontrada no ponto em que os custos conjuntos de transporte das matérias primas vindas das suas várias origens e os de colocação do produto final sejam mínimos" (SIMÕES LOPES, 1987, p. 177). A rendibilidade surgiria, assim, como a consequência lógica da minimização dos custos face à procura ou da maximização da procura face à oferta, garantida que fosse a condição "ceteris paribus".

Nestes termos, "as empresas produtoras de bens de consumo tenderiam a implantar-se próximo do mercado, enquanto que as produtoras de bens de produção e/ou de produtos intermédios o fariam próximo dos lugares de fornecimento das matérias primas" (CUADRADO ROURA, 1990, p. 161).

A simplicidade aparente desta explicação, aduzida originalmente por LAUNHARDT, enferma, no entanto, de alguns pressupostos que as formulações posteriores viriam a explorar. WEBER, adianta aos custos de transporte, o trabalho e os factores de aglomeração, formalizando, pela primeira vez, uma teoria geral da localização.

Neste enquadramento teórico, os custos do trabalho e das matérias primas são reconduzidos aos custos de transporte que são determinados pelo peso e distância. A localização óptima é calculada atendendo ao índice material (definido como a relação entre o peso das matérias primas e o peso do produto final), o coeficiente de trabalho e as economias (ou deseconomias) de aglomeração. O objectivo final continua a ser minimizar o custo total do transporte, sendo a solução encontrada por via

da construção de algoritmo apropriado. Anteriormente, o recurso à geometria por aplicação do teorema dos paralelogramas de forças e as propriedades dos ângulos inscritos e a solução mecânica de VARIGNON foram utilizados para encontrar o ponto de menor custo de transporte (MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1991, p. 132/133).

1.1.3 - HOTELLING e a estrutura do mercado

Para este autor, o mercado é constituído por numerosos vendedores e compradores dispersos devido à topografia do espaço e às decisões de localização dos responsáveis das empresas. Por isso, uma empresa encontra apenas alguns concorrentes numa vizinhança próxima, uma vez que os mais distantes vêm reduzida a sua influência pelos custos de transporte. Do mesmo modo, nem todos os consumidores estão próximos da empresa, incorrendo em custos de transporte se pretenderem comprar a empresas concorrentes situadas longe do local de consumo. Assim, "o mercado é normalmente subdividido em regiões em que cada empresa detem um poder de quase monopólio" (HOTELLING, 1929, p. 41). Nestas circunstâncias, as possibilidades de arbitragem são substancialmente diminuídas e as empresas beneficiam de algum poder de monopólio.

HOTELLING (1929) é responsável pela construção do modelo que está na base da análise da concorrência espacial e da designada "lei de HOTELLING" que permitiu demonstrar que "as localizações óptimas de dois duopolistas se situavam ambas no centro do mercado" (PONSARD, 1988, p. 13).

Esta lei de concentração ao centro foi, mais tarde, testada a partir de novas hipóteses como a da elasticidade limitada da procura e da consideração de mais de dois vendedores que a puseram em questão e

estão na origem de numerosos debates no domínio da concorrência espacial.

O contributo deste autor permitiu, ainda, associar os conceitos de mercado concentrado e disperso aos conceitos de produto homogêneo e diferenciado. Deste modo, "num mercado de produtos homogêneos os produtos são empurrados para um único ponto do espaço de atributos, e os vendedores deste produto podem ser numerosos". Pelo contrário, "num mercado de produtos diferenciados, os substitutos estão dispersos no espaço de atributos, e o vendedor de uma variedade particular beneficia de um poder de quase monopólio face aos compradores que preferem aquela variedade" (GABSZEWICZ *et al.*, 1986, p. 2). Daqui resulta um certo paralelismo entre a economia espacial e a economia industrial. A primeira, fruto da existência de mercados dispersos. A segunda, da concorrência entre produtos diferenciados.

1.1.4 - Os lugares centrais: de CHRISTALLER a LÖSCH

As premissas utilizadas por CHRISTALLER (1966) para deduzir a configuração dos lugares centrais (dimensão, distribuição e número) são de diversa ordem: em primeiro lugar, considera que os lugares centrais podem ter hierarquia diferente e que esta decorre do tipo de bens e serviços aí oferecidos ; depois, que um sistema de lugares centrais é formado a partir de lugares centrais vizinhos localizados a igual distância uns dos outros, sendo, por consequência, as suas áreas de mercado da forma de um hexágono; finalmente, "nos centros de gravidade dos triângulos formados por três centros equidistantes, novos centros de ordem mais baixa emergirão até que a mais pequena área de mercado e o lugar central de mais baixa ordem seja encontrado"; o resultado final é

um "incremento geométrico (de razão 3) do número de centros de diferente ordem" (VANHOVE e KLAASSEN, 1980, p. 136).

Na confrontação com a realidade do sul da Alemanha dos anos trinta, Christaller credibiliza a sua teoria, embora o excesso de rigidez das suas premissas possa ser questionado.

Uma óptica de abordagem mais global é, alguns anos mais tarde, ensaiada por LÖSCH. O seu intento é não só "deduzir a localização das diversas unidades de produção, mas também mostrar como se constituem as estruturas espaciais, como se estabelece o volume global da produção e que forma vai assumir a concorrência entre as empresas" (AYDALOT, 1985, p. 41).

No entendimento deste autor, mesmo que o mundo fosse uma bola lisa a localização das actividades económicas nunca seria uniforme. Esta asserção é justificada pela verificação de vantagens de especialização e economias de escala que promovem a concentração das actividades e pelos custos de transporte e a diversificação da produção que favorecem a sua dispersão. Deste modo, uma actividade económica será concentrada se as economias de escala são infinitas ou se os custos de transporte são insignificantes e dispersa no caso contrário.

Para ilustrar esta lógica LÖSCH utiliza o exemplo de uma fábrica de cerveja, definindo para esta as suas áreas de mercado com base na intensidade da procura. Estas áreas de mercado assumirão uma forma hexagonal (ideal em situação de concorrência) se a empresa se situar no centro ou se os custos de transporte forem idênticos em todas as direcções; se a empresa conseguir impor o seu poder de mercado (duopólio linear, por exemplo), a sua configuração geométrica será circular. Como as condições de transporte e as economias de escala são função do tipo de indústria, a extensão das áreas de mercado hexagonais será também diferenciada.

Como resultado desta argumentação, existirá um centro superior, maior do que todos os outros centros, onde todos os tipos de bens serão produzidos, enquanto os pequenos centros fornecerão os grandes centros com produtos especializados. Existirá uma concentração de centros nas áreas das cidades mais ricas, separados por sectores com uma baixa densidade de centros. Estes centros embora possam dispôr do mesmo número de funções podem não providenciar o mesmo tipo de serviços.

Analisando comparativamente os dois modelos propostos detectam-se algumas diferenças básicas: por um lado, o modelo de LÖSCH é mais flexível na configuração dos centros, aparecendo estes especializados na produção de um ou vários bens e em combinações diversas; por outro lado, afigura-se mais adequado para explicar a organização espacial das actividades secundárias.

1.2 - QUADRO TEÓRICO DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

O estudo da localização industrial processa-se segundo duas grandes correntes de investigação. Na primeira, a componente empírica é privilegiada (abordagem indutiva); na segunda, o enfoque é inicialmente teórico e só depois empírico (abordagem dedutiva).

Na abordagem indutiva o objectivo é determinar os factores que condicionam a localização das empresas, isto é, a partir da observação, classificação e cartografia dos factos (localizações industriais num dado quadro espacial), procuram-se nexos de causalidade directa entre os fenómenos observados e o quadro espacial de referência.

Na abordagem dedutiva constroi-se um modelo teórico que se presume explicativo do fenómeno, confrontando-o, depois, com o mundo real. Os desvios encontrados implicarão uma rejeição, aceitação ou modificação das hipóteses que sustentam o modelo proposto.

Na recensão que se segue a ênfase é colocada na segunda abordagem, reservando-se para capítulo próprio a menção exaustiva dos estudos de campo que permitiram consolidar os avanços teóricos. Esta advertência não impede, no entanto, que sempre que se afigure útil, se proceda à confrontação do raciocínio teórico com algumas conclusões de estudos empíricos.

1.2.1 - Os alicerces da teoria da localização industrial

Considerado unanimemente como o responsável pela elaboração da primeira teoria geral de localização industrial, WEBER é sem sombra de dúvidas, um dos autores a quem os investigadores da localização muito devem. Desconhecidos são, ainda hoje, os trabalhos que, debruçando-se sobre a problemática da localização industrial, a ele não façam referência. Por isso, ele ocupa nesta recensão um lugar muito particular. No entanto, um tributo justo deve ser prestado a LAUNHARDT que nos finais do século XIX lançou os alicerces para a construção daquilo que se viria a designar como a teoria da localização industrial.

A proposta de WEBER repousa em três grandes factores explicativos da localização industrial. O primeiro, e com maior peso na explicação do fenómeno, são os custos de transporte; seguem-se os custos de mão de obra e as forças de aglomeração (positivas e negativas).

1.2.1.1 - Os custos de transporte

Os custos de transporte continuam a ser um elemento central explicativo da localização das actividades económicas, como aliás está implícito em toda a história da teoria económica espacial. Repare-se, a este propósito, que já CANTILLON defendia como factor decisivo da

organização espacial da sociedade os custos de transporte, presentes, ainda que indirectamente, no tempo gasto em deslocações e na preocupação da utilização do transporte marítimo por ser mais barato que o terrestre. Na determinação das localizações óptimas para as actividades agrícolas VON THÜNEN atribui aos custos de transporte um papel selectivo na qualidade (intensiva ou extensiva) das explorações agrícolas. O problema da concorrência espacial surge em HOTELLING associado aos custos de transporte, pois sem a existência destes as empresas perderiam o seu poder de mercado (monopolista ou oligopolista). Para LÖSCH os custos de transporte (e também as economias de escala) justificam a concentração ou a dispersão das actividades económicas.

Para WEBER, num espaço contínuo, isotrópico e homogéneo a implantação de uma empresa industrial ocorreria num ponto onde o empresário conseguisse minimizar os seus custos de produção. Para que tal fosse possível seria indispensável que as matérias primas tivessem uma localização específica (somente matérias primas como a água e o ar teriam um carácter ubíquo, isto é, poderiam ser encontrados em qualquer local); que o mercado de produtos finais fosse disperso e a concorrência perfeita; que a empresa conseguisse atrair os trabalhadores locais necessários, em número e qualificação adequados, a um salário vantajoso. Finalmente, que a combinação de factores para fabricar uma unidade de produto fosse definida antecipadamente e os preços fixados não dependessem da sua localização.

Nesta ficção seria encontrado um ponto onde os custos fossem mínimos. Este ponto de custo mínimo situar-se-ia entre as duas fontes mais vantajosas de matérias primas (S1 e S2) e um dado ponto no mercado (M). Se uma unidade industrial precisa de a toneladas de S1 e de l tonelada de S2 para o fabrico de um produto final com um peso de b que vai ser transportado para M, então o ponto de custo mínimo (C) seria

aquele que minimizasse $aA + bB + cC$, com as distâncias $S1M$, $S2M$ e MC a serem representadas por A , B e C .

A demonstração gráfica deste ponto assenta no célebre triângulo de localização, enquanto as soluções concretas para a obtenção do ponto mínimo parecem ser impossíveis do ponto de vista analítico (PERREUR, 1988, p. 96) e do ponto de vista numérico entraram já no domínio da investigação operacional (BRANDEAU e CHIU, 1989).

Numa fase posterior, e para mostrar o impacto diverso dos custos adicionais de transporte por referência ao ponto óptimo, WEBER aduz o conceito de isodapana. Este conceito assemelha-se ao de isovector, adiantado por PALANDER, pois associa as isolinhas formadas pelos pontos correspondentes aos mesmos custos de transporte, aos custos das matérias primas e dos produtos acabados.

Outro conceito introduzido por WEBER para explicar o grau de ligação de uma indústria às matérias primas ou ao mercado foi o **índice material**. Este traduz a relação entre o peso das matérias primas de localização específica necessárias e o peso do produto final. Se este rácio for superior à unidade a indústria deve orientar-se para as matérias primas, se inferior, deve privilegiar uma localização próxima do mercado. Outro índice auxiliar de localização avançado para as matérias de localização específica foi o do **peso locativo**. Este índice pondera o peso de todos os materiais utilizados na produção, pelo peso do produto acabado, tentando dar assim uma ideia da perda de peso verificada no decurso do processo produtivo.

Se bem que os custos de transporte tenham ocupado um lugar destacado na explicação da localização das actividades económicas, reconhece-se em WEBER uma elegância de construção formal que nenhum outro autor antes dele conseguiu atingir.

1.2.1.2 - Os custos da mão de obra

A existência de uma bacia de mão de obra num dado local pode constituir-se como um factor preferencial de localização, se as economias realizadas nos custos do trabalho excederem os custos de transporte ocasionados por essa localização. Para medir a importância deste factor na localização da unidade industrial, WEBER propõe o cálculo do **índice do custo do trabalho** (custo da mão de obra por unidade de produto) para evidenciar a distorção face ao modelo baseado apenas nos custos de transporte. O compromisso entre os custos adicionais de transporte decorrentes do desvio ao ponto de mínimo e as economias nos custos do trabalho fornecerão, segundo o autor, a localização óptima. Observa-se, deste modo, que os custos de mão de obra, embora sejam condição necessária, não são suficientes para, só por si, determinarem a localização óptima. Daí que alguns autores defendam a recondução dos custos da mão-de-obra aos custos de transporte, pois são estes que, em última instância, são decisivos.

Nos vários estudos empíricos que se teve oportunidade de consultar a mão de obra aparece referenciada como um elemento fulcral na explicação da localização das empresas. De facto, o seu custo e sobretudo a sua qualificação parecem atrair os empresários. Esta comprovação empírica não deu origem, contudo, ao aparecimento de teorias que relevassem a mão de obra (custo, quantidade, qualidade) como factor explicativo principal da localização das empresas. A inclusão deste factor surge sempre como complementar à explicação central da teoria.

1.2.1.3 - As forças de aglomeração (positivas e negativas)

A concentração da produção ou do mercado geram economias que podem repercutir-se na localização óptima da empresa. Estas economias só serão consideradas se compensarem os custos de transporte adicionais resultantes do desvio ao ponto óptimo de localização. Em caso positivo, um compromisso semelhante ao obtido para os custos de mão de obra deve ser adoptado. O excesso de concentração do lado da produção foi também assinalado por WEBER quando analisou os efeitos nefastos sobre a renda das instalações produtivas.

À semelhança dos custos de mão de obra, também as forças de aglomeração podem ser reconduzidas aos custos de transporte, pois são estes que, em última instância, determinam a localização óptima da unidade produtiva.

Como se observa, ainda que de forma algo simplista WEBER introduz a noção de economias e deseconomias de aglomeração que irá dar azo a uma utilização prolixa dos termos. Porém, se recuarmos até CANTILLON, pode-se já vislumbrar na racionalidade que preside à constituição dos burgos, cidades e cidades capital, os vestígios das economias de aglomeração.

Nos estudos de campo o conceito de economias de aglomeração tem sido associado à presença de "facilidades comerciais, bancárias e de comunicação, assim como economias resultantes de reduções nos custos unitários dos serviços públicos". Compreendem também o "acesso a mercados de maior dimensão; a possibilidade de especialização e aumento da diversidade dos bens e serviços, acompanhando os aumentos na dimensão da área urbana". Neste espaço podem ser encontrados as chamadas "amenidades" que "englobam quer a densidade da malha industrial, a existência de livrarias especializadas, de faculdades, de

laboratórios, quer o nível sócio-cultural e toda a diversidade de meios oferecidos para a ocupação de tempos livres" (VALE E VASCONCELOS, 1984, p. 27).

Segundo alguns investigadores (VANHOVE e KLAASSEN, 1980, pp. 131/134; AYDALOT, 1985, pp. 61/64), os elementos acabados de referenciar são relevantes pois permitem atrair pessoal técnico especializado e de gestão, para além de constituírem um meio envolvente favorável para a empresa desenvolver a sua actividade.

1.2.2 - Alguns refinamentos teóricos

Os avanços verificados na teoria da localização de WEBER devem-se, sobretudo, ao abandono de alguns dos pressupostos demasiado restritivos que aquele adoptou. Um dos primeiros a ser abandonado foi aquele que garantia uma função de produção com coeficientes fixos, isto é, que uma unidade de produto requeria quantidades pré-determinadas de "inputs", independentemente do local onde fosse produzido. Outra das suposições rejeitadas foi o subespaço convexo euclidiano e o entendimento do espaço como um plano homogéneo. Outra, ainda, foi a hipótese de concorrência perfeita.

1.2.2.1 - A substituíbilidade dos factores

Uma primeira tentativa de mediação entre o marginalismo e a teoria da localização foi realizada em 1925 por PREDHÖL. Por via da aplicação dos mecanismos de substituição ao nível da empresa e durante um curto período de tempo, a problemática da localização era uma simples variação do problema geral da produção. Segundo este autor, na produção de um bem a proporção dos factores varia de acordo com o seu

preço relativo. Nesta medida, "a cada localização possível corresponderá a combinação de factores mais adequada ao preço relativo dos factores aí existentes". Por isso, "a empresa escolherá simultaneamente uma localização e uma combinação de factores que minimizará o conjunto dos seus custos" (AYDALOT, 1985, p. 23).

Um limite metodológico foi imposto por MOSES a esta análise quando defendeu que um excessivo enfoque na função de produção arrastava um empobrecimento da definição de espaço, devendo ser este, afinal, o objecto da análise. Para além disso, o mesmo autor alerta para a complexidade do problema quando se busca uma solução que contempla todos os factores de produção (AYDALOT, 1985, p. 24).

Por seu turno, o sueco PALANDER incorpora o progresso tecnológico na sua análise, argumentando que os factores naturais são repostos por factores de substituição móveis e que por isso a localização da produção se efectua independentemente desses factores (PONSARD, 1983, p. 47).

O americano HOOVER, para além de introduzir o conceito de economias de escala, mostra que a produção é função não só dos "inputs" mas também da sua distância. Este pensamento é corroborado por ISARD que na sequência de numerosos estudos empíricos mostra como se opera no espaço a substituição entre os diversos factores. Na sua demonstração, associa o percurso de um bem entre dois pontos ao fornecimento de uma certa quantidade de "input" de transporte, defendendo que a substituição é possível, sendo suficiente atender às distâncias dos factores, que se repercutem, inevitavelmente, na quantidade de "input" de transporte utilizado. Por isso, a localização dos factores no espaço tem implicações também na obtenção da produção óptima (AYDALOT, 1985, p. 24).

1.2.2.2 - A descontinuidade do espaço

O pressuposto da existência de um espaço entendido como um plano homogêneo onde cada ponto pode ser uma localização óptima para a empresa cedo se revelou desajustado da realidade. O próprio WEBER reconhecia que as cidades, os locais de forte concentração de mão-de-obra ou a presença de economias de aglomeração elevadas, constituíam pontos especialmente atractivos. Por outro lado, a simples observação do espaço regista descontinuidades naturais (linhas de água, clima, relevo, etc.) e artificiais (intervenção governamental sob a forma de reservas naturais, planos de ocupação dos solos, etc.) que impedem a fixação de indústrias.

Por seu turno, colocando de parte o subespaço convexo euclidiano, foi possível aproximar as previsões do modelo das localizações reais. Em alternativa à métrica euclidiana, alguns matemáticos propuseram outras que foram integradas no modelo de WEBER. Destas métricas não euclidianas assinalam-se, apenas a título exemplificativo, as circum-radiais e as obli-lineares (PERREUR, 1988).

A aceitação das reservas à continuidade do espaço foi ainda ultrapassada, parcialmente, pela aplicação da teoria dos grafos ou pela fixação de restrições espaciais. Este último artifício teve em vista impor que a localização não se situasse a distância inferior (ou superior) a determinado ponto (AYDALOT, 1985, pp. 25/27).

1.2.2.3 - As imperfeições da concorrência

No mundo real as actividades económicas são desenvolvidas em diversos pontos do espaço. Deste modo, o ponto de encontro de vendedores e compradores é o mercado onde os mecanismos de arbitragem entre as duas partes conduzem à definição do preço. Porém, a

dispersão de compradores e vendedores origina algumas imperfeições concorrenciais. Este problema foi analisado inicialmente por HOTELLING (1929), tendo sido desenvolvido mais intensamente no âmbito da economia espacial.

As principais imperfeições concorrenciais detectadas foram o monopólio espacial, o oligopólio espacial e a concorrência monopolística espacial (GABSZEWICZ *et al.*, 1986) que, de uma forma sucinta, se passam a expor.

No caso do monopólio espacial, uma empresa monopolista enfrenta um número finito de compradores que podem estar dispostos a deslocar-se à empresa e a suportar os custos de transporte dos bens adquiridos (preço de fábrica) ou a receberem em casa os bens e ser a empresa a suportar os custos de transporte (preço de entrega).

No oligopólio espacial, um número limitado de empresas enfrenta um sistema finito de funções procura dispersas no espaço, podendo manipular as variáveis preço, localização ou ambas simultaneamente, consoante o "jogo" estratégico aconselhar.

Finalmente, a concorrência monopolística espacial caracteriza-se pelas seguintes condições de mercado: existência no sector de um largo número de empresas detentoras de um único produto para venda; os produtos são diferenciados e cada empresa enfrenta a sua função procura; a entrada de uma nova empresa ou produto tem efeitos muito limitados e ocorre até que os lucros sejam nulos.

Como se constata, a integração do espaço nos modelos de localização industrial conduziu ao abandono da hipótese tradicional de concorrência pura e perfeita, dando lugar, também, a um novo campo de estudo preocupado em tentar encontrar a localização "socialmente óptima" (SCOTCHMER e THISSE, 1993).

1.2.3 - Alguns desenvolvimentos mais recentes

O registo de maior significado teórico pertence a LÖSCH que produz uma síntese integradora dos contributos anteriores e alarga o problema da localização industrial a todo o sistema económico sugerindo uma teoria de equilíbrio espacial geral, que se mantém actual.

Após este contributo marcante, a explicação do fenómeno da localização desenvolve-se em dois palcos distintos. No primeiro, continua-se a procura do custo mínimo, na tradição de WEBER. No segundo, investiga-se a interdependência locativa das empresas, na sequência de LÖSCH.

1.2.3.1 - O equilíbrio espacial geral: LÖSCH

Um dos elementos menosprezados por Weber foi a procura e as suas variações espaciais. A partir desta lacuna LÖSCH vai construir uma teoria que ignora o ponto de custo mínimo (óptica da produção ou da oferta) e busca o ponto de lucro máximo (óptica de mercado ou da procura). Detem-se, ainda, no estudo dos problemas da interdependência locativa, na identificação dos factores que explicam a natureza da divisão espacial do trabalho, na discussão de variáveis que distorcem a localização das actividades industriais e agrícolas (variáveis económicas, naturais, humanas e políticas) e nos factores subjectivos do comportamento do empresário.

O contributo de LÖSCH para a explicação da localização industrial representa uma tentativa séria de sistematizar as diversas teorias precedentes, integrando-as numa única estrutura analítica. Para além disso, o seu quadro teórico contempla um "conjunto coordenado de modelos que se ajustam à interpretação dos problemas espaciais a vários

níveis de observação" (PONSARD, 1983, p. 87). Apesar da originalidade da sua proposta, podem-se vislumbrar algumas influências da obra de PREDHÖL e PALANDER, que o alertaram para a necessidade de construir uma teoria geral do equilíbrio espacial, e de VON THÜNEN e CHRISTALLER na definição das áreas de mercado.

Para o autor, interessado em encontrar a localização "ideal", a procura de um ponto mínimo de custo total só explica as localizações actuais. Para se encontrar a localização "ideal" é necessário definir também um mundo "ideal". Nesta abstracção a distribuição das matérias primas industriais é uniforme, os gostos e preferências dos consumidores são idênticos, as oportunidades de produção estão abertas a todos, a distribuição da população é regular, o transporte existe em todas as direcções e os custos são iguais em todos os pontos da superfície plana e homogénea. O equilíbrio locacional é obtido através do cruzamento de dois efeitos. O primeiro engloba os produtores que maximizam os seus benefícios e os consumidores que compram nos mercados onde o preço é mais baixo e desta forma maximizam a sua utilidade. O segundo efeito decorre da existência de um número elevado de produtores em indústrias de concorrência monopolística, o que elimina à partida a obtenção de lucros supranormais. Nesta situação o equilíbrio é atingido, a luta por espaço acaba e as localizações são determinadas, situando-se os produtores no centro de áreas de mercado hexagonais. (RICHARDSON, 1969, pp: 112/113).

1.2.3.2 - A minimização dos custos

Os defensores desta linha de investigação têm realizado progressos através da análise crítica aos pressupostos fundamentais dos modelos de localização, que têm sido exaustiva e meticulosamente testados para

assegurar os limites da sua validade. Entroncando com as investigações realizadas, puderam ser extrapoladas algumas das conclusões dos modelos, procurando-se, depois, reduzir o número de restrições ou propor hipóteses adicionais.

Neste enquadramento, foram estudados, entre outras questões, os desvios ao ponto mínimo do custo de transporte (economias de mão de obra e economias de aglomeração), questionadas as hipóteses dos coeficientes constantes da função de produção e do subespaço convexo euclidiano e aceite a descontinuidade do espaço.

BRANDEAU e CHIU (1989) fornecem uma perspectiva global dos problemas que enfrenta a teoria da localização. Nesta revisão de literatura o objectivo de optimização da localização é conseguido com a minimização dos custos, encarados estes de vários pontos de vista e em conjugação com outros factores como o tempo de viagem (médio ou total).

1.2.3.3 - A interdependência locativa

Nesta corrente de pensamento a maioria dos autores enveredou pela sugestão de novos modelos de equilíbrio geral, que se dedicaram ao exame aprofundado de algumas componentes mais específicas do modelo, como todo o sistema de transportes ou as relações entre as regiões económicas.

Dos novos modelos submetidos à apreciação da comunidade científica merece algum destaque o de GREENHUT (1970) que ao contrário de LÖSCH toma em consideração a componente dos custos, mas subalterniza os transportes. É aqui que o contributo de LEFEBER se mostra relevante pois, além da tentativa de integrar os serviços de transporte na determinação das localizações de equilíbrio, maximiza o

valor do produto total e promove a "afecção óptima dos factores produtivos e dos fluxos espaciais dos bens finais para cada mercado" (RICHARDSON, 1969, p. 122).

1.2.4 - Novas correntes na localização industrial

Extravasando as fronteiras impostas pelos paradigmas dominantes na teoria da localização industrial surgem, entretanto, novas tentativas de explicação para fenómenos ligados à concentração industrial de actividades económicas tradicionais (distrito industrial) ou de "alta tecnologia" (pólos tecnológicos).

1.2.4.1 - O distrito industrial marshaliano

A concentração de indústrias especializadas em certas regiões deve-se, segundo MARSHALL (1920, pp. 223/224), num primeiro momento, a factores externos como as "características do clima e do solo", a proximidade de matérias primas e ao "fácil acesso por terra ou mar" que proporcionam um "clima vivificante". Num segundo momento, a presença de uma indústria especializada desencadeia efeitos positivos na qualificação dos recursos humanos locais e na estrutura industrial, pela criação, a montante e/ou a jusante dessa indústria, de actividades económicas relacionadas. O nexo de relações pode ser de natureza complementar, vertical ou de prestação de serviços.

Em conjunto, estes factores geram aquilo que MARSHALL designa por "atmosfera industrial" que, sendo favorável, conduz à concentração de indústrias auxiliares na vizinhança da indústria principal no intuito de fornecer os materiais indispensáveis ao seu funcionamento. A atracção das

indústrias auxiliares é ocasionada pela obtenção de economias externas fortemente ligadas à localização.

Estas economias são engendradas por "uma comunicação constante entre construtores e utilizadores das máquinas o que constitui uma forma de troca e de enriquecimento de competências permitindo, para além de uma certa standardização, alguma especialização" (GAFFARD e ROMANI, 1990, p. 175). Também as características "sui generis" do mercado de trabalho, onde frequentemente se entrecruzam interesses opostos, seria propício ao estreitamento dos laços entre empregadores e empregados. Reunidas estas condições erigir-se-ia um "distrito industrial" que, na tradição marshaliana, ocorreria mais facilmente na indústria têxtil ou metalúrgica.

Uma releitura posterior dos textos de MARSHALL, levada a cabo no final dos anos setenta por BECATTINI (1979, 1989, 1991, 1992), reintroduziu a discussão científica do "distrito industrial". Numa primeira fase, o distrito é definido como um conglomerado de empresas com uma relação particular entre elas (BECATTINI, 1979; 1989). Numa fase posterior este conceito é ampliado e enriquecido aparecendo já como "uma entidade socioterritorial caracterizada pela presença activa de uma comunidade de pessoas e de uma população de empresas num determinado espaço geográfico e histórico" (BECATTINI, 1992, p. 20).

Nesta segunda geração, o distrito industrial surge como um espaço onde a história exerce uma forte influência sobre o comportamento "natural" dos seus habitantes. Este lastro histórico contribui para a formação de uma cultura relativamente homogénea que é propagada a todo o distrito por um corpo de instituições e de regras. As empresas, por sua vez, ou são especializadas ou tendem a especializar-se numa única, ou apenas em algumas, das fases dos processos produtivos específicos de cada distrito. Os recursos humanos do distrito formam-se nas escolas

profissionais e empresas, permanecendo actualizados através de um processo espontâneo e contínuo de troca e recombinação de conhecimentos e opiniões. No mercado o preço é relativizado, quer pela qualidade (matérias primas utilizadas, tratamentos técnicos, etc.), quer pela comercialização (prazos de entrega, regularidade das séries, etc.); enquanto o sistema de crédito local se ajusta às necessidades dos empresários locais e, muitas vezes, de outros *lobbies* sociais e políticos do distrito (BECATTINI, 1992).

Estes distritos industriais foram identificados em, entre outros países, Portugal (SILVA, 1987; HENRIQUES, 1990; REIS, 1992), Espanha, Alemanha, Dinamarca e Canadá (PIKE e SENGENBERGER, 1992), Itália (PIKE, BECATTINI e SENGENBERGER, 1990) e França (BENKO e LIPIETZ, 1992).

1.2.4.2 - Os pólos tecnológicos

A observação de concentrações industriais em áreas geográficas delimitadas levou alguns autores a procurar elementos característicos que justificassem o fenómeno observado. KRUGMAN (1992) estuda nos Estados Unidos as experiências de Silicon Valley, Route 128 e do triângulo de investigação da Carolina do Norte. Nenhuma das experiências, segundo o autor, assenta na iniciativa empresarial, concluindo que resultaram antes do esforço de "burocratas visionários". No seu entender, Silicon Valley surge da ligação institucional da Universidade de Stanford à Hewlett-Packard, que se apoia no parque tecnológico universitário para o desenvolvimento dos seus projectos. A Route 128 nasce do incentivo proporcionado pelo responsável do MIT (Massachusetts Institute of Technology) para que os seus docentes, recorrendo a capitais de risco, aplicassem a sua investigação em projectos

empresariais privados. O triângulo de investigação da Carolina do Norte é formado por três universidades e foi inspirado nas duas experiências anteriores, embora tivesse contado com o apoio das autoridades públicas para construção do parque tecnológico.

Para além destas experiências americanas paradigmáticas, CASTELLS e HALL (1994) adicionam outras representações deste fenómeno situadas noutros países. Na Rússia, Japão e Coreia as "cidades científicas", respectivamente, de Akademgorodok, Tsukuba e Taedok. Na Europa os parques tecnológicos de Sophia-Antipolis na França e o de Cambridge na Inglaterra.

Numa síntese da abundante literatura produzida à cerca dos factores de localização das actividades "high tech", DELAPLACE (1993) identifica um conjunto de 21 factores cuja presença (ou ausência) contribuiria para a formação de complexos tecnológicos. De um modo geral, o impulso inicial à formação destes espaços é da responsabilidade de universidades, centros de investigação ou entidades estatais. Esta aposta viabiliza, mais tarde, a atracção e/ou manutenção de mão de obra qualificada, a criação de um clima empresarial profícuo, a concepção de redes de comunicação que facilitam a troca de informações e o desenvolvimento das sociedades de capital de risco para apoio dos projectos empresariais.

1.3 - A "REALIDADE" DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

O problema locacional tratado em abstracto complexiza em demasia aquilo que para a maioria dos responsáveis da empresa industrial é bem mais simples. De facto, é duvidoso que na decisão de localização da sua empresa o empresário se centre exclusivamente na minimização dos

custos ou na maximização dos benefícios, de modo a conseguir alcançar a localização "ideal" ou óptima.

Por contraponto às abordagens estritamente teóricas que acabaram de ser expostas, completa-se este capítulo com a inventariação dos factores de localização mencionados pelos empresários em entrevistas pessoais ou inquéritos postais. Para se conseguir obter uma perspectiva mais abrangente das opiniões veiculadas pelos empresários resolveu-se fazer uso de estudos já publicados que abarcassem não só a "realidade" portuguesa como a de outros países.

1.3.1 - A "realidade" portuguesa

Os estudos de localização industrial existentes em Portugal não abundam. Na região centro, onde a problemática da localização das empresas industriais tem sido objecto de estudos mais regulares (JACINTO, 1983; GASPAR *et al.*, 1984; FERRÃO, 1985; MATOS, 1994), os inquiridos citam como factores favoráveis à instalação de empresas na região as acessibilidades, a existência de matérias primas apropriadas, a disponibilidade, custo, especialização e produtividade da mão de obra, a disponibilidade e custo dos terrenos industriais, a tradição industrial da região e um conjunto de indústrias complementares, a naturalidade, residência e aspectos psico-sociológicos do empresário (afinidades e vivências pessoais), as infra-estruturas sócio-económicas e os incentivos financeiros.

Noutro enquadramento geográfico (Norte Litoral), COSTA e SILVA (1993) questionam a importância de factores como incentivos locais e estatais, clima social e disponibilidade de mão de obra qualificada, embora concordem com a relevância da disponibilidade e preço dos terrenos, infraestruturas, afeição à terra e proximidade dos mercados.

GARRIDO (1985), por seu turno, nas entrevistas que realizou a empresários, economistas e quadros superiores de empresas de todo o país, chega a resultados semelhantes.

A partir da análise comparativa de alguns dos estudos que se acabam de nomear, CADIMA RIBEIRO (1990, pp. 508/509) sublinha a necessidade da presença de uma rede básica de infraestruturas de transportes e comunicações, conjugada com "um mínimo de recursos (naturais e humanos), uma boa situação geográfica, economias de aglomeração e um reforço real dos poderes de decisão das colectividades territoriais (condição de concretização de virtualidades em potência)".

No que toca à opinião veiculada pelos empresários portugueses nas entrevistas ou artigos publicados na imprensa ou revistas da especialidade, coligem-se, para além de alguns dos factores já referidos, a disponibilidade, preço e rapidez das telecomunicações (AZEVEDO, 1992), o clima laboral, a atitude dos poderes locais e regionais, o parque habitacional e as condições naturais da região (HASSE FERREIRA, 1991).

1.3.2 - A "realidade" de outros países

Os resultados dos estudos que chegam de Espanha (AURIOLES e PAJUELO, 1988; CUADRADO ROURA e AURIOLES, 1990) insistem nalguns dos factores encontrados em Portugal. AURIOLES e PAJUELO (1988) salientam os factores de ordem pessoal (relações do empresário, naturalidade, conhecimento do mercado) e observam que um grande número de empresários não segue um processo de decisão racional. CUADRADO ROURA (1990) e CUADRADO ROURA e AURIOLES (1990) reforçam esta ideia, acrescentando os habituais factores de localização como a acessibilidade ao mercado e os incentivos e subsídios.

oficiais. Com maior detalhe, exploram as economias de localização (proximidade de matérias primas e tradição) e de urbanização (densidade da população e da malha industrial, instalações urbanas e serviços financeiros) que, segundo aqueles autores, merecem um grande interesse dos inquiridos.

AYDALOT (1985), reportando os resultados de um inquérito às empresas francesas criadas na década de 60, aponta a mão de obra disponível e desqualificada, o clima social e os custos salariais como factores decisivos na escolha da região para implantação da empresa. Em defesa destes factores apresenta, ainda, as conclusões de um estudo da autoria de STAFFORD, que reforça o peso dos custos salariais e da presença de mão de obra, e acrescenta os contactos pessoais e a produtividade do trabalho. Um aspecto curioso a salientar neste estudo relaciona-se com a "lógica geográfica das escolhas", isto é, consoante a escolha é nacional, regional ou local, assim varia o peso que se atribui aos diversos factores de localização.

Num estudo realizado por VANHOVE e KLAASSEN (1980, pp. 131/134) a 900 empresas instaladas na região de Flandres, aqueles analistas registam a ajuda financeira regional, o clima social e a ligação à empresa, o acesso ao mercado belga, a facilidade de contacto com fornecedores e clientes e as ligações rodoviárias como os factores que mais influenciaram os empresários na escolha daquela região.

Com base num modelo comportamental de localização, TIIHONEN e VIRTANEN (1991), submetem à consideração dos responsáveis das empresas situadas nas regiões orientais finlandesas 29 factores de localização. Com importância no processo de decisão detectam a disponibilidade de mão de obra, as infraestruturas (transportes, trânsito, telecomunicações e serviços às empresas), a residência da família, o ambiente social e os incentivos e subsídios. Encontram, ainda, diferenças

substanciais na escolha dos factores se tomam como referência a região ou o sector industrial.

Procedendo a uma recolha de alguns trabalhos executados por académicos, consultores e empresas de consultoria sobre o investimento realizado na França, KAHN (1993) apura que o factor trabalho, o ambiente económico geral, o acesso e a dimensão do mercado, a fiscalidade, os transportes e as respectivas infraestruturas, as telecomunicações, os custos de produção e de energia, os incentivos financeiros e a disponibilidade de terrenos industriais adequados se afiguram indispensáveis à localização da empresa industrial. No que respeita aos escritórios centrais das empresas, além de continuarem a privilegiar alguns dos elementos já mencionados, denotam preocupações com os custos operacionais e a qualidade de vida. Este último elemento, quando associado à presença de aeroporto e universidade, é relevante para a localização das empresas *high tech*.

Por referência a este tipo particular de empresa têm sido, aliás, desencadeados diversos estudos com o objectivo de conhecer os motivos subjacentes à sua concentração geográfica sob a forma de pólos tecnológicos. STÖHR (1986), DELAPLACE (1993) e MAYNARD (1993), com base na recensão de evidência empírica entretanto publicada sobre o tema, constataam que as características do mercado de trabalho e da mão de obra, o ambiente socio-cultural, o acesso a aeroporto e às telecomunicações, os serviços de consultoria e a presença de capital de risco se oferecem como elementos capazes de favorecer a fixação deste tipo de empresas.

Colocando-se numa posição de consultor, DRUCKER (1989) propõe como factores de atracção das empresas industriais as "excelentes comunicações", os "transportes decentes", a oferta de água, electricidade e esgotos, as infraestruturas adequadas (educação, saúde, habitação) e o

ambiente económico. Como factores de repulsão reconhece a intervenção governamental, os subsídios e a mão-de-obra desqualificada e barata.

1.3.3 - O compromisso possível entre a "realidade" e a teoria

No cômputo geral, a listagem dos factores de localização é extensa, o que não surpreende o investigador habituado à complexidade do processo de decisão, à natureza humana dos decisores e à diversidade dos factores presentes ou ausentes.

Tendo em consideração o grande número de factores de localização recenseados, resolveu-se agrupar alguns desses factores em torno de três grandes eixos. Num primeiro eixo englobam-se os factores de ordem pessoal. Nestes, estão a residência do proprietário da empresa e os seus laços familiares e conhecimentos pessoais (amigos, empresários, clientes, fornecedores, instituições), o meio envolvente (clima, tradição industrial, história) e a sua reputação (responsabilidade e visibilidade social).

O segundo eixo compreende os factores ligados ao funcionamento da empresa. Aqui surgem os custos (mão de obra, propriedade) e a qualidade dos factores [qualificação da mão de obra, disponibilidade de solos industriais, acessibilidade aos factores de produção (fornecedores de matérias primas e subsidiárias, empresas subcontratantes ou cooperantes, trabalhadores, etc.) e ao mercado (clientes), infraestruturas básicas (telecomunicações, equipamentos urbanos, educativos, sanitários, culturais e de lazer)] que são essenciais ao processo produtivo da empresa.

O terceiro inclui os factores que a empresa não domina, mas que interferem directa ou indirectamente na sua postura perante o mercado (concorrentes, instituições financeiras e seguradoras, empresas publicitárias e de estudos de mercado) ou a sociedade [sindicatos,

instituições públicas centrais e locais (concessão de incentivos e fiscalização da actividade), entre outras].

Como se observa pela exposição detalhada destes três eixos, alguns dos factores enunciados não têm sido convenientemente estudados pela teoria, ou foram rotulados de economias de aglomeração, localização ou urbanização. Esta discrepância pode ser justificada pela modificação da própria realidade que a teoria pretende explicar (repare-se que algumas das teorias datam do final do século passado ou de meados deste século) ou à falta de razoabilidade de alguns dos seus pressupostos que a tornam pouco credível junto dos decisores públicos e privados.

Por outro lado, também se pode argumentar que alguns dos factores são intrínsecos às regiões ou à personalidade do investidor e que portanto não podem ser generalizáveis; ou que, na maior parte das vezes, a teoria se deve debruçar sobre um número limitado de factores de localização, julgados críticos pelos investigadores, de modo a tornar viável a sua modelização.

O próximo capítulo discute a pertinência de alguns destes argumentos, confrontando a sua legitimidade com novos contributos de outras áreas de conhecimento, ao mesmo tempo que se desenham os contornos da "nova realidade" para que a teoria procura explicações.

CAPÍTULO 2

AVALIAÇÃO CRÍTICA DAS TEORIAS DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

No capítulo anterior apresentaram-se os principais desenvolvimentos teóricos relativos à localização das actividades económicas em geral e, em particular, das actividades industriais. No decurso dessa exposição, passaram-se em revista os principais paradigmas, ao mesmo tempo que se procurava actualizar o seu conteúdo por recurso aos desenvolvimentos e refinamentos teóricos mais significativos. Confrontou-se, mais tarde, os factores de localização apontados pela teoria com a evidência empírica recolhida em Portugal e noutros países, tendo-se notado coincidência em relação a alguns factores e divergência ou ausência em relação a outros.

Por outro lado, assiste-se nalguns casos a uma crescente complexização dos modelos de análise da localização da empresa industrial, o que do ponto de vista científico os torna aliciantes, mas irrelevantes do ponto de vista da sua utilização pelos dirigentes das empresas ou dos responsáveis políticos.

A verificação desta situação sugeriu a necessidade de conhecer em que medida os modelos teóricos usados na localização industrial continuam válidos nas explicações que fornecem sobre uma realidade em permanente evolução. Com a mesma intenção se procurou avaliar do interesse prático que oferecem esses modelos, por referência à rigidez e limites dos pressupostos que adoptam.

Para se conseguir atingir este desiderato o presente capítulo começa por traçar os contornos das mudanças estruturais que ocorreram nas últimas décadas no tecido socioeconómico mundial, com maiores implicações na localização das empresas. Depois, confronta alguns dos habituais pressupostos da teoria da localização com os contributos oriundos de outras áreas do conhecimento.

2.1 - A AMPLITUDE DA MUDANÇA

Nesta secção trata-se de reflectir sobre algumas das novas forças da mudança, quer sociais quer económicas, tentando avaliar o seu impacte no ordenamento das actividades industriais.

Como todas as teorias, também a da localização industrial é uma criação do homem e como todas as suas criações não dura eternamente, estando sujeita à passagem inexorável do tempo. Ou, como diria Francis Bacon, "aquele que não aplicar novos remédios deverá esperar novos males - pois o tempo é o maior inovador".

Nas últimas três décadas assistiu-se a profundas alterações tecnológicas, políticas, económicas e sociais que levaram alguns autores a prognosticar estar-se em presença de uma nova revolução industrial (TOFFLER, 1980; NAISBITT, 1984; RICHONIER, 1985; JENSEN, 1993; entre outros).

Na localização industrial os sinais destas mudanças são também visíveis, operando autênticas metamorfoses nos comportamentos de localização. Alguns factores de localização perderam relevo, como é o caso dos custos de transporte. Outros acresceram de importância à custa da globalização da economia e da internacionalização das actividades produtivas. Outros, ainda, surgem de novo por via da inovação tecnológica e das tecnologias da informação (telecomunicações e

informática) ou das ciências da gestão [*Just In Time (JIT)*, *Total Quality Management (TQM)*, *Marketing*].

2.1.1 - A localização e os novos meios e técnicas de transporte

Os custos de transporte e a energia desempenharam, desde sempre, um papel relevante na teoria da localização. No entanto, a sua importância veio a decrescer ao longo do tempo, quer por efeito da evolução verificada nos meios de transporte e na acessibilidade e custo da energia, quer pelo menor peso relativo das matérias primas e subsidiárias na composição dos produtos actuais.

Quanto ao primeiro aspecto, salienta-se a erosão da competitividade nos transportes terrestres (rodoviários e ferroviários) por confronto com os aéreos, que garantem uma maior rapidez, regularidade e previsibilidade das entregas. No caso da energia, a disponibilização generalizada de electricidade e gás natural no espaço geográfico, bem como o seu custo relativamente homogéneo flexibilizou, de forma considerável, as opções de localização das empresas.

No que se reporta ao segundo, constata-se que alguns dos produtos actuais são mais leves, sendo construídos a partir de matérias primas e subsidiárias como *nylon*, policloreto de vinilo (PVC), plástico, fibras ópticas, *chips*, memórias, transistores, microprocessadores, circuitos integrados, *software*.

Estes aspectos são tanto mais relevantes quanto as empresas estrangeiras funcionam como centros receptores de factores produtivos e emissores de mercadorias de mais diversa índole.

Complementarmente aos meios de transporte encontram-se novas infraestruturas de transporte (autoestradas e aeroportos, por exemplo) que, alargando os horizontes de localização das empresas, promovem o

aparecimento de zonas industriais na sua proximidade e favorecem a dispersão dos estabelecimentos à escala nacional. Estas infraestruturas servem de instrumento de mediação da empresa estrangeira com o sistema de produção e consumo internacional em que se encontra inserida.

A estes elementos tangíveis há que adicionar, ainda, a inovação ocorrida nas técnicas de acondicionamento das mercadorias (contentorização) e a gestão integrada dos vários meios de transporte num só percurso (transporte inter e multimodal), que aceleraram as operações de transbordo das mercadorias e desenvolveram os circuitos de troca internacional.

Também a organização e gestão dos fluxos de aprovisionamento e de distribuição da empresa, tornada mais eficiente pela aplicação de novas tecnologias de informação, assegurou o processamento automático das vendas e das encomendas internacionais, a facturação em tempo real, o controlo e a localização dos *stocks* e depósitos, a gestão da frota, a programação e determinação das rotas dos veículos e a análise tacográfica (PETERS, 1990, p. 209).

2.1.2 - A revolução informática e as novas técnicas de gestão

A revolução informática verificada no *hardware* (memórias e microprocessadores) permitiu a associação dos computadores às telecomunicações (telemática) e ao trabalho administrativo (burótica), cujo campo de aplicações à empresa se tornou quase infinito [EDI (*Electronic Data Interchange*), teleconferência, telecópia, etc.]. Estes desenvolvimentos tecnológicos aproximaram a empresa-mãe das suas filiais situadas nos diversos pontos do mundo, facilitando, ao mesmo tempo, a frequência dos contactos hierárquicos e a harmonização dos procedimentos de gestão e controlo.

Segundo uma entrevista concedida à *Harvard Business Review* por David Whitwam, responsável da multinacional *Whirlpool*, pode até ser ineficiente as pessoas estarem sentadas próximas uma das outras a trabalhar no mesmo projecto, sendo cada vez mais necessário constituir aquilo que designa por "equipas virtuais". A propósito destas equipas refere que o desenvolvimento do novo frigorífico ecológico *Whirlpool* teve a participação de equipas localizadas na Europa, Brasil e Estados Unidos (MARUCA, 1994, p. 145).

Quanto ao impacto destas novas tecnologias na localização das empresas o seu balanço permanece, todavia, controverso (COFFEY, 1990, p. 731). Uns, defendem que as novas tecnologias permitem uma descentralização das actividades produtivas e administrativas da empresa industrial. Outros, pelo contrário, argumentam que a maior flexibilidade locacional reverterá a favor da centralização das actividades num reduzido número de centros, que podem não coincidir com os lugares de concentração industrial tradicionais. Pese embora estes argumentos contraditórios, é de esperar que, dentro de certos limites, as novas tecnologias possam atenuar o peso de alguns factores de localização externos, e fazer emergir uma lógica interna de organização da empresa que permita a deslocalização de algumas das suas funções e a segmentação espacial das actividades (RALLET, 1994; CAPELLO, 1994).

Concomitantemente com os progressos do *hardware* surgiram inovações ao nível do *software* que consentiram as aplicações da informática à gestão da produção. Na origem de técnicas como o desenho assistido por computador (CAD - *Computer Aided Design*), e a fabricação assistida por computador (CAM - *Computer Aided Manufacturing*) ou a gestão integrada da produção por computador (CIM - *Computer Integrated Manufacturing*) está um "sistema de produção industrial que privilegia as séries curtas e mais diferenciadas, incorpora

uma maior inovação tecnológica e conduz a uma rotação mais rápida dos modelos e dos produtos lançados no mercado" (FISCHER, 1994, p. 42).

Estes desenvolvimentos promoveram a diminuição do ciclo de vida dos produtos e ampliaram o papel dos laboratórios de investigação e desenvolvimento na criação de novos produtos. Estes departamentos de pesquisa enquadram-se na estrutura organizacional das grandes empresas, em geral na sua sede, ou situam-se nos grandes centros, próximos das universidades e centros de investigação governamentais. Como a empresa estrangeira é frequentemente intensiva em tecnologia, é de esperar que os centros de investigação se situem no país de origem da empresa ou nos grandes centros urbanos do país hospedeiro.

Por outro lado, assiste-se actualmente à adaptação das técnicas de gestão japonesas (JIT, TQM, *Kanban*, *Taguchi*) ao processo produtivo das empresas ocidentais. Estas técnicas recomendam a transferência para fornecedores independentes e credenciados pelo construtor das fases de fabricação e pré-montagem dos componentes do produto. Estes componentes regressam mais tarde à empresa construtora para serem introduzidos nas operações de montagem do produto final. A essência desta lógica repousa na fiabilidade dos fornecedores pois é a estes que compete o fornecimento regular e rápido dos componentes em sintonia com os ritmos de produção do construtor principal.

A necessidade das empresas subcontratantes cumprirem o estipulado com a empresa estrangeira, e o interesse desta em conseguir uma rede potencial de empresas subcontratantes, vai ter implicações nas decisões de localização. Esta influência é recíproca, embora tenda a favorecer as empresas estrangeiras. De facto, quando a frequência dos fluxos de mercadorias é elevada, os responsáveis das empresas subcontratantes preferem as imediações de uma autoestrada que oferece

vantagens comparativas ou a proximidade à empresa estrangeira contratante.

2.1.3 - Intervenção regional e deslocalização

Os avanços nas técnicas de construção dos estabelecimentos industriais e a arquitectura interior da empresa, proporcionam uma maior mobilidade à empresa, facilitando a sua deslocalização. Por um lado, descobre-se uma modificação no uso dos materiais de construção (onde antes se utilizavam tijolos, hoje utiliza-se betão pré-esforçado, aço e ferro) e, conseqüentemente, no seu custo e rapidez de construção. Estas técnicas de construção tornam menos oneroso o processo de deslocalização da empresa. Por outro, a arquitectura dos edifícios industriais privilegia os espaços polivalentes e amplos (MÉRENNE-SCHOUMAKER, 1991, p. 23/24) que, favorecendo a venda para usos alternativos, reduz substancialmente os custos de deslocalização.

A deslocalização da empresa é ainda patrocinada pela intervenção das autoridades regionais, que cedo se aperceberam da importância da fixação de indústrias para o desenvolvimento económico da sua região. O sinal mais visível dessas preocupações está patente, num primeiro momento, na disponibilização de terrenos a preços simbólicos para a construção de indústrias e, num segundo momento, na construção de parques industriais convenientemente infra-estruturados.

No processo de concorrência inter-regional pela atracção das empresas mais interessantes vulgarizou-se a manipulação de instrumentos de política regional como a oferta de benefícios fiscais e de incentivos financeiros. Este esforço de atracção é depois acompanhado pela divulgação e promoção da imagem dos locais junto dos potenciais empreendedores locais, regionais, nacionais e estrangeiros. Com as

crescentes preocupações ambientais das populações, o poder político tende a orientar-se para a captação de indústrias "limpas", colocando fortes restrições à implantação de indústrias poluentes.

Em contrapartida, intensificaram-se os esforços de planeamento urbano e regional, definindo-se à partida as zonas reservadas a fins específicos, como parques industriais, habitação, equipamentos públicos ou espaços verdes. Estes planos directores funcionam como autênticas restrições à liberdade de localização da empresa, sendo comuns na maior parte dos países desenvolvidos.

2.1.4 - Fordismo versus especialização flexível

O modelo de produção fordista apostava na sincronia entre a produção e o consumo de massa, na estandardização da produção, na procura de economias de escala e de vantagens comparativas ligadas ao custo do trabalho. A viabilização deste modelo provocou um processo de concentração empresarial que foi acompanhado por uma deslocalização geográfica da produção e uma divisão internacional do trabalho por via da internacionalização da produção e do aparecimento da empresa multinacional.

O esgotamento do modelo fordista, defendido por BENKO e DUNFORD (1991), e a emergência de um novo modelo, adiantado por PIORE e SABEL (1984), que assenta no dinamismo da pequena e média empresa e na "especialização flexível", pode ter implicações ao nível do ordenamento espacial das empresas estrangeiras. Em primeiro lugar, porque o contributo da pequena e média empresa para o desenvolvimento regional permanecia de certo modo "esquecido". Depois, porque o comportamento de localização deste tipo particular de empresa se insere numa racionalidade distinta da grande empresa que, ao contrário desta,

contribuiria para a descentralização produtiva e a aproximação aos países e regiões de consumo (GIAOUTZI, NIJKAMP e STOREY, 1988; BAGNASCO e SABEL, 1994; SENGENBERGER, LOVEMAN e PIORE, 1990). Finalmente, porque o modelo de especialização flexível proposto apela a uma territorialização da empresa radicada na comunidade ou na estrutura social, onde para além de outras empresas (concorrentes ou cooperantes), a família e os sindicatos desempenham funções de relevo.

Com a emergência deste novo modelo de produção a actuação na economia das pequenas e médias empresas saíria valorizada, favorecendo a descentralização das indústrias e a sua localização nas regiões menos desenvolvidas.

2.1.5 - A importância crescente da empresa estrangeira

A liberalização do comércio mundial decorre a um ritmo acelerado, não só pelo alargamento da União Europeia e de acordos de comércio livre entre Estados Unidos e México (NAFTA), Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai (MERCOSUL), Austrália e Nova Zelândia, como também pela democratização dos países de leste e o seu envolvimento na Organização Mundial do Comércio.

Em consequência, os fluxos de mercadorias e serviços que os países e regiões trocam entre si e os investimentos internacionais directos que reciprocamente realizam, tornam estes actores partes interdependentes da economia mundial. Na sua maioria, as mercadorias transaccionadas actualmente no comércio internacional são produtos intermédios que se destinam a ser incorporados algures no espaço mundial. Esta segmentação internacional da produção é planeada, distribuída e executada segundo as vantagens de localização que os países apresentam. A empresa estrangeira

passa a ser presença habitual na paisagem económica internacional, sendo objecto de discussão, por exemplo, nos Estados Unidos (GLICKMAN e WOODWARD, 1989; REICH, 1991) e na França (HATEM e TORDJMAN, 1995).

O comércio internacional e a empresa multinacional extravasam, assim, o âmbito da economia internacional onde tinham sido criados, despontando, agora, como temas da economia regional onde, para além do papel que compete às autoridades públicas, se estuda o comportamento locativo da empresa estrangeira e as suas repercussões ao nível do emprego e do reforço do tecido industrial local.

Num artigo exploratório sobre a empresa multinacional e o desenvolvimento regional, YANNOPOULOS e DUNNING (1976) defendem um comportamento locacional *foot loose* para a empresa estrangeira, apoiando-se na consulta de alguma evidência empírica. Para estes autores, se é certo que os atributos da empresa estrangeira divergem dos encontrados na empresa doméstica, então é de consentir que as empresas estrangeiras se mostrem mais propensas a aceitar incentivos financeiros ou pressões de entidades públicas para optarem por regiões desfavorecidas. Mais tarde, DUNNING (1981) reforça esta ideia, avançando com mais estudos de caso.

Na defesa desta tese, O'FARRELL (1980) afirma que no caso irlandês os incentivos regionais contribuíram para a fixação de empresas de capital estrangeiro fora das áreas congestionadas. Por seu turno, BONIN e VERREAULT (1987) quando estudam o caso canadiano concluem que a empresa estrangeira, embora não tenha contribuído para a redução das disparidades regionais ao nível do emprego, se mostra mais apta a sediar-se em zonas periféricas. Quaisquer dos autores mencionados enfatizam, no entanto, a intervenção do poder político que, sob a forma

de incentivos ou de procedimentos especiais, pode favorecer a localização da empresa estrangeira em regiões desfavorecidas ou periféricas.

Num comentário ao artigo exploratório de YANNOPOULOS e DUNNING (1976), BLACKBOURN (1978) abre a polémica sobre o papel da empresa multinacional no desenvolvimento regional, questionando a sua propensão para se localizar nas regiões desfavorecidas. Na sua opinião, os estudos de campo disponíveis são ainda insuficientes para fundamentar a posição defendida. Para comprovar a sua afirmação observa as localizações das empresas estrangeiras no Canadá, Reino Unido, Estados Unidos, França, Bélgica e Holanda para sustentar que "na maioria dos casos as regiões centrais atraíram uma larga percentagem dos estabelecimentos com participação estrangeira (...) não parecendo que os incentivos regionais tenham desempenhado um papel relevante na atracção dessas empresas para locais fora das regiões centrais dos países de acolhimento" (BLACKBOURN, 1978, p. 125).

No mesmo sentido se pronunciou SEMPLE (1987) que, detendo-se na análise do caso canadiano, verifica uma maior concentração das empresas estrangeiras nas regiões mais desenvolvidas do país. Por seu turno, YOUNG, HOOD e HAMILL (1988), referindo-se ao impacte das empresas estrangeiras sobre as zonas desfavorecidas do Reino Unido, concluem que os instrumentos de política regional são necessários, mas não suficientes, para atrair estas empresas para as regiões deprimidas. Para estes autores as empresas estrangeiras preferem as zonas de forte concentração industrial porque minimizam os riscos da inserção num ambiente estranho.

Estando aberta a polémica em torno do papel da empresa estrangeira no desenvolvimento regional, interessa aprofundar o estudo do seu comportamento de localização no caso português, dando especial relevo ao papel dos incentivos ao investimento externo.

2.2 - A CONSISTÊNCIA INTERNA DA TEORIA

Outro dos desafios propostos neste capítulo consiste em confrontar os alicerces teóricos dos modelos de localização com as suas limitações, carreando novos contributos oriundos de áreas disciplinares diversas mas que se afiguram da maior relevância para a compreensão do fenómeno particular da localização industrial.

Os avanços teóricos acontecem frequentemente "à custa de hipóteses simplificadoras que tornem possível as abordagens da realidade complexa". E é na natureza dessas hipóteses que se têm "apoiado os detractores das construções teóricas para lhes minimizar o interesse" (SIMÕES LOPES, 1987, p. 172). No entanto, uma teoria não existe no vazio. A sua existência é suportada pelas respostas que consegue fornecer às questões que os investigadores lhe colocam. Quando as suas respostas deixam de ser credíveis a teoria rapidamente se torna obsoleta e depois inválida. Esta obsolescência é o produto da combinação de diversos factores que afectam a sua consistência interna e limitam o alcance da sua análise. Sem a veleidade de minimizar o interesse das teorias explicativas da localização industrial, empreende-se aqui uma discussão de alguns dos seus pressupostos.

2.2.1 - *Objecto de análise: que empresa?*

Considerar indistintamente como empresa uma unidade produtiva detida por um indivíduo ou uma sociedade anónima ou grupo empresarial pode conduzir a graves distorções do ponto de vista da análise da tomada de decisão sobre a localização. De facto, enquanto o empresário depende só de si na escolha do local para instalar a indústria, na sociedade ou grupo empresarial a decisão de localização é frequentemente o produto de

um processo complexo de formação da decisão onde interferem diversos factores e agentes.

Nos pontos seguintes pretende-se aduzir razões que justifiquem o tratamento autónomo dos dois sujeitos.

2.2.1.1 - A empresa "individual"

O único protagonista da empresa "individual" é o empresário que chama a si a propriedade e a direcção (controlo) da empresa. Na sociedade, existe uma clara distinção entre a propriedade (dispersa no mercado de capitais sob a forma de acções) e a direcção (desempenhada por gestores especialmente contratados para o efeito). Isto significa que enquanto o empresário tem uma responsabilidade ilimitada, assume todos os riscos e toma todas as decisões, na sociedade existe uma limitação de responsabilidade, uma diversificação dos riscos e uma repartição funcional dos poderes de decisão.

Por referência à sociedade, a empresa "individual" debate-se com problemas de financiamento (risco mais elevado), de crescimento (consequência das dificuldades de financiamento) e de dependência do fundador.

No que respeita à teoria da localização, para além de não se distinguirem frequentemente estas duas entidades, o empresário é meramente uma entidade abstracta, a quem o meio envolvente não afecta no seu comportamento locacional. Neste enquadramento, acredita-se que a escolha de uma localização é inteiramente o resultado de uma escolha individual sujeita a restrições, mas contudo livre. No entanto, se analisássemos os comportamentos de localização de algumas empresas podíamos chegar rapidamente à conclusão simplista de que muitos empresários são pouco racionais. Uma explicação mais frutuosa pode,

porém, ser conseguida se incluirmos na análise factores externos de índole social. Esta abordagem leva-nos a ter mais respeito pelo empresário nas suas contingências e imperfeições (HODGSON, 1988, p. 71).

Nos factores externos (sociais) que podem condicionar as decisões de localização do empresário incluem-se, entre outros, as ligações familiares ou de amizade, o conhecimento dos fornecedores, clientes e concorrentes, o apego à sua terra natal, o prestígio e a notoriedade social ou as relações com as instituições públicas e privadas.

2.2.1.2 - A empresa "colectiva"

Numa abordagem historicista da empresa americana, CHANDLER (1980, pp. 10/11) conclui pela existência de dois períodos distintos. O primeiro, caracterizado pela subsistência de "empresas pequenas detidas e geridas por um único proprietário" e que são "coordenadas e monitorizadas essencialmente pelos mecanismos de mercado e de preços". No segundo período, surge a "empresa moderna multiestabelecimento" que "opera em diferentes locais, muitas vezes desenvolvendo diferentes actividades económicas e produzindo ou vendendo várias linhas de bens e serviços". "As actividades destes estabelecimentos acabam por ser monitorizadas e coordenadas mais pelas decisões dos gestores assalariados do que pelos mecanismos de mercado". Como se observa, de uma época em que a propriedade e o controlo dependiam em exclusivo do empresário que também assumia o risco, situamo-nos agora numa época em que a propriedade é exclusivo de uns (nas sociedades anónimas, bastante difusa), enquanto o controlo é exercido por gestores profissionais contratados para o efeito. Uma organização com estas características foi intitulada "tecnoestrutura" por GALBRAITH (1985, p. 82).

Neste tipo de empresa as relações entre os proprietários do capital e os seus gestores é regulada por aquilo que JENSEN e MECKLING (1976, p. 308) designam por contrato de agência. Neste contrato uma ou mais pessoas (os detentores da propriedade) contratam outra pessoa (o gestor) para que realize determinado serviço em seu nome, o que implica certo grau de delegação de autoridade no gestor. Se ambos os contratantes são maximizadores da sua utilidade, existem boas razões para pensar que os gestores no uso dos poderes de delegação concedidos não actuarão sempre no melhor interesse dos proprietários. Esta divergência de interesses é resolvida pela incursão nos chamados custos de agência. Nestes custos incluem-se os gastos dos proprietários em controlar os gestores e em garantir a sua fidelidade, bem como uma perda residual ocasionada pela redução do seu bem estar.

Neste sentido, a decisão de escolha do local para instalação da empresa nem sempre será tomada no melhor interesse dos proprietários, podendo mesmo, na ausência de controlo, servir os interesses particulares dos gestores profissionais.

Noutro modelo explicativo da empresa moderna, NELSON e WINTER (1982) destacam o papel das rotinas na conservação e no processo de evolução da empresa. Estas rotinas são constituídas por um conjunto de padrões de comportamento regulares e predizíveis que geram um conhecimento tácito, isto é, um conhecimento que foi sendo interiorizado e transmitido pelos membros da empresa entre si no decurso da realização das suas tarefas na empresa. Estes "genes organizativos" constituem a "memória" da empresa que regula o comportamento organizativo e condiciona a capacidade de escolha, pois as decisões são fruto da rotina e em grande parte da utilização de novas combinações de rotinas já existentes. Deste modo, as decisões de localização da empresa surgiriam influenciadas pelas escolhas anteriores, quer no que se refere

aos locais de implantação, quer quanto ao processo de formação da decisão.

Numa perspectiva que valoriza o poder dos diferentes participantes no processo de decisão da empresa, PFEFFER e SALANCIK (1978, p. 148) consideram a empresa "uma coligação de interesses vários", em que os participantes possuem, frequentemente, "preferências e objectivos incompatíveis". Neste contexto, a eficiência das decisões da empresa não é aferida através da maximização do lucro, mas em função dos interesses que prevalecerem na decisão final. O processo de (des)localização da empresa deixaria de ser "economicamente racional" e tornar-se-ia "político", na medida em que as preferências dos diversos actores seria decisiva para a escolha do local (país e região) de implantação da empresa.

Outra forma de entender a empresa "colectiva" é veiculada por DUPUY e GILLY (1995) que propõem o estudo do conjunto de estabelecimentos (nacionais e estrangeiros) integrados nos grupos industriais. Segundo os autores, estes grupos compreendem uma organização jurídico-financeira, institucional e técnico-produtiva através da qual asseguram a produção e investigação e desenvolvimento (estabelecimento), a comercialização dos produtos (filial) e o controle e valorização do capital (empresa-mãe). Nesta forma de organização empresarial a lógica subjacente à localização do estabelecimento ou da filial articula-se de perto com a estratégia global do grupo.

Todas estas "visões" de empresa são de algum modo características de uma realidade observável, cheia de incertezas e limitações humanas mas reveladoras do mundo tal qual o conhecemos. A história da empresa, as suas rotinas e memória, a conflitualidade de interesses entre proprietários e gestores, a assimetria de poderes e a lógica de grupo,

remetem para algumas particularidades que o estudo da localização raramente contempla.

2.2.2 - A tentativa de modelização dos comportamentos de localização

SAMUELSON sustenta que os fenómenos sociais não se comportam como partículas de H₂O. Esta afirmação significa que frequentemente os economistas assimilam os fenómenos e processos económicos às leis da física, em prejuízo das suas dimensões humanas e sociais. Mesmo nas situações em que tal não se verifica, estas dimensões tendem a ser incluídas em modelos matemáticos, "tratando-se as pessoas como objectos inanimados e não como seres humanos pensantes, capazes de sentimentos e percepções". Estes modelos, tentam captar as estruturas causais e os mecanismos reprodutores dos fenómenos que analisam, "criando a ilusão de objectividade científica, o que obscurece um conjunto de assuntos que eram muito mais importantes do ponto de vista da sociedade" (BAILLY e COFFEY, 1994, p. 6).

Na realidade, um modelo é apenas uma ficção conveniente que, por recurso a pressupostos e percepções cognitivas, se acredita não duplicar com exactidão um problema real de decisão. No entanto, quando o modelo se concretiza e actua de acordo com as especificações credencia o autor a pronunciar-se sobre o fenómeno em observação.

Apesar da importância que alguns cientistas sociais atribuem aos modelos, a riqueza e complexidade do comportamento espacial dos indivíduos extravasa a configuração determinística dos axiomas, sendo imprescindível contemplar as "motivações individuais e sociais de modo a incrementar a compreensão da teoria da localização" (BAILLY e COFFEY, 1994, p. 6).

No caso do processo de formação da decisão de localização da empresa estrangeira reconhece-se a necessidade de uma maior interdisciplinaridade, sendo preciso conjugar, para além dos aspectos já tratados pela teoria tradicional da localização industrial, elementos intrínsecos à empresa estrangeira de natureza mais qualitativa. Por serem impossíveis de quantificar, os modelos tratam com dificuldade estes aspectos, recorrendo com frequência a variáveis *proxy* ou *dummy*.

No entanto, estas aproximações, por via de regra, são insatisfatórias quando se trata de investigar as motivações (individuais, de grupo e sociais), a tradição, o ambiente multinacional, o clima social ou a qualificação dos recursos humanos. Pese embora a sua dificuldade de medida, a inclusão destes factores de natureza económica e social torna-se cada vez mais decisiva na compreensão integrada do comportamento de localização das empresas em geral e, em especial, das empresas estrangeiras.

2.2.3 - Localização suficiente versus localização óptima

A racionalidade dos agentes envolvidos no processo de decisão e a maximização dos resultados são dois pressupostos adoptados pela teoria neo-clássica que são habitualmente utilizados na modelização dos comportamentos de localização. Estes modelos, formulados segundo algumas restrições, determinam a localização "ideal" da empresa. Nos pontos que se seguem são questionados aqueles pressupostos à luz de desenvolvimentos recentes, defendendo-se a localização suficiente.

2.2.3.1 - A racionalidade limitada

Subjacente ao enfoque neo-clássico está o *homo economicus*. Nesta caricatura, os agentes actuam racionalmente, o que implica a sua "orientação para um único e bem definido objectivo", o "conhecimento de todas as opções", um sistema de "preferências claro e constante" e uma "escolha final maximizadora do resultado" (ROBBINS, 1993, p. 150). Se isto é verdade, os agentes intervenientes no processo de decisão de localização estão imunes a erros, conseguindo, em todas as circunstâncias, agir racionalmente. Porém, segundo HODGSON (1988, p. 106), "num mundo altamente complexo, não conseguimos envolver-nos num *trade-off* completo e contínuo de escolhas, como no modelo neo-clássico. Mesmo que tivéssemos a informação relevante, não poderíamos efectuar um cálculo completamente racional dos prováveis resultados de todas as alternativas".

Um contributo que se julga importante para atenuar a hiper-racionalidade dos decisores é dado por SIMON (QUINET, 1994). Este autor designou por "racionalidade limitada" as restrições experimentadas pelos agentes na formulação e resolução de problemas complexos e no processamento (recolha, armazenamento, tratamento e transmissão) da informação. Muito embora o "homem económico" pretenda ser "intencionalmente racional, apenas o consegue ser limitadamente", defendia SIMON (1957, p. 198) a propósito das insuficiências que constatava no comportamento humano.

Como primeira limitação aponta a impossibilidade prática dos agentes dominarem todo o espectro de alternativas que se lhes oferecem devido à ocorrência de informação imperfeita ou incompleta. Neste sentido não é razoável supor que um decisor conheça todos os locais onde seja possível instalar a empresa e que, mesmo que os conheça, disponha

sobre todos eles de informação completa. Este constrangimento sai reforçado se aplicado à empresa estrangeira cujo leque de alternativas é quase ilimitado.

Outra das limitações reside na constatação de diferenças nos agentes quanto ao seu talento, memória ou inteligência, o que, em igualdade de condições, coloca o problema de todos eles serem capazes de decidir de forma óptima. Na escolha da localização este absurdo conduziria a outro de impossível resolução, isto é, à escolha por todos os decisores do mesmo local para implantação da empresa. Dada a natureza escassa do bem em questão, só um deles conseguiria ser racional.

Finalmente, verifica-se que as relações entre os agentes e o mundo que os rodeia é adquirido através da percepção. A percepção é um processo durante o qual os indivíduos organizam e interpretam as suas sensações de modo a poderem atribuir significado ao meio que os rodeia. A sensação é um mecanismo fisiológico através do qual os órgãos sensoriais registam e transmitem os estímulos externos, enquanto a interpretação permite organizar o material recolhido e dar-lhe um significado. Deste modo, a percepção é sempre relativa a um quadro de referências próprio que vem determinado pelas limitações dos agentes envolvidos. No caso da escolha locacional, o comportamento dos decisores é baseado na percepção que têm da realidade e não na própria realidade. Como defendem BAILLY e COFFEY (1994, p. 7), "a ciência regional não é uma ciência do espaço, mas uma ciência das representações mentais do espaço".

2.2.3.2 - A localização suficiente

A discussão da racionalidade dos agentes decisores coloca também em questão o pressuposto da maximização (HODGSON, 1988, pp. 73/97).

Aceites as limitações adiantadas acima, existe uma impossibilidade prática do agente maximizar a sua decisão. Se na raiz da teoria da localização está o comportamento humano dos agentes decisores, parece óbvio que as implicações da racionalidade limitada se afiguram decisivas para subalternizar a localização óptima (teórica) e aconselhar a localização suficiente (real). Deste ponto de vista, o problema fundamental da teoria da localização industrial seria encontrar a localização possível e não a localização ideal.

De facto, seria presunçoso não admitir a possibilidade do decisor revelar uma capacidade limitada para: efectuar o levantamento de todos os hipotéticos locais de instalação da empresa no mundo; identificar e graduar todos os factores potencialmente relevantes à sua decisão; confrontar todas as alternativas de localização possíveis com todos os factores de decisão; seleccionar o local que reunir a maior pontuação; e, no decurso do processo, manter-se isolado de todo o tipo de influências (família, amigos, concorrentes, fornecedores, clientes, etc.).

No caso da localização suficiente, é desencadeado um processo hierárquico de tomada de decisão onde o leque de localizações possíveis é do conhecimento do decisor e está limitado a um número reduzido de países e, dentro destes, a um número restrito de regiões. A decisão de localização da empresa estrangeira é então relacionada com os diferentes níveis de deliberação (internacional, regional), seleccionando-se o local que no decurso do processo de avaliação for considerado satisfatório e suficiente.

2.2.4 - Uma concepção mais alargada de espaço

Na teoria da localização o espaço começou por ser representado através da métrica euclidiana (espaço homogéneo), passando mais tarde,

face às críticas recebidas, a acolher outros tipos de métricas (circumradiais ou obli-lineares) que tentaram aproximar a realidade do espaço físico. Apesar desta evolução, o espaço manteve o seu carácter geográfico, isto é, um espaço de suporte onde se "localizam as diferentes actividades económicas e onde se medem com precisão as distâncias" (HENDRICKX, 1995, p. 25).

Esta ideia da neutralidade do espaço tem vindo a ser abandonada, surgindo agora novas noções que procuram contemplar, para além da dimensão física, a económica, organizacional e até cultural. RATTI (1995, p. 6) propõe o conceito de "espaço activo" como sendo o "fruto de um campo de forças onde o grau de 'output' depende da capacidade de produzir um composto de coesão, inovação e de comportamentos estratégicos num contexto sistémico-evolutivo". Neste sentido, o espaço activo seria caracterizado pelas relações que se estabelecem entre o espaço da empresa (produção e mercado) e o espaço geográfico (global e local).

Mantendo o interesse pela análise das relações da empresa com o seu espaço de referência, DELAPLACE (1995, p. 4) apelida de "horizonte espaço-relacional" a totalidade dos actores localizados com os quais a empresa mantém ou manteve uma relação de procura (clientes, concorrentes, etc.), produtiva (fornecedores, mercado de trabalho, etc.), institucional ou cultural (instituições políticas, consulares, centros de formação e de investigação, sindicatos, etc.).

Entre um espaço exclusivamente físico e as relações que emergem da interacção da empresa com o seu meio envolvente, CREVOISIER (1995, p. 5) utiliza o conceito de "território" para englobar a dimensão física do espaço, ao mesmo tempo que considera esse mesmo espaço um "instrumento de pensamento para explicar as interacções socioeconómicas".

A introdução de uma noção mais ampla de espaço na teoria da localização, que concilia o espaço físico com o espaço relacional, afigura-se pertinente, pois se é certo que existem factores de localização ligados ao espaço físico (disponibilidade de terrenos, por exemplo), não se pode esquecer que factores como a qualificação da mão de obra, a presença de universidades, as redes de transportes e de comunicações ou o acesso ao financiamento, resultam das "relações entre o espaço territorializado da sociedade e os espaços funcionais da empresa" (RATTI, 1995, p. 13).

2.2.5 - A importância da informação e os custos de transacção

No período que antecede a eleição de um local para implantação da empresa, o decisor necessita de conhecer as características dos locais potenciais para implantação da empresa estrangeira, pois só assim consegue minimizar o grau de incerteza da sua decisão (MARIOTTI e PISCITELLO, 1995, p. 817). O processo de tomada de decisão requer, por isso, a realização *ex ante* de estudos específicos com base em informação previamente seleccionada e elaborada mediante a aplicação de métodos e técnicas de análise pertinentes.

Este facto é frequentemente ignorado quando se trata de explicar a localização óptima das empresas. Se o decisor é racional há que considerar os custos da informação (recolha, tratamento e processamento) sobre todas as opções de localização disponíveis, pois só de posse de toda a informação seria possível decidir racionalmente e escolher o local óptimo de implantação da empresa no estrangeiro. Pelo contrário, a opção pela localização suficiente obriga apenas à recolha, tratamento e processamento da informação considerada relevante, o que reduz consideravelmente os custos, embora não os anule por completo. Em qualquer caso, a informação deve possuir objectividade, precisão,

verificabilidade e fiabilidade, devendo por isso ser previamente recolhida, armazenada e processada, antes de ser transmitida ao decisor final. Isto torna a informação um bem económico, dotado de utilidade, com um custo de apropriação intrínseco e gerador de um determinado proveito.

Associados aos custos da obtenção da informação estão os custos de transacção que foram inicialmente propostos por COASE (1937) para explicar a principal razão da criação da empresa. Num artigo publicado em 1937 na revista *Economica*, este prémio Nobel da economia adianta que é a redução do "custo associado à utilização do mecanismo de preços" e dos "custos de negociação e conclusão de um contrato separado para cada transacção que se realize no mercado" que justificam a existência da empresa por contraste com outras formas de organização (COASE, 1937, p. 390/391).

Estes custos da transferência de bens e serviços viriam mais tarde a ser aglutinados naquilo que WILLIAMSON (1975, 1985) designaria por "custos de transacção". Para a realização de uma transacção é necessário incorrer em dois tipos de custos: os de coordenação, que respeitam à realização da própria transacção (determinação do preço e de outros detalhes da transacção, identificação, localização e reunião de compradores e vendedores para negociar, etc.); os de motivação, que visam incentivar ou controlar o desenrolar normal da transacção e que envolvem informação incompleta, assimetrias de informação ou compromissos imperfeitos (MILGROM e ROBERTS, 1992, pp. 36/37).

A transacção, neste enquadramento, é a unidade básica de análise e a estrutura de governo destas transacções é fixada através de contratos, o que torna a empresa uma entidade negociadora de relações contratuais. As características dos activos transaccionados (especificidade, frequência e duração), a complexidade dos contratos celebrados e o ambiente de

incerteza em que decorrem as transacções, dão origem aos chamados custos de transacção.

O objectivo principal da empresa é então reduzir estes custos que serão mais elevados num ambiente de incerteza, de complexidade contratual e de especificidade e frequência dos activos transaccionados. Neste caso, a empresa enveredará pela realização destas transacções no seu interior e, no caso contrário, pela realização das transacções no mercado (WILLIAMSON, 1985, pp. 72/79). Como se terá oportunidade de observar no capítulo seguinte, esta teoria dá corpo a uma das principais explicações sobre as motivações do investimento directo estrangeiro.

No processo de localização da empresa os custos de transacção estão presentes quando o empresário desenvolve contactos para recolha de informação sobre as características específicas dos locais. Estes custos presumem-se mais significativos no caso da localização da empresa estrangeira (MARIOTTI e PISCITELLO, 1995, p. 816).

2.2.6 - A localização como um processo

No quadro das preocupações com os problemas da integração entre a teoria e a prática, alguns autores propuseram uma análise mais completa e detalhada do processo de escolha da localização. Um dos autores a seguir este percurso foi HAMILTON (SIMÕES LOPES, 1987, p. 212) que, para além de sugerir as etapas a que obedece o processo de localização, identifica possíveis actores e contempla factores de localização diversos.

Quanto aos actores separa-os em função do seu objectivo: a maximização do lucro para a empresa privada (individual ou colectiva); a minimização dos custos sociais e o planeamento para as empresas estatais.

No que se reporta ao processo de escolha da localização para a empresa privada, inclui, numa primeira etapa, factores como as considerações de ordem pessoal ou da empresa (agregação de interesses de ordem pessoal) para, na etapa posterior, atender às condições técnicas de produção e à sua escala económica.

Na etapa final, a acessibilidade às fontes de matérias primas, energia e outros factores de produção (peças, ferramentas, componentes), volume e qualidade da oferta de trabalho e mercados é traduzida em custos de transporte (de comercialização e de produção), para se encontrar uma série de localizações alternativas. Só então será tomada a decisão final e seleccionado o terreno para a instalação da empresa.

Partindo de uma estrutura analítica que valoriza a percepção da informação a partir da qual o empresário constroi a representação mental do espaço, LLOYD e DICKEN (1972) abordam as diversas etapas conducentes à escolha do terreno para instalar uma empresa nova ou relocalizar a já existente. Estas etapas vão desde a tomada de consciência do problema, a definição das especificações locacionais, a procura e avaliação da informação recolhida, até à decisão definitiva da escolha do local.

No processo de recolha e tratamento da informação interferem factores que limitam ou enviezam a decisão final do empresário que não se preocupará em encontrar a localização óptima mas, apenas e só, a suficiente. Estes factores respeitam à forma como o empresário percebe o meio que o rodeia e, em especial, os atributos locacionais a partir dos quais forma um mapa mental de potenciais localizações. Este mapa é construído com base na experiência pessoal do empresário ou em informações difundidas e absorvidas de modo passivo por este. O mapa é ainda preenchido com as informações provenientes do processo de

procura activa e sistemática de novas localizações que é desencadeado sempre que é necessário decidir sobre a escolha de uma localização.

Recolhidas estas informações, submetem-se a avaliação através de um "filtro" preliminar que visa seleccionar as regiões mais interessantes e rejeitar as menos atraentes para o empresário, de acordo com os seus critérios e o valor relativo que a eles atribui. Depois de escolhida a região aceitável, procurar-se-á aí a localização conveniente.

Mais recentemente, KOTLER, HAIDER e REIN (1993) sugerem um processo de localização que para além das etapas previstas nas estruturas analíticas anteriores contempla um comportamento posterior à localização da empresa. No caso da escolha ser satisfatória o local poderia ser recomendado a outros empresários, enquanto o sentimento de insatisfação com a decisão tomada poderá levar à realocação da empresa.

2.3 - RECOLOCAÇÃO DA PROBLEMÁTICA DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL

Questionados os aspectos mais marcantes da realidade socioeconómica em que as empresas actuam e avaliados alguns dos pressupostos teóricos que subjazem à teoria da localização industrial, procede-se, de seguida, ao reforço de algumas das críticas anteriormente formuladas. Para esse efeito, recorre-se aos pontos de vista mais acutilantes de autores consagrados que tiveram oportunidade de manifestar as suas reservas a algumas das suposições dos modelos de localização industrial. Por outro lado, acolhem-se as sugestões efectuadas, preconizando-se os ajustamentos adequados ao quadro conceptual da localização da empresa estrangeira, que irá ser apresentado no quarto capítulo.

2.3.1 - Um reforço a algumas das críticas formuladas

No final da "História da teoria económica do espaço", PONSARD (1983, pp. 100/112) relembra os paradigmas actualmente em confronto, chamando a atenção para a "perenidade dos anéis concêntricos de THÜNEN", a "generalização do problema de WEBER", a "lei de HOTELLING" e o "arquétipo dos lugares centrais de CHRISTALLER e LÖSCH".

A esta ortodoxia KRUGMAN (1992, p. 4) responde com alguma ironia, argumentando que, embora a "tradição intelectual da teoria da localização seja ampla e profunda, o que se ensina normalmente reduz-se a um conjunto exíguo de truques geométricos baseados no uso de triângulos e hexágonos", e de círculos, acrescentar-se-ia.

Entre estes dois extremos, alguns desafios se deparam à evolução da teoria da localização. Por um lado, é de acentuar a perda de relevância prática dos estudos realizados. Cada vez mais sofisticados, os modelos parecem mais vocacionados para a análise de questões intelectualmente estimulantes do que para a resposta a problemas concretos da realidade a explicar. Deste ponto de vista, algumas das investigações realizadas sobre a localização da empresa industrial serviram, antes de mais, os próprios investigadores, e só depois os destinatários das suas investigações (os responsáveis pela política regional ou os empresários, por exemplo).

Por outro lado, comprova-se que os ensinamentos retirados das principais evoluções teóricas registadas se enraizam num conhecimento comum que se alicerça num conjunto reduzido de factores explicativos, onde os custos de transporte, os custos de mão de obra ou as economias de aglomeração merecem um destaque particular. Mesmo na formalização dos modelos as divergências que se notam radicam na escolha da função de produção (coeficientes fixos, *Cobb-Douglas*, ou outras), no uso da

função objectivo da empresa (maximização do lucro no curto ou longo prazo, papel da incerteza) ou no grau de homogeneidade do espaço (euclidiano, não euclidiano).

No entanto, há que não esquecer que estes modelos são susceptíveis de serem utilizados quando se trata de resolver problemas atinentes, por exemplo, à escolha do local de instalação dos equipamentos públicos (hospitais, escolas, centros de distribuição de electricidade e água, estações de tratamento de resíduos sólidos, rede de esgotos, quartel de bombeiros, bocas de incêndio, etc.) ou de armazéns de aprovisionamento ou de expedição de mercadorias ou matérias primas. Neste caso, os modelos servem para determinar a localização óptima de equipamentos ou infraestruturas.

O processo de localização da empresa industrial é, porém, mais complexo do que a localização de um equipamento ou infraestrutura, pois o empresário como principal sujeito da análise não se assemelha a um *homo economicus*. Com efeito, como qualquer ser humano normal o empresário revela limitações, sendo susceptível de ser influenciado pelo meio que o envolve. Autores como ALONSO (1964, p. 362) e RICHARDSON (1978, pp. 51/55) já alertavam para a importância dos elementos de ordem social que rodeavam o empresário e para a necessidade de considerar a localização satisfatória por oposição à óptima.

Como houve ocasião de salientar no relato de alguns dos estudos de caso efectuado no capítulo anterior, o processo de decisão do responsável pela escolha do local de implantação da empresa está longe de ser "totalmente racional". Esta conclusão refuta as convicções dos defensores da localização óptima e aconselha prudência na modelização da localização industrial da empresa. De facto, os aperfeiçoamentos técnicos dos modelos de localização e a acuidade estatística dos resultados obtidos não significam um nível de explicação elevado. Além disso, os dados

estatísticos nem sempre estão disponíveis com a desagregação desejada, nem são frequentemente os mais apropriados aos objectivos do estudo. Este constrangimento torna-se mais evidente na ciência regional e, em particular, no nosso país onde a informação estatística regional é escassa.

Não espanta, por isso, que no final de uma resenha a alguns estudos produzidos nos Estados Unidos, França e Comunidade Europeia, AYDALOT (1985, p. 66) concluisse que era "fácil obter resultados econométricos claros qualquer que fosse a técnica escolhida ou os factores retidos". No seu entender, contudo, seria "preferível evitar a fácil realização de uma regressão convincente ou de uma análise factorial aparentemente conclusiva".

Depois de uma digressão pela evidência empírica produzida um pouco por todo o mundo, este desabafo é pertinente pois sugere alguma reflexão sobre os resultados obtidos. Acresce, ainda, que do ponto de vista prático, esses resultados pouco têm ajudado as autoridades públicas, mais interessadas em compreender como o empresário de facto decide do que em saber como ele deveria decidir.

2.3.2 - A integração das críticas no estudo da localização da empresa estrangeira

No estudo da empresa que se instala noutra país para aí desenvolver a sua actividade, afigura-se pertinente considerar a empresa como uma entidade colectiva, pois a sua projecção internacional frequentemente obriga a uma dispersão do capital e à contratação de profissionais de gestão, na maioria das vezes naturais do país de acolhimento.

A opção pela metodologia do inquérito directo aos empresários ou responsáveis da empresa estrangeira, pretende salvaguardar a localização suficiente em detrimento da localização ideal, isto é, que os factores de

localização encontrados sejam aqueles que de facto influenciaram a escolha do país e da região e não aqueles que se desejava tivessem interferido.

O espaço é considerado não só um suporte físico propício à instalação da empresa, como um palco onde se desenvolvem as relações entre pessoas, empresas e instituições situadas em países, regiões ou locais distintos.

Na abordagem relacional (*network approach*), que vai ser usada no estudo do processo de localização da empresa estrangeira, os contactos prévios, realizados na esfera social, empresarial ou institucional, entre os empresários ou investidores estrangeiros e os empresários (nacionais ou estrangeiros) residentes em Portugal, são centrais na fundamentação do comportamento de localização das empresas estrangeiras. No entanto, esta abordagem corresponde apenas à primeira etapa do processo, estando interligada com a etapa seguinte, onde os factores tradicionais de localização são ponderados.

Deste modo, o enfoque relacional entende a localização como um processo dual, onde num primeiro momento são desenvolvidos contactos que viabilizam o conhecimento sobre potenciais países e regiões para instalação da empresa e, num segundo momento, se avaliam os factores concretos de localização. Este processo obedece ainda a uma hierarquia geográfica, uma vez que se inicia com a escolha de um país entre um leque de países alternativos e, só depois, avança para a selecção de uma região particular.

Repare-se, também, que nesta abordagem a informação desempenha um papel importante na localização da empresa estrangeira, pois está na base do conhecimento dos países, regiões e locais possíveis de instalação da empresa. Os custos de transacção estão implícitos nos contactos sociais,

empresariais e institucionais desenvolvidos pelos empresários na procura da informação.

Antes de se passar à apresentação da estrutura teórica que vai servir de base ao estudo que se vai empreender, e já que o objectivo do estudo é a análise dos factores de localização da empresa estrangeira, interessa que no próximo capítulo se dê a conhecer as suas características fenomenológicas e se descreva o seu comportamento de localização.

CAPÍTULO 3

FACTORES DE LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA: TEORIA E EVIDÊNCIA EMPÍRICA

A expectativa mantida em aberto, num dos apartados do capítulo anterior, de que as empresas estrangeiras assumem comportamentos locacionais eventualmente diversos das detidas por capitais indígenas, cauciona o interesse dos cientistas regionais pelo fenómeno.

É certo que a empresa estrangeira possui algumas semelhanças com a empresa nacional que detém várias unidades de produção no próprio país. Como aquela, desfruta de activos em várias localidades que explora em combinação com recursos locais para produzir bens e serviços. À semelhança de algumas empresas nacionais usufrui de vantagens sobre os concorrentes. No entanto, se outros aspectos não houvesse que apontar, seria suficiente referir a localização do centro de decisão da empresa no estrangeiro para se encontrar a distinção básica. Na verdade, enquanto a empresa nacional reporta a um centro de decisão situado no país onde desenvolve a sua actividade económica principal, a empresa estrangeira está sujeita às obrigações impostas por um centro de decisão externo.

Nesta perspectiva, estas empresas tanto funcionariam como elementos desestruturadores das regiões agravando os desequilíbrios pré-existentes, como factores potenciadores do desenvolvimento integrado das regiões mais atrasadas. Em quaisquer dos casos a dissecação do seu comportamento de localização parece ser digna de figurar na agenda da investigação regional.

No contexto de uma pequena economia aberta ao exterior como é a portuguesa, o tema reveste-se de maior magnitude, em razão do impacte macroeconómico e regional esperado. De facto, após a adesão do país à Comunidade Europeia, a concretização do mercado interno em 1993 e a possibilidade de construção da União Económica e Monetária no limiar do próximo século, a atracção do investimento directo externo surge aos olhos dos actores políticos como um instrumento fundamental de política industrial e regional.

Para estudar as implicações da nacionalidade no comportamento de localização da empresa estrangeira empreende-se neste capítulo uma digressão sobre as principais teorias do investimento estrangeiro, que será secundada por estudos de campo que investigam a natureza dos atributos detidos pelas empresas que investem no exterior. No conjunto, este levantamento bibliográfico conduzir-nos-á à descoberta das idiossincrasias das empresas de nacionalidade estrangeira.

Os comportamentos de localização da empresa estrangeira no plano internacional e, em especial, no plano interno, merecem um estudo atento na segunda secção. Para se conseguir atingir esse desiderato procedeu-se a uma análise de estudos de caso, procurando reter-se os factores de localização que mais afectam a escolha do país e da região em que a empresa se instalou. Os factores arrolados são depois incorporados no questionário, sendo objecto de escrutínio no inquérito que se vai realizar junto dos responsáveis da empresa estrangeira.

3.1 - OS DETERMINANTES DO INVESTIMENTO DIRECTO EXTERNO

O estudo do processo de internacionalização das empresas regista um vasto leque de alternativas de decisão. Desde um grau mínimo de envolvimento nos mercados externos como é o caso das exportações, até

ao grau máximo como é o investimento directo estrangeiro (IDE), encontram-se opções intermédias como a franquia, a licença, ou as *joint ventures*. Contudo, só a decisão de investimento directo obriga a empresa a seleccionar um local, fora do seu país de origem, para instalação da unidade produtiva.

Deste modo, o comportamento de localização da empresa estrangeira aparece tratado nas teorias mais recentes sobre o investimento directo, uma vez que as explicações clássicas admitem a perfeita mobilidade dos factores dentro do país, e sugerem que os investimentos são atraídos para as regiões melhor dotadas. Nesta medida, seria de esperar que fossem essas regiões as mais procuradas quer pelos investidores nacionais quer pelos estrangeiros. Porém, nem sempre isto se passa em concreto, o que levou os investigadores a procurarem outras explicações mais realistas.

Os quadros analíticos mais recentes, provenientes da teoria da produção internacional incorporam alguns dos elementos da teoria da localização industrial. Assim, se por um lado, aperfeiçoam o estudo das vantagens competitivas e de internalização, no intuito de tentar perceber a racionalidade subjacente à decisão de investir directamente no exterior, por oposição a outras formas de envolvimento internacional. Por outro, não subestimam o exame dos factores locais que a empresa procura no estrangeiro para complementar as suas vantagens em relação às empresas indígenas.

A recensão teórica que agora se empreende começa por avançar com as motivações clássicas do investimento internacional, concentrando, depois, a nossa atenção nos factores explicativos actuais, como sejam, as vantagens empresariais, de internalização e de localização.

3.1.1 - As motivações clássicas do investidor estrangeiro

A explicação teórica clássica para os movimentos de capital entre os países tem a sua origem na teoria financeira e na teoria do comércio internacional.

Quanto à primeira, os movimentos de capital estrangeiro entre os países seriam justificados por resposta às diferenças de taxas de juro. Nesta medida, a relativa abundância de capital num país e o concomitante reflexo que tem na baixa da taxa de juro, induzirá os investidores de um país a procurarem no exterior melhor remuneração para as suas aplicações. Os movimentos de capitais permanecerão até que o mercado volte a estabilizar e as diferenças de taxa de juro entre os países sejam de tal modo mínimas que não encorajem as transacções internacionais.

Esta teoria sustenta em grande parte os movimentos de capital de curto prazo, onde o montante da remuneração do capital é importante. Deste modo, consegue explicar os movimentos de IDE até finais dos anos cinquenta e alguns tipos de investimento actual, designadamente, "os fluxos tradicionais de investimento dos EUA para a América do Sul, os investimentos do Reino Unido para a África e o investimento americano e britânico para a Ásia e região do Pacífico" (FERREIRA, 1984, p. 12). No entanto, é incapaz de justificar a "coexistência simultânea de entradas e saídas de IDE no mesmo país; a existência de fluxos de IDE nas duas direcções entre países; o envolvimento das empresas transformadoras e financeiras nas operações de investimento; a concentração clara de IDE em certas indústrias" (FERREIRA, 1984, p. 11).

No que se reporta à teoria do comércio internacional, os seguidores do modelo de HECKSHER e OHLIN, advogam que os movimentos internacionais de capital visam aproveitar as diferenças na dotação em factores dos países, designadamente, os recursos naturais e os custos da

mão de obra. Para os neo-ricardianos, esses movimentos destinar-se-iam a explorar as imperfeições do mercado, das quais destacam as economias de escala, a inovação ou a diferenciação dos produtos. Estas situações seriam capazes de ocasionar rendas temporárias de monopólio ou oligopólio, susceptíveis de apropriação completa por via da produção no estrangeiro.

Estas explicações, embora úteis, cedo se revelaram insuficientes e parcelares para o fenómeno em análise, surgindo a partir da década de sessenta um conjunto de autores que basearam o estudo do IDE num quadro teórico autónomo.

3.1.2 - As explicações actuais do investimento directo

A ruptura com o pensamento tradicional ocorreu em 1960 quando HYMER (1976) defendeu que o investimento directo externo é fruto das imperfeições do mercado. Estas imperfeições resultam da posse de activos (tecnologia ou conhecimento) que, quando devidamente patenteados, gozam do estatuto de bem público conferindo à empresa vantagens de monopólio ou de oligopólio. A possibilidade de explorar estas vantagens nos mercados externos mais do que compensaria as desvantagens e riscos experimentados pela empresa quando investe num país desconhecido.

Outra via de explicação mais centrada no processo de internacionalização da empresa americana foi modelizada por VERNON (1966, 1971) naquilo que apelidou de ciclo de vida do produto. Neste modelo, a empresa começa por se localizar nos Estados Unidos em resposta às preferências e alto nível de rendimento dos consumidores locais, à disponibilidade relativa de factores produtivos e à inelasticidade da procura. Como o produto se encontra na fase de lançamento a proximidade ao mercado doméstico viabiliza a troca de informações com os consumidores e o seu desenvolvimento técnico progressivo.

Quando o produto se aproxima da fase de maturidade, a produção começa a ser exportada para os países da Europa Ocidental, embora a possibilidade de investimento directo não seja de excluir, particularmente, quando a incidência dos custos de transporte ou de mão de obra no custo final do produto se revelam significativos.

Na fase correspondente à estandardização do produto a empresa perde as vantagens inicialmente detidas e aposta fortemente na redução dos custos de produção, o que implica a procura de localizações em países menos desenvolvidos onde os custos comparativamente mais baixos de mão de obra compensam a perda na diferenciação do produto.

VERNON (1979) reconhece, mais tarde, que o modelo perde alguma relevância à medida que o ciclo de vida do produto se reduz e que outros países se aproximam das condições do mercado americano. Para além desta autocrítica, foram apontadas outras limitações, das quais se destaca a inaplicabilidade do modelo quando os ciclos de vida do produto são atípicos (aparecimento precoce da fase de maturidade) [MELIN, 1992, p. 103].

Inspirados no pensamento de VERNON, surgem novas propostas que defendem ser o investimento externo a última etapa num processo incremental de conhecimento dos mercados externos, obtenção de recursos (financeiros, humanos, logísticos) e de redução da incerteza (JOHANSON e WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON e VAHLNE, 1977).

Como se verifica, o contributo mais relevante destas abordagens situa-se na explicação do modo de entrada da empresa nos mercados externos e não na identificação dos factores que orientam a empresa para certos países (ANDERSEN, 1993; LEONIDOU e KATSIKEAS, 1996). Retem-se, contudo, a linha de argumentação aduzida por VERNON,

segundo a qual os custos da mão de obra seriam um factor determinante na escolha dos países para investir.

Retomando a via de explicação de HYMER, que sustenta serem as vantagens de propriedade da empresa multinacional a fonte das imperfeições do mercado, CAVES (1982) preconiza que mesmo os activos impossíveis de patentear podem estar na origem da vantagem empresarial. A esta vantagem, BUCKLEY e CASSON (1976) acrescentam as de internalização e localização, enquanto DUNNING (1981) na sua teoria eclética propõe, em 1977, uma estrutura que acolhe as vantagens de propriedade da empresa e as de internalização, reforçando o papel das vantagens de localização na explicação do investimento externo.

3.1.2.1 - O enfoque da organização industrial

As vantagens de carácter monopolista ou oligopolista que levam a empresa a investir no estrangeiro foram objecto de estudo por diversos investigadores que lhes foram acrescentando elementos distintivos particulares. Estas contribuições permitiram refinar e alargar o alcance daquelas vantagens, que conferem à empresa que as detenha superioridade face à concorrência.

Num estudo aprofundado das vantagens da empresa que investe directamente no exterior, CAVES (1982) defende que essas vantagens não se circunscrevem à propriedade de tecnologia, assumindo formas tão diversas como a tecnologia de processo ou de produto, o conhecimento tácito dos funcionários ou o *marketing*. No seu entender, a posse destes activos tangíveis e intangíveis apresenta-se como uma condição indispensável para que a empresa enverede pelo investimento directo no exterior. Esse investimento assumiria um carácter horizontal, se a

intenção da empresa fosse explorar imperfeições de concorrência ou ultrapassar problemas de transferência de activos intangíveis; seria vertical, se correspondesse à exploração de recursos naturais ou de custos salariais (CAVES, 1982, p. 4).

Nas indústrias à escala mundial, PORTER (1986) sustenta que a vantagem competitiva da empresa radica na diferenciação do produto ou na sua produção a mais baixos custos. No primeiro caso, essa vantagem é conseguida pelo desenvolvimento de um produto ou de um serviço que é percebido pelo consumidor como único. No segundo, a obtenção de economias de escala e de experiência, a redução de custos e a localização apropriada das actividades, seriam suficientes para garantir uma vantagem de custos.

Por seu turno, GRANT (1991) designa por vantagem competitiva da empresa aquela que resulta não só da exploração dos seus recursos tangíveis (activos físicos e financeiros) e intangíveis (aptidões humanas, tecnologia, reputação), mas também das suas capacidades. No que se refere aos activos intangíveis da empresa, HALL (1992) propõe uma divisão entre activos e capacidades: os primeiros incluem, entre outros, as marcas registadas (*trade marks*), patentes, direitos de autor (*copyright*), contratos, segredos comerciais, reputação e redes (*networks*); as segundas englobam, entre outras, o conhecimento de empregados, fornecedores, distribuidores e a cultura organizacional. Os activos intangíveis alicerçam-se, por isso, não só no sistema de protecção legal, mas sobretudo na existência de informação complexa, específica e de difícil transmissão e reprodução seja por indivíduos, grupos ou pela própria empresa.

Quanto às capacidades, estas supõem complexos padrões de interacção que implicam uma aprendizagem por repetição, concretizando-se numa série de rotinas organizativas dispostas de forma hierárquica. A

aprendizagem colectiva desenvolvida no seio da empresa exemplifica uma das suas capacidades (PRAHALAD e HAMEL, 1990).

Como se observa, aquilo que confere vantagem competitiva à empresa que investe no exterior são os seus activos e capacidades: alguns, repousam em informação codificada susceptível de materializar-se em textos, fórmulas, planos, protótipos, diagramas ou programas informáticos; outros, pelo contrário, incorporam informação não codificada e conhecimentos tácitos, o que os torna mais difíceis de identificar e de reproduzir; outros, ainda, só combinados podem ser úteis, supondo, por isso, complexos padrões de interrelação entre eles, revelando, ao mesmo tempo, o desenvolvimento das capacidades específicas da empresa.

A natureza destas vantagens empresariais implica que a exploração das imperfeições do mercado se alicerçe em activos ou recursos (tangíveis e intangíveis) que só por via do IDE podem ser convenientemente exploradas nos mercados externos. Deste modo, as rendas de monopólio auferidas constituem as contrapartidas do poder de mercado detido pela empresa.

Neste contexto, a empresa envolver-se-ia em produção no exterior quando: i) fosse detentora de vantagens de propriedade devidamente protegidas; ii) quando a imperfeita mobilidade dos seus activos ocasionasse problemas de transferência de propriedade por via contratual adequada; iii) quando a natureza da vantagem fosse de tal modo idiossincrática, co-especializada ou tácita, que a sua exploração só pudesse ser realizada no seio da empresa que a possui.

Apesar desta explicação geral para o IDE, verifica-se que o sistema contratual (licença ou franquia) ou a exportação são opções igualmente aceitáveis para a empresa. Mesmo as duas últimas condições, embora não permitam a recusa do sistema contratual por impossibilidade prática,

validam a opção da exportação. Por aqui se demonstra que a detenção de uma vantagem competitiva não é, só por si, condição necessária e suficiente para que a empresa invista directamente no exterior.

3.1.2.2 - A teoria da internalização

O problema da internalização das actividades da empresa como modo eficiente de afectação de recursos foi discutido, em primeira instância, por COASE (1937) e, mais tarde, aprofundado por WILLIAMSON (1975, 1985). A transposição para a análise da internacionalização da empresa ficou a dever-se a BUCKLEY e CASSON (1976). Segundo estes autores, a empresa enveredaria pelo investimento directo quando ocorresse a conjugação de quatro factores: "(i) factores específicos da indústria, relacionados com a natureza do produto e a estrutura externa do mercado, (ii) factores específicos da região relacionados com as características geográficas e sociais das regiões ligadas pelo mercado, (iii) factores específicos do país, relacionados com as relações fiscais e políticas entre os países interessados, e (iv) factores específicos da empresa que reflectem a capacidade da gestão para organizar um mercado interno" (BUCKLEY e CASSON, 1976, pp. 33/34).

Num artigo posterior, BUCKLEY (1988) alerta para a necessidade de discriminar a teoria de abordagens alternativas, aplicando-a a mercados específicos de modo a que se possam efectuar testes empíricos mais conclusivos. O mesmo autor (BUCKLEY, 1990) defende, ainda, que a natureza da empresa multinacional foi afectada por alterações económicas, sociais e políticas que devem ser integradas na sua estrutura analítica de forma coerente. Por isso, reconhece alguma debilidade no tratamento dos determinantes da localização da empresa estrangeira.

Nessa medida, sugere três desenvolvimentos que no seu entender se afigurariam cruciais para a integração do factor locacional na teoria: uma renovada atenção às características culturais dos países; o estudo do papel dos governos na arena internacional; a análise da rivalidade estratégica entre as empresas multinacionais (BUCKLEY, 1993, p. 735).

Centrado no processo de internalização por via da economia dos custos de transacção, TEECE (1986, p. 27) conclui que a empresa multinacional e o investimento directo estrangeiro, representam uma resposta aos altos custos de transacção das empresas que possuem activos ou capacidades únicas e que os exploram em unidades produtivas localizadas nos mercados externos.

Por outras palavras, a empresa pode envolver-se nos mercados externos se detiver uma ou mais vantagens competitivas sobre a generalidade das outras empresas. Neste caso, a empresa optará pela exportação na ausência de custos de transacção no mercado internacional de bens finais (custos de transporte significativos, barreiras pautais e não pautais ao comércio, riscos de câmbio, etc.). Se os custos de transacção são significativos, os mercados externos podem ser abastecidos pela produção local, através da transferência internacional dos activos associados a uma vantagem competitiva. Caso as vantagens competitivas da empresa sejam corporizáveis em activos materiais e/ou convertíveis num título de registo (marca ou patente), que garante a sua titularidade à firma inovadora, então os direitos de propriedade sobre aqueles activos materiais ou imateriais podem ser transacionados no mercado, através da via contratual entre empresas independentes (acordos de licença) [GUERRA, 1992; 1993].

Como se verifica, a escola da internalização considera as vantagens competitivas ou de propriedade como intrínsecas à empresa que investe no exterior. No entanto, vai mais além ao combinar aquele requisito

(necessário mas não suficiente) com a economia dos custos de transacção e as vantagens de localização que, segundo os seus defensores, determinará a opção pelo investimento directo estrangeiro, ao invés da exportação ou um qualquer sistema contratual.

3.1.2.3 - A teoria eclética

Numa tentativa de consolidar as explicações sobre o envolvimento internacional da empresa, DUNNING (1981, p. 79) conceptualiza uma estrutura de análise que procura integrar num quadro teórico autónomo algumas das explicações fornecidas anteriormente. Deste modo, faz corresponder as vantagens da empresa àquilo que designa por "vantagens de posse líquidas em relação às empresas de outras nacionalidades que servem os mesmos mercados". Estas vantagens de posse geralmente adoptam a forma de fruição de activos intangíveis, que são, pelo menos durante um certo período de tempo, exclusivos ou específicos das empresas que os detêm.

As vantagens de internalização são a consagração dos benefícios resultantes do uso próprio das vantagens detidas pela empresa, em vez da sua venda ou licenciamento a empresas estrangeiras. Isto é, as empresas internalizam as suas vantagens através da extensão das suas próprias actividades, em vez de as externalizar recorrendo ao licenciamento e contratos similares com empresas independentes.

Finalmente, autonomiza as vantagens de localização que, no seu entender, resultam da exploração de factores de produção (incluindo recursos naturais) fora do seu país de origem em condições mais vantajosas. Estas vantagens de localização são aprofundadas mais tarde por PORTER, que translada a ideia de vantagem competitiva da empresa (PORTER, 1980; 1986) para as nações (PORTER, 1990). Nos atributos

que considera essenciais para que um país possa ser competitivo na arena internacional estão: as condições dos factores (terra, trabalho, capital, infraestruturas, recursos naturais e conhecimentos científicos); as condições de procura (presença de clientes locais exigentes e sofisticados); as indústrias relacionadas e de suporte (fornecedores locais especializados e competitivos); e uma estratégia, estrutura e rivalidade empresarial, que pressione a inovação e encorage o investimento (PORTER, 1994, p. 50).

Dando-se conta de alterações tecnológicas (avanços nas telecomunicações), políticas (abertura à economia de mercado na Europa do Leste e na China) e económicas (recuperação do Japão e emergência de novos países industrializados), DUNNING (1995) actualiza o conteúdo das suas propostas.

Por um lado, alarga o conceito de vantagem competitiva ou de propriedade aos custos e benefícios decorrentes das relações interempresariais e, especialmente, das alianças estratégicas e das "networks". Por outro, nas vantagens de localização atribui maior peso: à imbricação territorial de activos imóveis interdependentes em áreas geográficas particulares; à necessidade crescente da integração espacial das rápidas e complexas alterações das actividades económicas; às condições que favorecem a competitividade interempresarial e reforçam as alianças; ao papel e influência das autoridades nacionais e regionais na dimensão e estrutura de centros de excelência localizados. Finalmente, acomoda nas vantagens de internalização as alianças externas realizadas pelas empresas multinacionais (DUNNING, 1995, p. 473).

Respondendo a algumas críticas sobre a excessiva generalização do quadro teórico e as dificuldades do teste empírico, DUNNING (1988, p. 24) sustenta a sua adequação não só à análise da racionalidade económica da produção internacional, como também aos mais variados aspectos relacionados com a actividade das empresas multinacionais,

designadamente ao estudo dos determinantes da localização das empresas nos mercados externos.

Em síntese, para a teoria eclética são condições imprescindíveis para que uma empresa se envolva em IDE, a detenção de vantagens de posse (ownership advantages), de vantagens de internalização (internalisation advantages) e de vantagens de localização (location advantages).

A primeira destas vantagens resulta da natureza dos activos envolvidos que fornecem à empresa uma vantagem competitiva sustentável nos mercados externos, mas que acarretam problemas de transferência de propriedade. Estes problemas traduzem custos de transacção susceptíveis de economia se internalizados pela empresa. A estas duas vantagens está associada a oportunidade de implantação da empresa num país ou região de baixo custo. Por isso, a exploração simultânea destas vantagens, é mais frequente em empresas, indústrias e países que reünam certas características específicas.

3.2 - A NATUREZA DA EMPRESA ESTRANGEIRA

A importância actual da empresa estrangeira na economia internacional é um facto indesmentível, sendo-lhe atribuída a maior quota parte de responsabilidade na internacionalização da actividade produtiva e na globalização da economia (CHESNAIS, 1994; DELAPIERRE e MILELLI, 1995; HATEM e TORDJMAN, 1995).

GOLD (1993), baseado no relatório de 1993 elaborado pelo programa de estudo das empresas transnacionais das Nações Unidas, refere que nos princípios dos anos 90 existiam cerca de 37.000 empresas transnacionais espalhadas por todo o mundo com ligações a perto de 170.000 filiais.

Ainda segundo o mesmo relatório, este número é o resultado de um aumento progressivo, a partir de 1982, da instalação recíproca destas empresas nas regiões da tríade (Estados Unidos, Europa e Japão) e, no início dos anos 90, na Ásia, América Latina e Caraíbas. Em contrapartida, verificou-se um declínio nos países menos desenvolvidos que, segundo os relatores, ficar-se-ia a dever, em parte, à recessão experimentada nas regiões da tríade e à desaceleração do seu crescimento económico.

Verificada a importância e origem diversa da empresa estrangeira, justifica-se plenamente um inventário das suas características mais marcantes [dimensão, intensidade em publicidade, investigação e desenvolvimento (I&D), capital e trabalho], onde se inclui uma análise da sua orientação sectorial, quer do ponto de vista dos países investidores, quer do ponto de vista dos países receptores.

3.2.1 - A dimensão

As empresas que se envolvem em investimento directo externo são frequentemente de elevada dimensão, seja esta característica medida pelo volume de vendas, activo total, valor acrescentado ou número de pessoas ao serviço. De facto, a dimensão da empresa parece ser um factor desencadeador do investimento externo, pois esta estratégia de internacionalização está associada, entre outros factores, à capacidade de concorrência em mercados concentrados ou oligopolistas ou à posse de activos (tangíveis e intangíveis). A evidência empírica reunida nos países investidores sobre a relação entre a dimensão da empresa e o investimento externo sugere umnexo causal positivo. No entanto, esta relação é mais ambígua nos países acolhedores do investimento ou nos países sem

tradição multinacional, onde se encontraram alguns estudos que refutam aquela hipótese.

No que se refere às empresas americanas, WOLF (1977) sublinha a dimensão da empresa, concluindo que este atributo a torna mais vocacionada para a diversificação geográficas das suas actividades, enquanto VERNON (1971, p. 9) sustenta que "tendem a ser maiores" e HORST (1972, p. 261) nota que "a única influência com algum significado é a dimensão da empresa". No mesmo sentido se pronuncia GRUBAUGH (1987) que confirma os resultados obtidos por HORST em 1972, com dados de 1982.

Sem negarem a importância da dimensão nas empresas italianas que investem no exterior, ONIDA e VIESTI (1988) registam um número assinalável de pequenas e médias empresas (menos de 500 pessoas ao serviço), embora seja um escasso número de grupos estatais e privados, de maior envergadura, que detenham cerca de 50% do número das filiais no exterior e representem 90% do volume das vendas e do emprego.

SAVARY (1981) depois de estudar as multinacionais francesas conclui que a sua dimensão relativa e a estrutura do mercado onde actuam (monopolista ou oligopolista) influenciam o grau de envolvimento nos mercados externos.

Uma síntese dos resultados de vários estudos econométricos sobre o papel da dimensão da empresa no investimento externo indicia uma causalidade positiva, na perspectiva do país emissor (UNCTC, 1992, p. 11), enquanto que, do ponto de vista do país acolhedor, os testes estatísticos realizados são pouco robustos para sustentarem aquela relação de causalidade (UNCTC, 1992, p. 19).

3.2.2 - A intensidade dos gastos em publicidade e investigação e desenvolvimento

Se uma das condições para que a empresa enverede por investimento externo é a posse de activos, então é de esperar que se encontre suporte empírico para a relação positiva entre o investimento externo e os gastos em investigação e desenvolvimento (vantagem tecnológica) ou gastos publicitários (vantagem de *marketing*). Estas relações foram testadas empiricamente por vários investigadores (BUCKLEY e CASSON, 1976; DUNNING, 1981; HORSTMANN e MARKUSEN, 1989; YU, 1990; DENEKAMP, 1995) que obtiveram um sinal positivo. No estudo das empresas americanas, VERNON (1971, p. 10) defende que são "mais intensas em publicidade, investigação e desenvolvimento", o que só é corroborado por WOLF (1977) em relação à intensidade tecnológica. Para BONIN (1987), a intensidade tecnológica não é exclusivo das empresas americanas, sendo possível encontrar também esta característica nas empresas suecas e alemãs. Todavia, já se revela prudente quando discute a intensidade tecnológica das empresas japonesas e britânicas. O mesmo sucede com as empresas italianas, onde ONIDA e VIESTI (1988) não se apercebem das suas vantagens tecnológicas.

O grau relativamente superior de investigação e desenvolvimento e os orçamentos publicitários elevados forçam a empresa a recorrer a centros de investigação ou a agências de publicidade. A necessidade de estabelecer contactos regulares com estes centros e agências pode ser motivo suficiente para determinar a escolha de um local próximo dos grandes centros urbanos. Este facto justifica-se, na maioria das vezes, por uma preferência deliberada por agências publicitárias internacionais ou por parceiros institucionais de I&D com sede na capital do país.

3.2.3 - *Intensidade em capital e trabalho*

A empresa que investe no exterior transfere para a sua nova unidade produtiva avançadas tecnologias que correspondem a vultuosos investimentos em capital. Por outro lado, como já houve oportunidade de referir, os custos salariais, são uma das componentes das vantagens de localização que as empresas procuram nos países onde se instalam.

Mantendo presente a revisão de trabalhos econométricos publicado pelo Centro das Nações Unidas para o Estudo das Empresas Multinacionais (UNCTC, 1992), confirma-se a importância dos custos salariais e, indirectamente, o carácter trabalho intensivo das actividades desenvolvidas pelas empresas estrangeiras (BUCKLEY e CASSON, 1976). Quanto à intensidade em capital, a questão é menos pacífica uma vez que a evidência empírica disponível é contraditória (UNCTC, 1992, p. 20). No entanto, afigura-se possível determinar se os sectores mais penetrados pelo investimento externo pertencem ou não a indústrias capital intensivas. O apartado seguinte visa precisamente esclarecer a orientação sectorial da empresa estrangeira.

A verificar-se que a empresa estrangeira se orienta para actividades intensivas em mão de obra ou que, pelo contrário, a sua aposta é nas indústrias capital intensivas, espera-se que, no primeiro caso, prefira regiões onde a mão de obra seja abundante, qualificada e de baixo custo, e que, no segundo caso, se torne mais vulnerável a incentivos financeiros oferecidos pelas entidades públicas do país hospedeiro.

3.2.4 - A orientação sectorial diferenciada da empresa estrangeira

A análise da orientação sectorial da empresa estrangeira tem em vista, como foi referido no apartado anterior, o esclarecimento de algumas das características da empresa estrangeira. Deste modo, a intensidade em despesas de publicidade ou I&D, a intensidade em trabalho ou capital, podem ser apreendidas, ainda que indirectamente, através do conhecimento antecipado das particularidades de cada indústria.

3.2.4.1 - A perspectiva das empresas investidoras

A actividade multinacional, após a segunda guerra mundial, foi dominada por investimentos no sector extractivo e transformador, se bem que os serviços começassem a despontar nesta altura. As empresas americanas dominaram os investimentos no sector transformador, com especial destaque para as indústrias química, maquinaria eléctrica e não eléctrica, instrumentação, borracha e equipamento de transporte (HOOD e YOUNG, 1979, p. 36).

Quanto ao investimento directo japonês na indústria transformadora, BALASUBRAMANYAM e GREENAWAY (1992) afirmam que, na Comunidade Europeia, este ocorreu na fabricação de maquinaria eléctrica, material de transporte, produtos químicos e maquinaria diversa. Numa abordagem do mesmo fenómeno, mas abarcando também os Estados Unidos, DUNNING (1993, p. 142) defende que, na década de 80, o investimento directo japonês se tem dirigido para a indústria automóvel, a maquinaria eléctrica e a electrónica.

Na Europa, ONIDA e VIESTI (1988) adiantam que os sectores mais atraentes para as empresas italianas que produzem no exterior são as

indústrias automóvel e de componentes, e a dos artigos de borracha e plástico. No que se refere às empresas suecas, estas preferem, na opinião de HÖRNELL e VAHLNE (1986), os sectores dos produtos eléctricos e electrónicos, artigos de metal, maquinaria e material de transporte.

Algumas constatações, aparentemente contraditórias, emergem desta inventariação pelos sectores mais penetrados pelo investimento estrangeiro. Em primeiro lugar, a divergência que se encontra nos sectores escolhidos em função do país de acolhimento, o que leva a supor algum poder discricionário por parte dos empresários que seleccionam os sectores e/ou países onde desejam investir. Por outro lado, a repetição de alguns sectores da indústria transformadora em quase todos os países referidos alvitra a existência de características específicas nestes sectores que os tornam mais propensos à actividade multinacional.

3.2.4.2 - A perspectiva dos países acolhedores

No Instituto de Investimento Estrangeiro (SIMÕES, 1982 e 1983; SIMÕES e CRISTOVÃO, 1982) e num estudo posterior de FERREIRA (1984) foi investigada a distribuição sectorial do investimento directo estrangeiro em Portugal. Estes estudos revelaram uma forte concentração estrangeira nas indústrias do papel e artes gráficas; metalúrgicas de base; material eléctrico, instrumentação e material de transporte; metais não ferrosos; borracha; fabricação de outros produtos químicos e nos derivados do petróleo bruto e do carvão.

Passando agora a relatar experiências ocorridas noutros países, constata-se alguma identidade quanto às opções sectoriais realizadas. Assim, no caso irlandês, e tendo por base um estudo conduzido por STANTON (1979), os sectores onde têm predominado as empresas multinacionais são os da electrónica, mecânica, metalurgia, vestuário,

têxteis, alimentação e farmacêutica. Na Itália, ONIDA e VIESTI (1988) referem as indústrias do equipamento eléctrico, mecânica, electrónica e telecomunicações, equipamento de escritório, processamento de dados e farmacêutica, como as mais penetradas pelo investimento externo.

Baseados na teoria da internalização, BUCKLEY e CASSON (1985) sugerem que as indústrias britânicas susceptíveis de serem dominadas por empresas multinacionais se inscreveriam nos subsectores da informática, farmacêutica, equipamento de remoção de terras e maquinaria eléctrica pesada. No Reino Unido, YOUNG, HOOD e HAMILL (1988, p. 72) detectam uma incidência maior de investimento estrangeiro na indústria eléctrica, química, mecânica e de instrumentação.

Um estudo desenvolvido por CARRIÈRE (1994) apresenta dados estatísticos que permitem traçar algumas tendências sectoriais para o período 1988/1991 na Europa do Sul na indústria transformadora. Na França, as indústrias de fabricação de material de transporte, alimentação, bebidas e tabaco, papel, impressão e edição foram as mais beneficiadas com investimento externo, enquanto em Espanha sobressai a indústria automóvel, química e metalúrgica e na Grécia, para além da alimentação bebidas e tabaco, surge a indústria química. Num estudo mais aprofundado do caso espanhol, LOPEZ-LOPEZ e MARQUEZ (1989) concluem que os sectores industriais preferidos pelo capital estrangeiro são os de forte conteúdo tecnológico e participação nas exportações, que laboram com tecnologias frequentemente importadas, pouco intensivas em trabalho e com custos salariais relativamente elevados.

Em quaisquer dos sectores industriais adiantados se podem observar a intensidade em capital ou trabalho, o domínio de tecnologias ou de técnicas de *marketing*. No entanto, estas associações precisam de ser testadas caso a caso, pois como se teve oportunidade de observar, a

origem e o destino do investimento são susceptíveis de condicionarem a natureza da actividade industrial a instalar.

3.2.5 - Outras características

Características intrínsecas à empresa estrangeira, embora menos notadas pelos autores, foram avançadas por HOOD e YOUNG (1979, p. 30), que defendem ser a participação maioritária uma característica da empresa americana. De acordo com a justificação que apresentam, a maioria do capital social da empresa teria por objectivo assegurar o controlo do processo de decisão e garantir a propriedade da tecnologia.

Quanto ao comportamento da empresa estrangeira presente em França, SAVARY (1981, p. 136) regista uma maior rentabilidade destas empresas, o mesmo sucedendo com as empresas francesas que produzem no exterior.

Por seu turno, CAVES (1971) constata que o IDE ocorre essencialmente nas indústrias caracterizadas por certas estruturas de mercado, nomeadamente as oligopolistas com diferenciação acentuada de produtos, onde prevalecem as empresas que efectuam investimentos horizontais; ou oligopolistas sem diferenciação de produtos que realizam investimentos verticais. No entender de HOOD e YOUNG (1979, p. 35) a empresa multinacional americana é em geral "horizontalmente diversificada", enquanto as japonesas e britânicas seriam "verticalmente diversificadas".

3.2.6 - As características da empresa estrangeira presente em Portugal

Algumas das características presentes nas empresas que investem em Portugal são reveladas, ainda que de forma indirecta, nos estudos do Instituto de Investimento Estrangeiro (SIMÕES, 1982 e 1983; SIMÕES e CRISTOVÃO, 1982). De um modo geral as empresas estrangeiras são de maior dimensão que as nacionais, possuindo uma extensa diferenciação de produtos, um orçamento publicitário elevado e um serviço de distribuição e após venda significativo. Outras empresas exploram recursos naturais ou limitam-se à montagem de produtos, situando-se, normalmente, a montante ou a jusante de processos produtivos intensivos em capital.

Num estudo posterior, FERREIRA (1984) confirma as características já apuradas, concluindo que o investimento estrangeiro orientado para o mercado interno se mostra interessado nos sectores intensivos em *marketing*, em investigação e desenvolvimento e com um grau de concentração industrial significativo. Quanto ao investimento *export-oriented* salienta, para além da intensidade em investigação e publicidade, o carácter multinacional dos sectores.

3.3 - OS FACTORES DE LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

Os motivos da escolha de um país ou região para localizar uma unidade económica, seja ela de capitais nacionais ou estrangeiros, tem sido fonte de múltiplos trabalhos que, ora optaram pelo recurso ao lançamento de inquéritos aos empresários ou outros agentes especialmente bem colocados do ponto de vista da tomada de decisão sobre o local de implantação da empresa (consultores, por exemplo), ora ensaiaram testar (pela via estatística ou econométrica) um conjunto de factores adiantados

pela teoria como sendo relevantes do ponto de vista da localização da empresa industrial.

Na digressão pela literatura que a seguir se empreende tratam-se exclusivamente os estudos de caso que abordam a problemática da localização da empresa estrangeira. Deste modo, exclui-se o estudo dos factores que desencadearam a internacionalização da empresa, ao mesmo tempo que se privilegia, no exame das investigações produzidas, quer o nível "inter-nacional", quer o nível "intra-nacional".

3.3.1 - Os factores de localização "inter-nacional"

Neste apartado atende-se, sobretudo, aos factores críticos de escolha do país. Sem ser este o objectivo principal da dissertação, julga-se útil prosseguir esta via constatadas que foram as suas implicações e interdependências no processo de decisão.

3.3.1.1 - A investigação baseada nos inquéritos aos empresários

No esforço de recenseamento dos principais factores de localização das empresas estrangeiras merecem destaque dois trabalhos patrocinados por organizações internacionais. O primeiro, da responsabilidade do Centro das Nações Unidas para o Estudo das Empresas Multinacionais (UNCTC, 1992), procede a uma vasta recensão de estudos baseados quer em técnicas econométricas quer em inquéritos e entrevistas aos responsáveis pela localização da empresa. O outro, financiado pela Comissão Europeia (CEC, 1993), privilegia o ponto de vista dos empresários estrangeiros ou dos responsáveis pela decisão de localização.

No que se reporta ao opúsculo das Nações Unidas, os factores arrolados são o mercado (dimensão e crescimento), as restrições ao

comércio, os custos salariais e de transporte, os incentivos e a estabilidade política, embora a nacionalidade da empresa (americana, japonesa ou europeia) e o país de acolhimento, interfiram na graduação da importância relativa dos factores.

Quanto à publicação da Comunidade Europeia sobre os factores de localização das empresas estrangeiras, distinguem-se duas partes distintas: uma, relativa à inventariação dos factores com base em trabalhos já divulgados, vai dos anos sessenta até finais dos anos oitenta; a outra é dedicada à apresentação dos resultados de um estudo de campo realizado no Benelux e em vários países europeus (Alemanha, França, Itália, Reino Unido, Espanha e Irlanda) pela empresa de consultoria Ernst & Young.

Na primeira parte, os factores mais em foco nos estudos conduzidos, nos finais dos anos setenta, pela empresa de consultoria McKinsey e por BUCK (CEC, 1993, p. 45) são a dimensão e perspectivas de crescimento do mercado, o custo, qualidade e disponibilidade da mão de obra, a posição geográfica do país, as infraestruturas, os benefícios fiscais e o poder e atitude dos sindicatos. DUNNING e NORMAN (CEC, 1993, p. 45), para além dos requisitos da mão de obra, identificam a facilidade e qualidade dos transportes aéreos e das comunicações, a que acrescentam as condições de vida (habitação, educação e cuidados de saúde) para os expatriados. Na segunda metade dos anos oitenta os mesmos autores (CEC, 1993, p. 93) continuam a identificar o mercado (dimensão e natureza) como o mais importante factor de localização das empresas estrangeiras, a que se seguem, segundo BUCK, os factores relacionados com a posição geográfica do país e as infraestruturas e, segundo a McKinsey, o nível de tributação e a disponibilidade e custo da mão de obra qualificada.

Do estudo de campo levado a cabo pela Ernst & Young (CEC, 1993, pp. 73/92), que abarca diversos tipos de empresas (escritórios centrais,

unidades de produção, distribuição e investigação e desenvolvimento) e sectores (indústria e serviços), retêm-se os factores correspondentes às empresas industriais de produção e distribuição. No que diz respeito a estes dois últimos tipos de empresas, a proximidade ao mercado, os atributos da mão de obra (qualidade) e a aptidão linguística (inglês, em particular) são apontados como os factores mais importantes. No caso das unidades produtivas a diversidade de factores é mais notória, salientando-se, para além dos já referidos, a assistência financeira estatal, os custos salariais e as infraestruturas de transporte.

Numa transcrição de algumas conclusões de um inquérito promovido pela Comissão Europeia em 1989, um documento de trabalho do Parlamento Europeu (EUROPEAN PARLIAMENT, 1992) refere que os gestores europeus e estrangeiros, de entre 37 factores passíveis de afectar a escolha do país, elegeram o custo do crédito, as taxas de impostos, a oferta de mão de obra qualificada, os custos salariais indirectos (encargos com a segurança social, por exemplo), o grau de desregulação do mercado de trabalho e a taxa de crescimento económico. Mais recentes são as conclusões de um inquérito, incluídas numa publicação da Comissão Europeia (CCE, 1996, p. 83), onde se realçam a importância da proximidade ao mercado, da qualidade e disponibilidade de mão de obra, de infraestruturas adequadas (transportes, telecomunicações, etc.), da qualidade de vida e factores pessoais, da afinidade cultural e das políticas de incentivo.

Na sequência destes resultados, é apresentada uma lista de obstáculos que, no entender da instituição comunitária, seria pertinente eliminar. A limitação de acesso ao capital de risco, a poluição do ambiente, a escassez de equipamentos culturais e de lazer, a inadequação dos procedimentos e incentivos públicos, a corrupção e falta de transparência da administração, as dificuldades de formação e educação, a instabilidade

social (greves) e os custos e carência de habitação são alguns dos problemas que os países deveriam resolver para se tornarem mais atractivos para os empresários europeus e estrangeiros.

Por seu turno, um inquérito desenvolvido pelo "Centro Francês de Investigação Económica e de Gestão" (VANHOVE e KLAASSEN, 1980, p. 132) revela que os factores mais relevantes para a localização de 40 empresas estrangeiras nos países do noroeste europeu foram o sistema fiscal, a eficiência da administração, as condições de crédito e os incentivos públicos.

No Reino Unido (BUCKLEY, BERKOVA e NEWBOULD, 1983), a análise dos factores de localização mencionados por responsáveis de pequenas empresas europeias permite concluir que a inserção num meio industrial, as infraestruturas de transporte (rodoviárias e aeroporto), a disponibilidade de mão de obra qualificada, os incentivos e a proximidade aos clientes foram os factores que desempenharam o papel principal nas decisões de localização dos detentores das filiais de produção, enquanto os que possuem subsidiárias de distribuição valorizam mais a dimensão do mercado.

Continuando no investimento acolhido pelo Reino Unido, BACHTLER e CLEMENT (1990) procuram averiguar os efeitos do mercado interno nas decisões de localização de trinta empresas multinacionais provenientes dos Estados Unidos, Alemanha, Japão e Holanda e pertencentes aos sectores da química, automóveis, electrónica e serviços financeiros. As ilacções que retiram do inquérito apontam para a importância de factores de localização como o crescimento económico, a língua inglesa, o grau de desenvolvimento do sistema educativo, a estabilidade das relações laborais, a atitude favorável à presença de estrangeiros, os subsídios governamentais, os custos salariais e a disponibilidade de qualificações profissionais.

Ainda no mesmo país, mas agora considerando as pequenas empresas inglesas como investidoras no estrangeiro, BUCKLEY, NEWBOULD e THURWELL (1988) mais uma vez confirmam a importância do mercado, a que se somam os custos de transporte, os obstáculos pautais e a necessidade de adaptação aos mercados externos.

Com base em inquéritos a empresas italianas com filiais no exterior e na análise de um largo número de estudos de caso, ONIDA e VIESTI (1988) adiantam alguns dos factores que, no seu entender, explicam a instalação das empresas italianas na América Latina, Europa e Estados Unidos. As afinidades culturais e linguísticas, o passado de emigração, a dimensão do mercado e as expectativas de crescimento económico justificariam os movimentos de investimento para a América Latina. Na Europa esses movimentos ficar-se-iam a dever à proximidade cultural e geográfica, à dimensão do mercado, à oportunidade de aquisição de empresas e ao controlo dos canais de distribuição. As barreiras proteccionistas e o grau de inovação do mercado seriam os factores que atrairiam as empresas italianas para os Estados Unidos.

Numa digressão por alguns estudos de caso realizados nos Estados Unidos, entre os anos 60 e princípios dos anos 70, DUNNING (1973, pp. 294/298) refere que os empresários americanos instalam as suas empresas nos países onde os governos mantêm atitudes favoráveis ao investimento estrangeiro, a dimensão do mercado é significativa ou pode aumentar rapidamente, existe estabilidade política, o proteccionismo é elevado e a fiscalidade baixa. Fazendo uso do mesmo expediente, ARPAN, FLOWERS e RICKS (1981, pp. 140/141) apresentam os factores que os investidores estrangeiros mais apreciam quando seleccionam os Estados Unidos. Entre os mais citados surgem a dimensão do mercado, a estabilidade política, o desenvolvimento das técnicas de gestão e *marketing*, a qualificação e eficiência da mão de obra, o dinamismo do

mercado de capitais, a capacidade de I&D, a receptividade dos americanos a novas ideias e produtos, a oferta relativamente extensa de recursos naturais e o desejo de obter um rápido acesso à tecnologia americana.

Numa síntese de um estudo produzido pela JETRO (Japan External Trade Organization) sobre os determinantes do investimento japonês no exterior, BESCHORNER e MUELLER (1993, p. 315) sublinham a dimensão do mercado, a disponibilidade e qualidade da mão de obra e as infraestruturas em geral. A experiência anterior nos países e os laços pessoais estreitos entre os empresários japoneses e os seus congéneres estrangeiros são também considerados factores decisivos. Salientam, depois, que os motivos variam de acordo com a orientação do investimento pois, enquanto os serviços financeiros seriam atraídos pelas grandes praças europeias, as *trading* valorizariam os grandes mercados.

Mais abrangente, SUZUKI (1994) identifica os principais factores de localização das empresas japonesas na Ásia (Sul e Leste), América do Norte e Europa. Os custos salariais e os incentivos (predominantes nos países asiáticos), o mercado (em qualquer das áreas geográficas), a recolha de informação e a superação das barreiras comerciais (nos continentes americano e europeu) foram os factores mais citados pelos responsáveis japoneses.

Antes de se abordar o caso português, afigura-se pertinente considerar os resultados de um estudo realizado na Hungria que, em conjunto com os restantes países do leste europeu, se perfila como potencial concorrente de Portugal em termos da captação de investimento externo. De acordo com SZANYI (1994), os investidores estrangeiros consideram a estabilidade política e económica um pré-requisito, sem o qual todos os outros factores deixam de fazer sentido. Mesmo assim adiantam como factores de atracção a dimensão do mercado, a localização geográfica do país e a qualidade da mão de obra, enquanto alertam para a

deficiente informação aos investidores, as dificuldades na criação das empresas e a burocracia estatal.

No caso português, SÁ MARQUES (1995) analisou a localização das empresas estrangeiras instaladas na área metropolitana do Porto, tendo concluído que a inserção no mercado português, o acesso ao mercado europeu, o custo e disponibilidade de mão de obra, a tradição industrial, os apoios ao investimento e a proximidade de Espanha foram os principais factores de localização mencionados pelos entrevistados.

Na perspectiva de um empresário alemão instalado em Portugal (KEMPER, 1985), o factor mais penalizador para o investidor externo seria o sistema fiscal português, enquanto os custos salariais relativamente mais baixos serviriam de alavanca para o investimento.

3.3.1.2 - A investigação baseada nos modelos econométricos

Um estudo a que já se fez referência no apartado anterior (UNCTC, 1992) classifica a investigação econométrica realizada nos últimos anos sobre os determinantes do investimento directo estrangeiro em cinco grandes grupos: os dois primeiros, privilegiam o ponto de vista do país investidor e do país receptor; o terceiro analisa o comportamento de localização das empresas orientadas para a exportação ou montagem final de produtos; o seguinte, faz uso de séries temporais para encontrar os factores de localização que mais se destacaram durante um certo período de tempo; o último, considera a dimensão dos mercados externos à disposição da empresa estrangeira, analisando os factores que determinam a escolha do investimento directo como meio de penetração nesses mercados, ao invés da exportação. Para os objectivos do presente trabalho, decidiu-se prestar maior atenção às investigações que incidem sobre a análise dos factores de localização nos países de acolhimento.

Os resultados obtidos nos diversos países, em períodos de tempo diferenciados e por recurso a técnicas econométricas distintas (análise de regressão simples, *logit* e *tobit*), apesar das contradições encontradas, permitem descortinar um conjunto de factores de localização que claramente sobressaem dos restantes. Estão neste caso as características e dimensão do mercado (excepção para as filiais de exportação ou montagem), os custos salariais e o grau de protecção tarifária do país.

No sentido de encontrar as características dos países da OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico) que maior atracção exercem sobre o investidor internacional, VEUGELERS (1991) identifica a dimensão e proximidade do mercado hospedeiro como factores críticos, enquanto os custos e os incentivos ao investimentos surgem pouco valorizados. Em relação aos países da OCDE que investiram na Hungria e China, WANG e SWAIN (1995) apontam a dimensão do mercado e a estabilidade política. No caso húngaro, acrescentam a sua taxa de desconto e a média do crescimento económico dos países investidores, enquanto no caso chinês salientam os custos baixos da mão de obra, o custo de capital e as taxas de câmbio mais favoráveis.

Obedecendo à mesma metodologia, foram ainda testados os determinantes do investimento directo alemão (MOORE, 1993) e coreano (JEON, 1992) no exterior. Quanto ao primeiro, a dimensão do mercado receptor do investimento, a contiguidade geográfica com a Alemanha e as diferenças salariais foram os factores mais significativos. No que se refere ao investidor coreano, o uso do modelo *tobit* permitiu destacar as barreiras não tarifárias nos países desenvolvidos e os custos mais baixos da mão de obra nos países em desenvolvimento.

Analisando os fluxos bilaterais de IDE entre países industrializados (Estados Unidos, Alemanha, França, Reino Unido, Holanda e Bélgica) nos anos de 1969 a 1982, para todos os sectores da economia, CULEM (1988)

detecta como factores determinantes do investimento o crescimento e a dimensão do mercado, os custos da mão de obra (absolutos e relativos), a protecção tarifária e a experiência prévia de exportação. No caso do investimento directo americano na Europa, a protecção tarifária revelou-se significativa, enquanto o oposto acontecia com a dimensão do mercado. O custo da mão de obra não se ofereceu relevante para explicação dos fluxos intra-comunitários de investimento externo.

Passando agora para a análise dos determinantes da localização do investimento japonês na Europa, YAMAWAKI (1991), adianta que os factores mais procurados são os reduzidos custos salariais, a grande capacidade de I&D e a elevada dimensão do mercado. Esta conclusão supõe que as decisões de localização do investimento japonês na Europa dependam das vantagens comparativas oferecidas pelos países receptores de investimento. No caso da instalação das empresas japonesas nos Estados Unidos, só as economias de escala e as barreiras tarifárias atingem significado estatístico no modelo *logit* binomial, ficando "excluídos" os custos de transporte e de produção e a presença de consumidores (HENNART e PARK, 1994).

Por seu turno, SOLOCHA, SOSKIN e KASOFF (1990) estudam os fluxos de investimento directo canadiano para a indústria transformadora americana. A partir da construção de um modelo *logit*, adiantam que são os factores específicos da empresa (intensidade tecnológica), os custos de transacção (tarifas aduaneiras, dimensão do investimento, custos de escolha do local) e as características do país de origem do investimento (taxa de crescimento industrial, rácio de concentração industrial) que explicam a preferência dos investidores canadianos pelas regiões fronteiriças americanas. Fazendo uso da mesma técnica econométrica, ALZONA e RONDI (1993) concluem que os custos mais baixos da mão de obra, a dimensão do mercado e a intensidade das relações comerciais

com as empresas italianas, foram os factores determinantes da sua localização na Comunidade Europeia.

No estudo dos novos investimentos externos realizados na bacia das Caraíbas, no período 84/87, WOODWARD e ROLFE (1993) recorrem a um modelo *logit* condicional. Das variáveis testadas que apresentam significância estatística, o PIB *per capita*, as desvalorizações da taxa de câmbio, a duração das isenções fiscais, a dimensão das áreas de comércio livre, a estabilidade política e a concentração industrial evidenciam uma associação positiva com o investimento externo orientado para a exportação, enquanto se passa o contrário com os custos salariais, a taxa de inflação, os custos de transporte e as restrições à repatriação dos lucros.

O investimento directo das empresas transformadoras americanas em sete países é estudado por DUNNING (1981, p. 59). No estudo econométrico efectuado detecta como factores estatisticamente significativos a dimensão do mercado, a produtividade, os custos salariais e a abundância de mão de obra qualificada. Numa revisão da literatura empírica publicada até ao final da década de 70 sobre os determinantes do investimento externo americano, HOOD e YOUNG (1979, pp. 80/81) confirmam os determinantes já enunciados, acrescentando as tarifas aduaneiras e o grau de concentração industrial. Mais recentemente, YU (1990) apura que a dimensão do mercado e, algo estranhamente, o custo mais elevado da mão de obra são os factores mais significativos nas decisões de localização das empresas multinacionais americanas.

O único estudo sistemático de que se tem conhecimento sobre os determinantes estruturais da localização do investimento estrangeiro em Portugal foi desenvolvido por FERREIRA (1984), antes da adesão do país às Comunidades Europeias. Por recurso a modelos de regressão múltipla procurou encontrar os factores que atraíram o investimento estrangeiro

para a indústria transformadora nacional. O poder de compra é o determinante mais importante, embora também o conhecimento e a dimensão do mercado, as barreiras quantitativas, a proximidade cultural e o nível de desenvolvimento industrial exibam o sinal esperado e obtenham a significância estatística desejada. Actuando como repulsores do investimento aparecem a intervenção governamental nas empresas, a distância e os níveis tributários e educacionais elevados. Nas diferentes orientações de investimento consideradas (exploração do mercado, mão de obra ou recursos naturais), só a exploração do mercado se revela determinante. Apesar disso, o investimento baseado na poupança de custos de mão de obra apresenta-se sensível não aos custos de mão de obra, mas à propensão à greve.

Mais recentemente, FONTOURA (1995), com base num modelo de equações simultâneas testa, entre outras variáveis, as relativas à localização, nas quais inclui, a intensidade em recursos naturais, os incentivos concedidos no âmbito do PEDIP (Programa Específico de Desenvolvimento da Indústria Portuguesa) e a intensidade capitalística. Esperando à partida sinais positivos das duas primeiras variáveis e negativo da última (rácio capital/trabalho), verifica, algo surpreendentemente, que só o aproveitamento dos recursos naturais (caso da produção de papel, derivados da madeira e da cortiça) se afigura decisivo na decisão de investir em Portugal, defendendo, com base nos resultados obtidos, que o IDE não é "atraído pela mão de obra abundante e barata" e que "o papel dos incentivos no âmbito do PEDIP não se afigura relevante" (FONTOURA, 1995, p. 135).

3.3.2 - *Os factores de localização regional*

Este apartado constitui o culminar da inventariação dos factores de localização industrial ao seu nível mais desagregado. A escassez de estudos sobre a localização regional da empresa estrangeira em Portugal levou a centrar o interesse nas investigações desenvolvidas noutros países, procurando-se reter os factores de localização com maior interesse para o estudo do caso português.

3.3.2.1 - Os inquéritos aos empresários

A evidência empírica sobre a localização de empresas estrangeiras no interior de um país é escassa (MARIOTTI e PISCITELLO, 1995, p. 816).

Da investigação bibliográfica realizada destaca-se a de VANHOVE e KLAASSEN (1980, p. 132) que, depois de interrogarem quarenta responsáveis de empresas estrangeiras instaladas no noroeste europeu na década de setenta, chegam à conclusão que a qualificação da mão de obra, a qualidade das telecomunicações e a disponibilidade de terrenos industriais foram os factores críticos de decisão na selecção "intra-nacional". Reportando os resultados dos inquéritos realizados aos empresários europeus instalados na Holanda, entre 1990 e 1994, BRUINSMA e RIETVELD (1996) destacam a acessibilidade ao mercado, a qualidade das telecomunicações, o custo e disponibilidade de trabalhadores e as infraestruturas de transporte e as suas ligações nacionais e internacionais.

Ainda na Europa, mas na República Federal da Alemanha, BESCHORNER e MUELLER (1993) realizaram, entre Agosto e Setembro de 1992, um inquérito postal às empresas japonesas indagando sobre os motivos que as levaram a investir (ou a não investir) na

República Democrática da Alemanha. As empresas que investiram revelaram que os factores que as atraíram foram os custos salariais relativamente mais reduzidos, a prestação de assistência aos clientes e a exploração dos mercados locais. As que não concretizaram os investimentos referem como razões para a sua atitude a situação económica do Japão, a carência de infraestruturas e a dificuldade na obtenção de terrenos no país hospedeiro.

Continuando a reportar-se ao investimento directo japonês, mas agora no Reino Unido e na indústria transformadora, HOOD e TRUIJENS (1993) efectuam, durante o segundo semestre de 1990 e primeiro semestre de 1991, entrevistas estruturadas aos executivos de 22 empresas japonesas. Esta metodologia é complementada, depois, com a discussão com os responsáveis das agências governamentais para o investimento externo. Sobre os motivos de escolha do país revelam que a disponibilidade e custos da mão de obra, a língua inglesa e o apoio governamental exercem uma acção positiva. Quanto à escolha das regiões, preferem as que desfrutem de imagem favorável, onde a taxa de desemprego embora elevada seja constituída por mão de obra qualificada e de fraca mobilidade, a rede de fornecedores locais ofereça confiança e a densidade de empresas japonesas já instaladas seja elevada (HOOD e TRUIJENS, 1993).

Nas Filipinas, HERRIN e PERNIA (1987) entrevistaram empresários nacionais e estrangeiros da indústria em geral. Dos 34 factores testados, só a acessibilidade e transportes, a informação e comunicação, a disponibilidade de energia e a existência de terrenos para implantação das empresas se afiguraram cruciais. Quando puseram em confronto o comportamento de localização das empresas estrangeiras com as domésticas, os autores não observaram uma divergência acentuada. Ainda segundo as respostas obtidas dos empresários, a intervenção

governamental não exerce qualquer influência na atracção do investimento para as regiões filipinas.

Um dos raros estudos portugueses, que compreende a análise locacional da empresa estrangeira na sua vertente regional, foi levado a cabo por SÁ MARQUES (1995) na área metropolitana do Porto. Os factores mais citados pelos entrevistados instalados nesta região incidiram nas externalidades proporcionadas pela cidade (centro financeiro, comercial e de serviços), na presença de mão de obra especializada, na proximidade às principais infraestruturas produtivas e de transporte (aeroporto, terminal rodoviário e porto de mar), na qualidade das telecomunicações e nos custos de instalação baixos (terrenos, unidades industriais para arrendar ou vender). Menos notados foram o empenhamento e apoio das autarquias, a proximidade à Galiza e a outros estabelecimentos do grupo, a densidade industrial e a presença de instituições estrangeiras de formação.

3.3.2.2 - As técnicas multivariadas

A técnica multivariada mais usada no estudo dos factores regionais de localização das empresas estrangeiras foi a análise de regressão, com variações em torno das formas adoptadas pelos modelos (linear ou probabilístico). Embora esta seja a técnica multivariada dominante, também se identificaram estudos que recorreram à análise factorial e de *clusters*.

No Reino Unido, HILL e MUNDAY (1992), com base num estudo *cross-section* a nove regiões inglesas, averiguam os factores que favorecem a localização do investimento directo externo na indústria transformadora para o período 1980/1989. Com base num modelo de regressão múltipla aqueles autores chegam à conclusão que os incentivos

financeiros estatais e as infraestruturas de acesso ao mercado são os factores críticos de decisão. Numa revisão recente da literatura empírica produzida no Reino Unido, COLLIS e NOON (1994) referem o caso do País de Gales onde factores como os baixos custos de mão de obra, as ajudas regionais e as infraestruturas desempenharam um papel preponderante. Porém, quando a proveniência do investimento é japonesa, já só anotam os incentivos financeiros regionais, a que aduzem a composição da estrutura industrial da região.

COUGHLIN, TERZA e ARROMDEE (1991) investigam a localização do investimento externo na indústria transformadora em 50 estados americanos no período 1981/1983. Utilizando no tratamento da informação disponível um modelo condicional de probabilidades, identificam como prováveis factores de atracção do investimento o produto interno bruto *per capita*, o número de locais para instalação de empresas, a presença de economias de aglomeração (medidas pela densidade das empresas da indústria transformadora), a taxa de desemprego, as despesas estatais na atracção do IDE e a taxa de sindicalização. Além da surpresa que constitui a taxa de sindicalização como factor de atracção, os custos salariais relativamente mais baixos funcionam, segundo o modelo, como factor repulsor do investimento dos estados.

Ainda sobre os Estados Unidos, GLICKMAN e WOODWARD (1988) produzem uma revisão de literatura com o intuito de reunir um conjunto de factores que pudessem ser testados na análise de regressão a realizar. Concluem que o investimento estrangeiro acumulado nas regiões americanas, no período 1974/80, pode ser explicado pelos custos da energia, pelas infraestruturas/transportes, o clima laboral e a densidade de empresas da indústria transformadora.

Num estudo que compara os factores de localização preferidos pelas empresas americanas com os das empresas estrangeiras (japonesas e alemãs, principalmente) instaladas nos Estados Unidos, ULGADO (1996) encontra algumas diferenças significativas na análise factorial que efectua aos 58 atributos colocados a julgamento. No que respeita às empresas japonesas, as atitudes do governo local e dos cidadãos, a disponibilidade de serviços de transportes e os incentivos à formação foram os mais referidos, enquanto as empresas germânicas, para além das atitudes do governo local e da disponibilidade de serviços de transporte, valorizaram o nível de sindicalização e a taxa de rotação do pessoal. No grupo dos dez atributos mais escolhidos e sem diferença em relação às empresas americanas, aparecem a disponibilidade de espaços industriais e de factores de produção, o espaço para expansão da empresa, os custos (salariais e de factores) e a produtividade do trabalho.

Com o mesmo objectivo, MARIOTTI e PISCITELLO levam a cabo, na Itália, para o período 1986-91, dois estudos sobre os factores regionais de localização da empresa estrangeira. No primeiro estudo, MARIOTTI e PISCITELLO (1994) comprovam que a proximidade física e cultural e a presença de investimento externo nas regiões italianas exercem uma influência positiva na captação de IDE, enquanto que o contrário se passa com a distância ao centro do país e a degradação social da região. No segundo, MARIOTTI e PISCITELLO (1995) testam a importância dos custos de informação na escolha da região, concluindo que a distribuição espacial do IDE é fortemente condicionada pelas despesas com a aquisição de informação sobre as características particulares das regiões do país de acolhimento.

Por recurso à análise de *clusters*, ROMAN e PUEYO (1991) examinaram a distribuição geográfica do IDE nas comunidades autónomas espanholas no período 1985/1989. Os resultados obtidos

sugerem que a localização destes investimentos ocorre nas regiões de maior rendimento *per capita* ou por empregado, com elevadas percentagens de população com estudos de segundo e terceiro graus, e dotadas de uma estrutura produtiva apoiada fundamentalmente nos sectores secundário e terciário. Pelo contrário, as variáveis taxa de desemprego, dotação em infraestruturas e subvenções recebidas são consideradas pouco expressivas.

A investigação sobre os factores "intra-nacionais" de localização do investimento externo em Portugal foi iniciada por CARRIÈRE e REIX (1989) que usam a técnica estatística dos coeficientes de correlação para identificarem os factores mais relevantes da localização das empresas de capital ou participação estrangeira nos distritos portugueses. As variáveis que alcançam maior significado estatístico positivo são a disponibilidade de mão de obra (densidade e população), o equipamento urbano (escolas, hospitais, actividades de lazer), o ambiente económico (PIB por distrito, consumo regional de electricidade, peso relativo do sector secundário e terciário) e a qualidade das redes de comunicação.

Alguns anos mais tarde, FREITAS SANTOS e CADIMA RIBEIRO (1992), com base na mesma técnica estatística, relevam, entre outros factores, a intervenção regional, o dinamismo económico, a dimensão do mercado e a disponibilidade de mão de obra. Na sequência deste estudo, FREITAS SANTOS (1993) desenvolve um trabalho sobre os factores de localização do investimento directo em Portugal que contempla não só os factores de atractividade da região, mas também as características específicas dos sectores industriais e das empresas estrangeiras. Por recurso a um modelo de regressão múltipla, adianta como factores estatisticamente significativos, do ponto de vista da região, a densidade populacional e o produto interno bruto regional. No sector industrial sai evidenciado o ambiente multinacional, o conteúdo tecnológico e o clima

laboral, enquanto nas características da empresa sobressai a sua dimensão e propensão exportadora.

A terminar a inventariação dos estudos de caso portugueses, cumpre ainda referir a análise de FREUND (1985, p. 63) sobre a distribuição regional dos investimentos estrangeiros em Portugal. Como motivos de alguma importância para a localização das firmas estrangeiras adianta "a proximidade de estabelecimentos de serviços comparáveis aos dos países de origem das firmas, como, por exemplo, as escolas; mão-de-obra em termos de quantidade, qualidade e custos; as redes de transporte para a distribuição no país de produtos, deslocação aérea do pessoal dirigente, importação e exportação".

CAPÍTULO 4

LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL: UMA ABORDAGEM RELACIONAL

As explicações teóricas do investimento directo no exterior, adiantadas no capítulo anterior, serviram antes de mais para validar, fora do seu quadro explicativo habitual, a importância da teoria da localização na selecção internacional dos países acolhedores de investimento.

Por seu turno, a identificação das características da empresa estrangeira permitiu estabelecer uma comparação com os atributos da empresa nacional, ao mesmo tempo que se carregavam eventuais elementos de explicação adicional para o comportamento de localização deste tipo de empresa. Verificou-se, por exemplo, que características como a dimensão, a intensidade em investigação e desenvolvimento, as despesas de publicidade, a intensidade em capital e mão de obra se revelavam superiores às das empresas domésticas.

Procedeu-se, depois, a uma investigação dos factores de localização que foram mais valorizados pela empresa estrangeira quando se tratou de seleccionar o país e a região para se instalar. Os factores mais notados foram a dimensão do mercado, o clima social e multinacional, a protecção pautal e as afinidades culturais e linguísticas. Outros factores como os custos e qualificação da mão de obra, ofereceram-se significativos quer ao nível "inter-nacional" como "intra-nacional".

Neste capítulo procura-se construir um quadro conceptual que concilie a abordagem tradicional da localização da empresa industrial estrangeira com o enfoque das redes (*network approach*). A essência desta

perspectiva radica no valor que se atribui ao conjunto de relações (*network*) que as pessoas estabelecem entre si. No caso do investimento estrangeiro estas relações podem surgir tanto no contacto com amigos ou responsáveis de empresas (nacionais ou estrangeiras, concorrentes ou não), como nas relações comerciais (fornecedores, clientes, agentes comerciais, subcontratantes), interempresariais (associações comerciais, bancos, consultores) ou institucionais (organismos governamentais ou autárquicos)

Saber em que medida estas redes informacionais (sociais, empresariais ou institucionais) influenciam a localização das empresas estrangeiras é uma tarefa complementar à que vem sendo desenvolvida que se preocupa, sobretudo, com os factores "visíveis" de localização, como as infraestruturas e os equipamentos sociais; ou com os custos, como os de mão de obra ou de transporte.

O entendimento, já avançado em tempo oportuno, de que o espaço é mais do que um suporte para o desenvolvimento das actividades económicas é retomado na primeira secção, aventando-se algumas das vantagens que o espaço pode fornecer à competitividade da empresa em geral e, em particular, à empresa industrial estrangeira.

O segundo apartado é dedicado à exposição da perspectiva relacional (*network approach*) e à discussão dos ajustamentos necessários para que seja aplicável à localização da empresa industrial estrangeira. Deste modo, o processo de elaboração teórica assemelha-se à construção de um *puzzle* onde, gradualmente, se vão encaixando as peças, na tentativa de se formar uma estrutura útil que acomode uma explicação lógica e coerente para o fenómeno em vista. A originalidade do quadro proposto decorrerá, assim, não tanto de uma nova formulação teórica mas de um novo modo de interligar fragmentos de conhecimento ainda

dispersos, que se afiguram pertinentes à explicação da localização industrial da empresa estrangeira.

Finalmente, a abordagem relacional é articulada com a perspectiva tradicional, de modo a permitir o seu escrutínio, sob a forma de questionário, junto dos responsáveis da empresa estrangeira.

4.1 - IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO NA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

Uma das condições que determina o envolvimento da empresa em investimento directo é a necessidade de explorar de modo próprio as vantagens competitivas que possui, de forma a garantir a apropriação da totalidade das rendas geradas, por contraponto à exportação ou ao sistema contratual. A internalização dessas vantagens por via do investimento directo em países que ofereçam vantagens de localização é frequentemente o caminho prosseguido pelas empresas. Nesta medida, a empresa estrangeira procura num espaço fora do seu país condições que proporcionem a exploração da sua vantagem competitiva ou a criação de novas, por combinação das vantagens próprias com a inserção num espaço dinâmico.

4.1.1 - As vantagens dinâmicas do espaço

A inserção da empresa estrangeira no espaço geográfico (mundial, nacional, regional e local) tornou-se uma componente essencial da sua estratégia empresarial (HERAN e KRIFA, 1995; TALBOT, 1995). Com a escolha do país a empresa procura garantir uma localização adequada no contexto internacional, embora seja necessário encontrar, a um nível

geográfico mais restrito, um espaço físico que assegure as condições de instalação pretendidas.

O espaço geográfico, contudo, não é homogêneo, dispondo algumas regiões de condições propícias à fixação de certas indústrias, enquanto noutras as bases de atractividade industrial são praticamente inexistentes. Nestas áreas geográficas mais hostis à localização industrial, pensou-se que a intervenção pública voluntarista, sob a forma de dotação em infraestruturas físicas, fosse suficiente para atrair actividades industriais. Relatos de autores (CADIMA RIBEIRO, 1990; DRUCKER, 1989) ou de instituições (EUROPEAN PARLIAMENT, 1992) sustentam esta posição, defendendo a importância das infraestruturas na atracção das empresas industriais.

Mesmo quando esta condição, apesar de satisfeita, se mostrou insuficiente para garantir a instalação das indústrias, fez-se uso de outros instrumentos de política, como as bonificações fiscais ou os incentivos financeiros às empresas. Este esforço não evitou, porém, que certos locais permanecessem abandonados ou que continuassem menos atractivos para as empresas.

Um dos pressupostos em que se baseia a estrutura analítica a propor sustenta que a diferença de competitividade dos países, regiões ou lugares não reside exclusivamente nos recursos físicos (infraestruturas, equipamentos, etc.), nem na intervenção das autoridades públicas (oferta de incentivos, etc.). Os recursos fortemente imbricados no espaço e que não são facilmente reproduzidos ou imitados, podem também constituir-se como fonte de vantagem competitiva sustentável para a empresa. Como refere PECQUEUR (1995, p. 3), "as empresas não determinam exclusivamente as suas implantações segundo um critério de combinação de custos mas, e cada vez mais, a partir de uma vantagem global que

podem obter (...) da 'oferta de especificidade' do seu território de implantação".

Nas investigações produzidas nos últimos anos sobre alguns fenómenos de concentração industrial, CAMAGNI (1991, p. 1) descobre que as virtualidades espaciais decorrem do "processo de aprendizagem colectivo assente em fenómenos sociais como a transferência de saber intergeracional, imitação de práticas de gestão e inovações tecnológicas ganhadoras, contactos interpessoais, cooperação empresarial formal e informal, circulação tácita de informação comercial, financeira e tecnológica". No mesmo sentido se pronunciam CREVOISIER e MAILLAT (1991, p. 31), para quem a mais valia espacial assenta, sobretudo, no "conjunto de relações entre tecnologia, mercados, capital produtivo, representações de *know-how* e cultura técnica". KRUGMAN (1992, p. 67) alerta, ainda, para o "papel que jogam os acidentes históricos" na concentração industrial.

Como se repara, todas estas explicações se apoiam, directa ou indirectamente, na existência de um conjunto territorializado de conhecimentos, regras e capital relacional imbricados num colectivo de actores e de recursos humanos e materiais. Da mesma forma que a empresa possui vantagens mais ou menos idiossincráticas, também os países, regiões ou lugares detêm factores com um grau de especificidade variável.

Nos factores de índole mais genérica podem encontrar-se a mão de obra pouco qualificada ou a disponibilidade de terrenos que são herdados passivamente pelas regiões. Do mesmo modo, os incentivos e os benefícios fiscais podem ser manipulados pelas entidades públicas, por pressão dos responsáveis regionais, que julgam ser este o instrumento mais imediato de conferir uma vantagem espacial à sua região. Na verdade, a vantagem é simplesmente transitória, pois a ampliação da

disponibilidade daqueles recursos (terra e trabalho) e a generalização da concessão de incentivos e benefícios, facilitam a resposta atempada das regiões concorrentes. O esforço desenvolvido acaba por se tornar inútil, deixando as regiões na mesma posição competitiva.

Os factores que interessa desenvolver e que garantem uma vantagem espacial sustentável às regiões são aqueles que têm um maior grau de especificidade territorial. A título meramente exemplificativo podem-se mencionar a base urbana diversificada, a competência da mão de obra, a presença de universidades e institutos de investigação, a eficiência das redes de transportes e comunicações, a presença de consultores e serviços de informação, o acesso a instrumentos de financiamento e as amenidades regionais (ambiente natural e construído, oferta cultural e educativa) [RATTI, 1995, p. 13].

Como se verifica, estes factores são mais difíceis de imitar ou de desenvolver por regiões concorrentes, o que os torna mais sustentáveis no longo prazo e procurados pelas empresas (nacionais ou estrangeiras) que os pretendem explorar.

Outra abordagem que está implícita na sustentabilidade da vantagem espacial, para além da especificidade dos factores, é o seu grau variável de "territorialização". Se os factores são ubíquos, as regiões apresentam a mesma carteira de factores, não se conseguindo diferenciar entre si. Deste ponto de vista, as regiões seriam igualmente desejáveis para a instalação da empresa, não se compreendendo porque existem umas que têm maior capacidade de atracção do que outras. Quando os factores estão fortemente imbricados no espaço, para além das diferenças nos recursos, coloca-se também o problema da sua reprodução ou transferência para as regiões concorrentes. Deste modo, só os factores mais "territorializados" conferem vantagem competitiva sustentável às regiões que os detenham.

Num arrolamento dos factores de natureza mais "territorializada", CUADRADO ROURA (1995) distingue a qualidade do ambiente (condições climatéricas, clima social pacífico e cooperativo, proximidade a outras áreas em crescimento, recursos naturais, ausência de poluição, etc.), a disponibilidade de infraestruturas físicas (autoestradas, portos, aeroportos, etc.) e de comunicação (telefone, telecópia, videoconferência, etc.), a proximidade de uma rede de cidades médias e a existência de centros de investigação. Com algumas reservas quanto ao seu grau de territorialização o autor acrescenta a densidade de mão de obra qualificada e de outro pessoal técnico (consultores, *designers*, etc.), a presença de empresas para subcontratar, e o empenhamento e autonomia das autoridades regionais, locais e civis (departamentos estatais, autarquias, câmaras de comércio, organizações empresariais e sociais, agências bancárias, etc.).

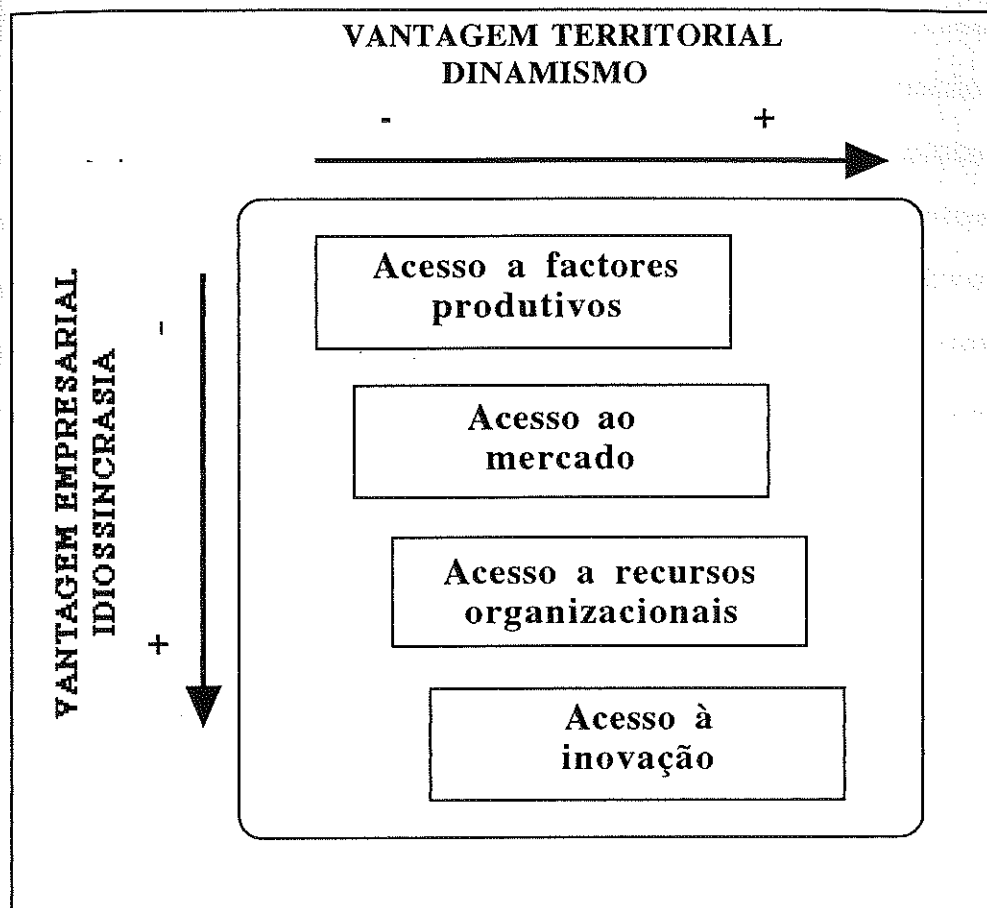
4.1.2 - *Os comportamentos de localização*

A combinação da especificidade dos factores com o seu carácter "territorializado" confere ao território uma vantagem de localização dinâmica, viabilizando a sua sustentação a longo prazo. Deste modo, um país, região ou lugar serão tanto mais competitivos quanto mais vantagens de localização dinâmicas tiverem para oferecer, pois são estas que os destrinçam dos espaços concorrentes. Nesta medida, o espaço torna-se um elemento a considerar na estratégia de localização da empresa estrangeira, pois a escolha do país e região para localizar a unidade económica podem condicionar o sucesso futuro nos mercados externos.

A figura 4.1 pretende tipificar os comportamentos de localização da empresa estrangeira. Com base no grau de dinamismo das vantagens

oferecidas pelo território e o nível de idiossincrasia das vantagens detidas pela empresa, definem-se quatro comportamentos típicos.

Figura 4.1
Vantagem territorial e localização



Os comportamentos de localização aqui apresentados não se esgotam nesta tipologia, podendo considerar-se outros consoante a combinação que se realizar entre as vantagens da empresa e do território e os seus graus diferenciados de idiossincrasia e dinamismo. Na base da construção do quadro não esteve a tentativa de contemplar todos os comportamentos de localização da empresa estrangeira, mas somente o de explicitar os mais prováveis. Assim, não é de todo impossível que uma empresa com uma vantagem competitiva débil se localize numa região

dotada de forte dinamismo. Ou que numa região pouco dinâmica se localizem empresas com uma vantagem competitiva acentuada. Aquilo que se defende sugere é que a empresa estrangeira dotada de uma vantagem competitiva terá todo o interesse em combinar ou desenvolver essa vantagem num espaço dinâmico.

O primeiro comportamento de localização valoriza o **acesso a factores produtivos**. Na sua intenção está patente a preocupação de mesclar as suas aptidões tecnológicas, relativas ao produto ou ao processo produtivo, com a presença de recursos naturais, os custos e disponibilidade da mão de obra sem qualificação ou os incentivos e benefícios públicos. Por isso, no comportamento de localização destas empresas a oferta destes factores pelos países ou regiões afigura-se crítica.

Como a maioria dos factores está presente nos países ou regiões, a escolha da empresa privilegiará a melhor oferta, frequentemente avaliada em termos da abundância do recurso natural, dos custos de mão de obra ou do montante dos incentivos. A partir do momento em que os recursos naturais se esgotem, os custos salariais deixem de ser competitivos ou os incentivos e benefícios concedidos não exijam contrapartidas, a empresa estará disposta a deslocalizar para outros países ou regiões.

O segundo tipo de comportamento locativo privilegia o **acesso ao mercado**. Na base deste comportamento está a necessidade de servir mercados com características particulares, acompanhar a evolução das tendências do consumo ou fornecer assistência pós-venda aos clientes locais. Deste modo, o seu comportamento de localização tende a orientar-se para mercados com elevada dimensão ou exigência, onde a centralidade geográfica ou as redes de comunicação física eficientes (autoestradas, aeroportos, etc.) aconselham a implantação da empresa.

Consoante os custos de transporte, a empresa optará por uma filial de vendas ou por uma unidade de produção. Como o gradual conhecimento dos clientes e do mercado se tornou um activo valioso para a empresa e uma barreira à entrada de novos concorrentes, é de esperar que a empresa permaneça no mercado enquanto mantiver aquela vantagem. Apesar do carácter transitório da vantagem, a sua sustentação afigura-se mais viável do que a baseada nos recursos ou custos.

O comportamento de localização baseado no **acesso aos recursos organizacionais** disponibilizados pelo território de acolhimento, caracteriza-se pela aposta da empresa estrangeira no sistema industrial local. A empresa integra espacialmente o seu processo produtivo, retendo no seu interior a fase produtiva chave em que detém a vantagem competitiva, e articulando as restantes fases com a malha industrial existente. Na escolha da localização privilegia-se a qualificação da mão de obra, o dinamismo das instituições privadas e públicas e a confiança nos subcontratantes e fornecedores de bens e serviços (prazos de entrega, qualidade, fiabilidade).

A imersão num ambiente propício ao desenvolvimento da actividade industrial da empresa e a forte interacção com o sistema produtivo local, reforçam a sua vantagem empresarial. Como estas atmosferas industriais estão fortemente imbricadas no território e são difíceis de reproduzir, a deslocalização da empresa apresenta-se como pouco provável.

O último comportamento de localização é o mais exigente para as empresas e territórios. Com efeito, as empresas envolvidas no **acesso à inovação** procuram explorar as suas capacidades e competências desenvolvidas no país de origem, seleccionando um território dotado de um corpo de instituições adequadas que viabilizem sinergias ao nível da cultura técnica, tradição industrial ou atmosfera inovadora. Como estes

factores de localização estão de tal modo imbricados no território e têm, frequentemente, um carácter tão tácito e intangível, só um conhecimento muito aprofundado da realidade local, proporcionada por um conjunto de relações com indivíduos, empresas e instituições do território, permite a sua descoberta. Uma vez encontrado o país e a região apropriada, a vantagem da empresa resulta não apenas dela própria, mas também das características intrínsecas do território, pelo que a sua deslocalização só poderá ocorrer sob risco de perda da vantagem competitiva.

Na reconfiguração da vantagem de localização que a empresa estrangeira procura no país de acolhimento, DUNNING (1995, p. 476) sublinha a presença de fenómenos localizados de inovação ou colaboração (pólos tecnológicos ou distritos industriais) como exemplos da mais valia que o país (ou região) pode oferecer às empresas estrangeiras. Caso estas vantagens tecnológicas e organizacionais se mantenham ao longo do tempo, acabarão por ser do conhecimento de filiais estrangeiras, alianças empresariais transfronteiriças e redes de relações que encontrarão, segundo o autor, a melhor forma de as explorar.

Na base da catalogação dos comportamentos de localização, foram adiantados factores que não passam de representações mentais de objectos físicos (terrenos, autoestradas, equipamentos, etc.) ou imateriais (qualificação da mão de obra, clima social, etc.). Por isso, a apreensão de todos os seus contornos é realizada por via de um referencial subjectivo que tem uma importância perceptual variável. Na relativização da importância dos factores há que considerar não só a informação primária (observação, estudos de campo, etc.), como a secundária (estudos documentais, informações pessoais, etc.).

Neste sentido, os factores só influenciam o comportamento de localização quando a sua existência é do conhecimento dos decisores. No caso de serem ubíquos, o seu conhecimento é generalizado e a informação

acessível. Quando são intrínsecos a um território, as informações são essencialmente veiculadas informal ou formalmente através de canais de comunicação a que só têm acesso as pessoas, empresas ou instituições que mantêm relações sociais, empresariais ou institucionais próximas e estáveis com o território.

4.1.3 - A informação como suporte da localização

A informação é o elemento de suporte ao processo de escolha do local de implantação da empresa. Sensível à importância da informação, MISTRI, citado por LOMBARDI (1994, p. 1), propõe mesmo a passagem do "paradigma da localização ao paradigma da informação". Reforçando esta ideia, PECQUEUR (1995, p. 2) advoga que "a informação se tornou um factor de produção crucial e cada vez mais raro que a matéria prima, o trabalho e o capital".

Os meios de percepção da informação compreendem a voz humana (conversas, reuniões, etc.), as palavras impressas em documentos internos da empresa (cartas, relatórios, estudos, etc.), e a observação directa (visitas, passeios, etc.) ou indirecta (fotografias, filmes, etc.).

A recolha, armazenamento e processamento sistemático da informação pode ser desencadeado deliberadamente no interior da empresa pela combinação do conjunto de recursos humanos (funcionários que compõem o sistema de informação) e materiais (*hardware* e *software*) que depois canalizam para o decisor final o produto das suas interacções. A informação pode, ainda, resultar de um processo de consulta a uma empresa especializada que procederá à realização de estudos específicos com base em informação relevante previamente seleccionada e elaborada mediante a aplicação de métodos e técnicas de análise pertinentes.

Quando a escolha do local para instalação da empresa se reporta à esfera doméstica, a persistência de um acervo informativo e o conhecimento da realidade geográfica, social e económica do país viabiliza uma decisão mais responsável. Quando a decisão é sobre a instalação da empresa no exterior, a incerteza e desconhecimento das realidades nacionais aumenta, tornando mais vulnerável a posição do decisor. Por outro lado, nem sempre a informação disponibilizada sobre os países estrangeiros está de acordo com as preocupações do decisor, nem se mostra fiável. Por isso, mais do que a informação é preciso o conhecimento sobre as realidades nacionais e locais.

O conhecimento dos locais para instalação da empresa nos mercados externos pode resultar das relações de confiança interpessoais ou do processo de aprendizagem organizacional entre indivíduos ou empresas situadas em contextos geográficos diferentes (MASSARD e VINCENT, 1995).

No que se reporta às relações interpessoais estas podem ser consequência da actividade normal da empresa (comercial, produtiva, financeira, etc.), das relações de cooperação empresarial (alianças estratégicas, *joint ventures*, etc.), das ligações pessoais a outras empresas (concorrentes ou não) ou do envolvimento com parceiros pertencentes a áreas de mercado diversas (TORRE, 1995).

O processo de aprendizagem organizacional contempla dois mecanismos: o intraorganizacional, que recolhe as experiências e descobertas individuais que acontecem no seio da organização; e o interorganizacional, que nasce das interacções entre organismos distintos que cooperam de modo formal ou informal para um projecto comum [DUPUY e GILLY, 1995 a)]. No primeiro caso, os contactos são de natureza intraempresarial traduzindo-se na troca de experiências entre funcionários da mesma empresa situada em países diversos, ou com

clientes, fornecedores e subcontratantes espalhados por todo o mundo. No segundo caso, os contactos seriam de natureza interempresarial uma vez que abarcariam a interacção dos membros da empresa com os representantes de associações comerciais e industriais, bancos, sindicatos, governos ou autarquias locais.

Num ambiente caracterizado pelo risco do investimento e pela assimetria de informação, resultantes da entrada num país desconhecido, o conhecimento obtido por via das relações interpessoais, intraempresariais (fornecedores, clientes, etc.), interempresariais (associações industriais e comerciais, consultores, etc.) ou institucionais (agências governamentais, câmaras municipais, etc.) pode ser um elemento central no processo de selecção do país e região para investir. Para além da confiança que inspiram estes canais de comunicação, as informações fornecidas através destas redes de relações permitem alargar o quadro de alternativas de localização.

4.2 - AS REDES E A LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

Validada a importância da informação como suporte da decisão de localização e das redes de relações como veículos privilegiados da sua transmissão, passa-se agora para a definição de uma representação mental de espaço, onde as relações ocupam uma posição central e as suas várias formas de agrupamento (redes) têm uma importância explicativa decisiva.

4.2.1 - O espaço relacional

Para tentar captar a miríade de relações que se estabelecem ao nível nacional e local, optou-se por fazer uso da "network approach". A abordagem das redes tem-se mostrado pertinente no estudo da

organização da empresa (NOHRIA e ECCLES, 1992), da empresa multinacional (GHOSHAL e BARTLETT, 1990), da estratégia empresarial (JARILLO, 1993), das relações empresariais (HAKANSSON e SNEHOTA, 1995), do marketing internacional e da compra de bens industriais (HAKANSSON, 1982) e da cooperação empresarial (GRABHER, 1993), para só referir alguns dos seus usos mais correntes.

Na ciência regional o enfoque das redes surgiu, pela primeira vez, no âmbito da investigação desenvolvida pelo GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs), tendo as suas aplicações privilegiado a compreensão de fenómenos localizados de inovação (*milieux innovateurs*) [AYDALOT, 1986; CAMAGNI, 1981; MAILLAT, 1995; entre outros].

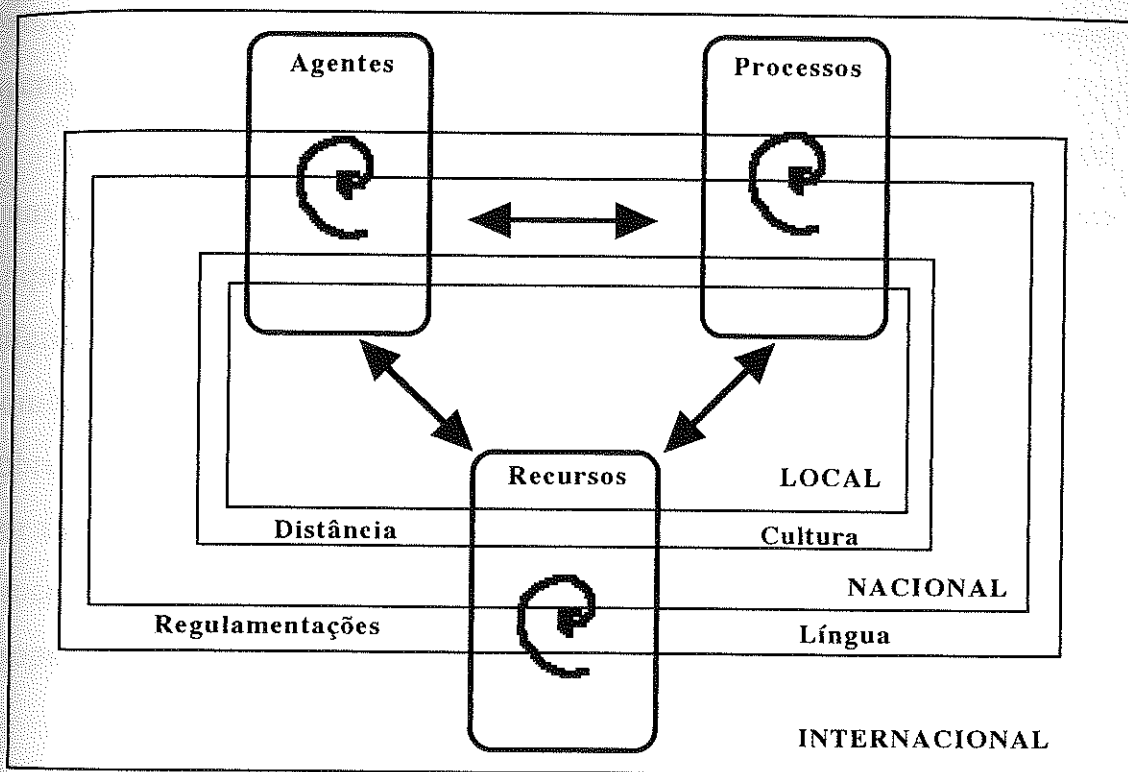
Na aplicação do enfoque das redes ao estudo do comportamento de localização da empresa estrangeira retoma-se a ideia já avançada anteriormente de um espaço de representações mentais de factores, que são divulgados através das relações estabelecidas pelos indivíduos. Os factores de atracção ou repulsão da empresa continuam a estar presentes no espaço geográfico só que "mediados" pela informação que sobre eles se fornece. Ao conjunto das relações será atribuída a designação de redes (*networks*), podendo estas agregar relações estabelecidas no âmbito social, empresarial ou institucional.

O espaço relacional (figura 4.2) é o palco onde as relações têm lugar. Aqui interagem agentes, processos e recursos pertencentes a realidades geográficas distintas (local, nacional e internacional).

Os agentes que actuam neste espaço podem ser indivíduos, grupos de indivíduos, empresas, grupos de empresas, indústrias, associações socio-profissionais, universidades, centros de investigação, instituições públicas e privadas, entre outras (HAKANSSON e JOHANSON, 1992, p. 28; NOHRIA e ECCLES, 1992 a), p. 288; CREVOISIER e MAILLAT,

1991, p. 16). As relações que estes agentes estabelecem entre si, podem alicerçar-se em conversas, afecto, amizade, simpatia, autoridade, comércio, troca de informações ou qualquer outro elemento que sirva de base a uma relação.

Figura 4.2
Espaço relacional



As relações podem ser mantidas através de contactos pessoais (visitas de cortesia ou comerciais) ou por meios electrónicos (correio electrónico, telecópia, videoconferência), desenrolando-se em clima de confiança mútua, como é comum nos negócios, em especial quando as partes contratantes são de países diferentes. Este processo de intercâmbio informativo é realizado com frequência variável, facilitando, no caso dos agentes internacionais, o contacto com as realidades socio-económicas nacionais e locais a que pertencem.

Os recursos existentes no espaço relacional compreendem as matérias primas e subsidiárias, as tecnologias, os equipamentos acessórios e os produtos. A natureza heterogénea dos recursos resulta da sua proveniência (local/nacional/internacional), das suas características intrínsecas e dos modos quase infinitos de reprodução e combinação. Estes recursos oferecem-se indispensáveis ao funcionamento dos processos de transformação e de transferência e o seu controlo pode ser exercido por um agente isolado ou consistir na partilha por vários agentes.

No espaço relacional incluem-se, ainda, os processos de transformação e transferência. Estes processos desenrolam-se no mesmo enquadramento geográfico ou entre enquadramentos geográficos diferenciados, envolvendo agentes que no decurso das suas actividades combinam, desenvolvem, trocam e reproduzem recursos. O controlo sobre o processo de transformação é em geral assegurado directamente por um agente, enquanto o processo de transferência, para além de ligar o processo de transformação entre agentes, admite a transmissão da propriedade do recurso.

Nesta malha de relações alguns obstáculos embaraçam os contactos entre o espaço local e o nacional. Esses obstáculos aumentam de intensidade quando os contactos se desenvolvem entre o espaço local/nacional e o internacional, pois as diferenças linguísticas e culturais, as regulamentações governamentais e a distância (física e psicológica), colocam entraves à comunicação e ao conhecimento. Porém, estas barreiras são mais notórias ao nível linguístico e cultural, já que o intervencionismo estatal decresceu com a formação de grandes blocos comerciais (União Europeia, NAFTA, etc.). Por outro lado, embora a distância física se mantenha inalterada, o desenvolvimento do transporte aéreo e a banalização das telecomunicações encurtou consideravelmente a

distância psicológica. A comprovar aquilo que se acaba de referir está a transnacionalização da empresa, a crescente mundialização das actividades económicas e a globalização da economia.

Descrito o espaço onde se estabelecem as relações, interessa agora identificar os agentes relevantes do ponto de vista da localização da empresa estrangeira, caracterizando-se, depois, as situações em que o intercâmbio de recursos e processos serve de pretexto aos agentes para o conhecimento das realidades nacionais e locais. Importa, ainda, distinguir as relações sociais que se estabelecem entre os agentes, a diferentes níveis geográficos, no decurso dos processos normais de transformação e transferência de bens e serviços.

4.2.2 - Os diversos tipos de redes

Antes de se iniciar o agrupamento das relações, torna-se necessário carrear alguns elementos prévios que ajudem a definir uma tipologia das relações e o seu conseqüente agrupamento em redes. Usando a terminologia de KAMANN e STRIJKER (1991), as relações podem ser manifestas ou latentes, sendo as primeiras susceptíveis de registo e medição, enquanto as segundas carecem de materialização e não são directamente observáveis.

As relações manifestas podem ainda ser materiais, se radicam nos fluxos de mercadorias, serviços, capitais, informação impressa e nas aptidões humanas informativas, ou imateriais, se incluem os fluxos de informação veiculados por sistemas interligados ou de contacto, As relações latentes são, frequentemente, o produto das várias actividades dos participantes que se desenrolam continuamente ao longo da cadeia de transacções, e das quais resultam dependências técnicas, sociais, logísticas,

administrativas, comerciais e financeiras. Ao conjunto destas relações (manifestas e latentes) o autor chama "networks" (redes).

Outra forma de classificação das redes adiantada por HINTERHUBER e LEVIN (1994, p. 47) prende-se com o local e o sector de actividade onde se desenrolam as relações empresariais. Assim, as redes serão internas quando se constituem no seio da empresa, e externas se se desencadeiam entre empresas. Neste caso, se as empresas pertencem ao mesmo sector de actividade (subcontratação, *franchising*, por exemplo) a rede toma o nome de vertical, se envolve sectores de actividade diferenciados (alianças estratégicas, cooperação empresarial, por exemplo) a rede designa-se por horizontal. Se as empresas procuram obter sinergias em mercados complementares, então está-se em presença das chamadas redes diagonais.

Continuando com a apresentação de outros modos de sistematização do conjunto de relações, BROWN e BUTLER (1993, p. 103) aludem às redes sociais e interorganizacionais. As primeiras, agregam as relações interpessoais que ocorrem entre indivíduos pertencentes a espaços geográficos diversos. As segundas, agrupam as relações entre a empresa e as instituições que interferem indirectamente com o seu processo de transformação ou transferência de recursos ou processos.

Desculpada alguma imprecisão terminológica, justificada por alguma juventude nesta área de investigação, verifica-se que todos os autores citados aceitam os benefícios proporcionados pelas redes, designadamente o acesso rápido a informações fiáveis sobre tecnologias, mercados e recursos (humanos, financeiros, etc.), a diminuição da incerteza ambiental e a redução dos custos de transacção.

Tendo em vista compatibilizar a terminologia diversificada das redes com os objectivos do estudo a empreender, apresenta-se de seguida uma classificação própria para o conjunto de relações que se estabelecem

entre os indivíduos, empresas e instituições. A sistematização do conjunto diversificado de interações deu origem à configuração das redes social, intraempresarial, interempresarial e institucional.

4.2.2.1 - A rede social

A vida em sociedade provoca naturalmente a aproximação entre os indivíduos, que estabelecem ligações mais ou menos densas, mais ou menos consistentes quanto à sua duração, ao número de pessoas envolvidas e à actividade que desenvolvem (PROULX, 1995, p. 5/6).

No domínio económico é vulgar desenvolverem-se relações de amizade e de confiança mútua entre empresários ou indivíduos (BIRLEY, 1989; OSTGAARD e BIRLEY, 1994) que desenvolvem a sua actividade económica no mesmo sector, numa região ou num país. Em conversas informais trocam informações sobre oportunidades de negócio, solicitam opiniões sobre tendências do mercado e pronunciam-se sobre a realidade económica e social do país ou região onde estão inseridos. Nalgumas das decisões empresariais tomadas é mesmo visível a influência exercida pelo seu grupo de pares.

Com a internacionalização da actividade económica e a globalização da economia as relações que acabamos de descrever passam a acontecer mais frequentemente entre países. Para esta situação contribui a vulgarização do uso do transporte aéreo, que permite um contacto face a face mais frequente entre empresários nacionais e estrangeiros. Adicionalmente, em economias como a portuguesa, assiste-se a uma entrada crescente de investimento directo externo, que coloca em contacto empresários de diferentes nacionalidades e que facilita a troca de experiências empresariais.

No que se reporta à localização da empresa estrangeira, a rede social compreende o conjunto de relações pessoais que responsáveis de empresas estrangeiras estabelecem com amigos ou empresários mais próximos (nacionais ou estrangeiros). Estas relações de carácter informal alicerçam-se, por exemplo, em interesses comuns, afinidades pessoais, laços familiares, amizade ou preferências culturais. No decurso destas relações mais ou menos frequentes, desenvolve-se uma confiança recíproca entre os interlocutores que pode chegar à recomendação de um país ou região para investir.

Como já houve oportunidade de referir, a instalação de uma empresa num ambiente desconhecido está associada a um clima de incerteza que obriga a um conhecimento aprofundado das características dos países e das regiões. Um dos pressupostos defendidos na estrutura analítica aceita que a existência de relações de amizade e confiança entre os responsáveis das empresas estrangeiras e amigos ou empresários (nacionais ou estrangeiros) são susceptíveis de influenciar a escolha de um país ou região. Nestas circunstâncias, a existência de uma forte rede social com contactos internacionais ajudaria a explicar porque alguns países que não são especialmente dotados em infraestruturas (Tailândia, Taiwan, por exemplo) mantêm uma capacidade notável de atracção e retenção de investimento externo.

Num artigo recente da secção "privado" do jornal *Expresso* referia-se que o presidente suíço da multinacional *Ibico* antes de investir em Portugal e no concelho de Arcos de Valdevez, em conversa com o seu amigo alemão, presidente da *Volkswagen*, o ouvira recomendar que "se fores para Portugal prefere o Norte" (FERNANDES, 1996, p. 3).

Uma situação semelhante sucedeu com os responsáveis das empresas alemãs e suíças instaladas em Spartanburg-Greenville (Carolina do Sul) que "convidaram os seus colegas e amigos europeus" a investirem naquela

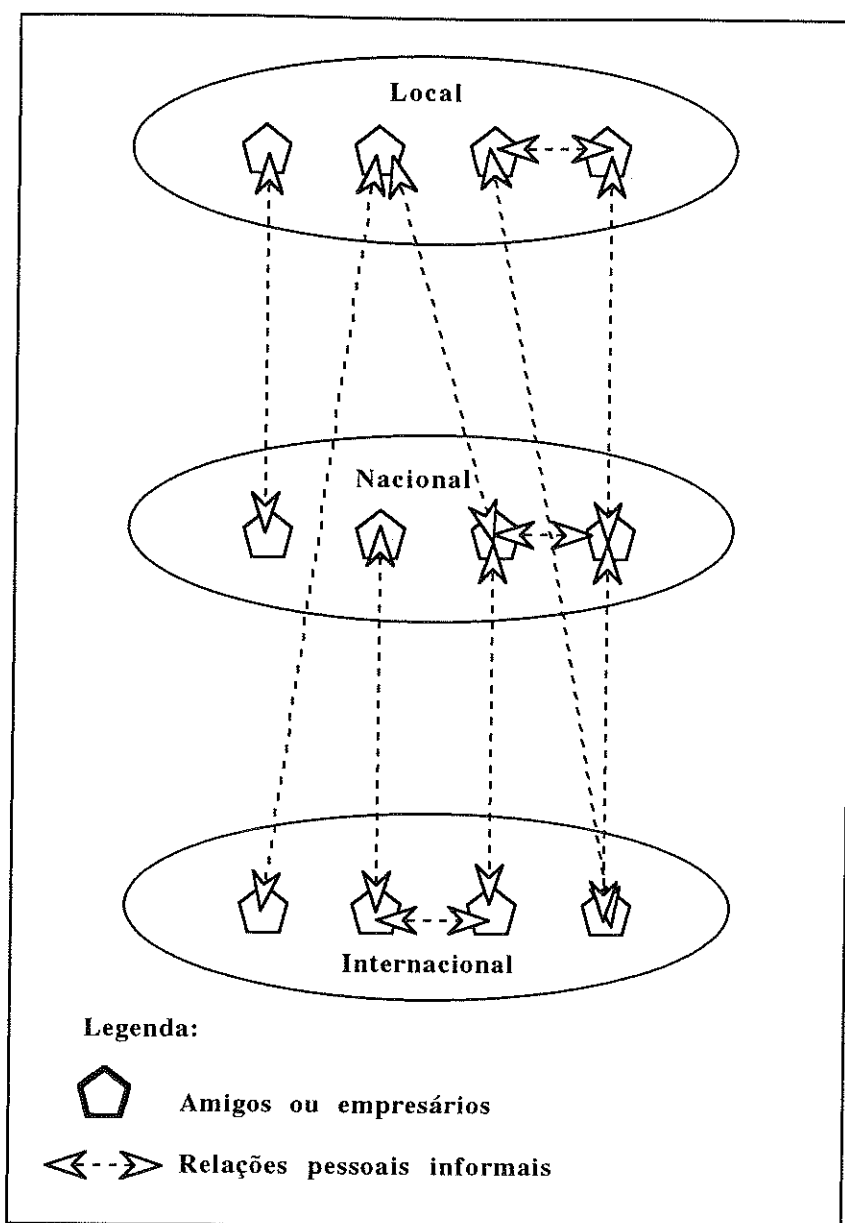
localidade americana (KANTER, 1995, p. 246). Estes exemplos ilustram bem o tipo de informação que pode ser trocada informalmente entre empresários de nacionalidades diferentes sobre os melhores países ou regiões para localizar uma empresa no estrangeiro.

A figura 4.3 ilustra a rede de relações informais que podem ocorrer entre amigos ou empresários (nacionais ou estrangeiros) pertencentes a espaços geográficos distintos.

Como se pode observar na página seguinte, as interacções sociais dos agentes tanto podem ocorrer ao mesmo nível geográfico (local/local, nacional/nacional, internacional/internacional), como em contextos geográficos diversos (local/nacional, local/internacional, nacional/internacional). De facto, não parece ser difícil aceitar que a propósito de feiras ou exposições internacionais, seminários, encontros de empresários, viagens de negócio, visitas particulares ou outras actividades do género, não se proporcionem ocasiões para que empresários (nacionais e estrangeiros) possam estabelecer relações de amizade e confiança mútua que depois possam influenciar as decisões de localização no plano internacional e mesmo "intra-nacional".

A consideração da rede social como elemento condicionador da localização da empresa estrangeira num país ou região afigura-se relevante, pois permite avaliar a importância que os responsáveis da empresa estrangeira atribuem à informação veiculada pelos seus pares e qual o seu papel na decisão final de localização.

Figura 4.3
Rede social



4.2.2.2 - A rede intraempresarial

As redes intraempresariais compreendem um conjunto de relações formais e informais que se desenvolvem entre os diversos parceiros funcionais de uma empresa (clientes ou fornecedores, por exemplo). REVE (1990) defende mesmo que a empresa deve estabelecer laços de

coordenação com clientes quando estes representam um factor crítico para o sucesso da empresa, e desenvolver laços de coordenação com os fornecedores quando os recursos necessários ao processo produtivo são escassos ou requerem ajustamentos específicos ao processo de produção da empresa.

A cooperação vertical entre a empresa e a sua rede de fornecedores e distribuidores (HAKANSSON, 1982) ou a cooperação horizontal da empresa com os seus parceiros estratégicos (*joint ventures*, alianças estratégicas) [GRABHER, 1993], são questões cada vez mais actuais. Os estudos realizados sugerem que, para além da contratualização das relações empresariais, se estabelecem relações meramente informais (contratos implícitos e de confiança) entre as empresas envolvidas. Estas relações de cooperação empresarial servem para conquistar mercados, melhorar a posição competitiva da empresa, diminuir custos, mas também são um veículo privilegiado de troca de informações sobre novas oportunidades de investimento noutros países. A natureza transnacional de muitas das alianças estratégicas ou *joint ventures* melhora o conhecimento das várias alternativas locacionais.

Na indústria automóvel são bem conhecidas as relações de subcontratação e de colaboração entre o fabricante e as unidades produtoras de componentes (partes e peças) para automóveis. A título de exemplo, refira-se que a localização em Portugal da fábrica Ford/VW arrastou para o parque de Palmela (Setúbal), as empresas Gillet (material de escape), Kautex (depósito de combustível e suporte), Vanpro (assentos), Sommer Allibert (revestimento interior, pára-choques traseiro e dianteiro, carpetes), Hoehe Ica (espelhos), PPG/B&K (tintas), Continental Lemmerz (jantes e pneus), Benteler (eixo frontal) e Edscha (pedaleira e travão de mão) [FORTUNA, 1996, pp. 52/53]. Todas estas empresas que fornecem a FORD/VW são de capital estrangeiro, à

semelhança, aliás, do que acontece com a Huf (trincos e fechos) em Viseu, da Cableasa (cablagens) em Castelo Branco, da Motometer (instrumentos de medição) em Vila Real ou da Yasaki Saltano (cablagens) em Ovar, como o autor teve o ensejo de constatar.

Na organização industrial japonesa há muito que se vem observando fenómenos de cooperação empresarial (*Kankei Gaisha*, *Keiretsu Gaisha*, *Kyoryokukai* ou *Igyoshu Koryu*) que servem para tornar as empresas produtoras mais competitivas mas que também funcionam como canais privilegiados de comunicação (KOOIJ, 1990).

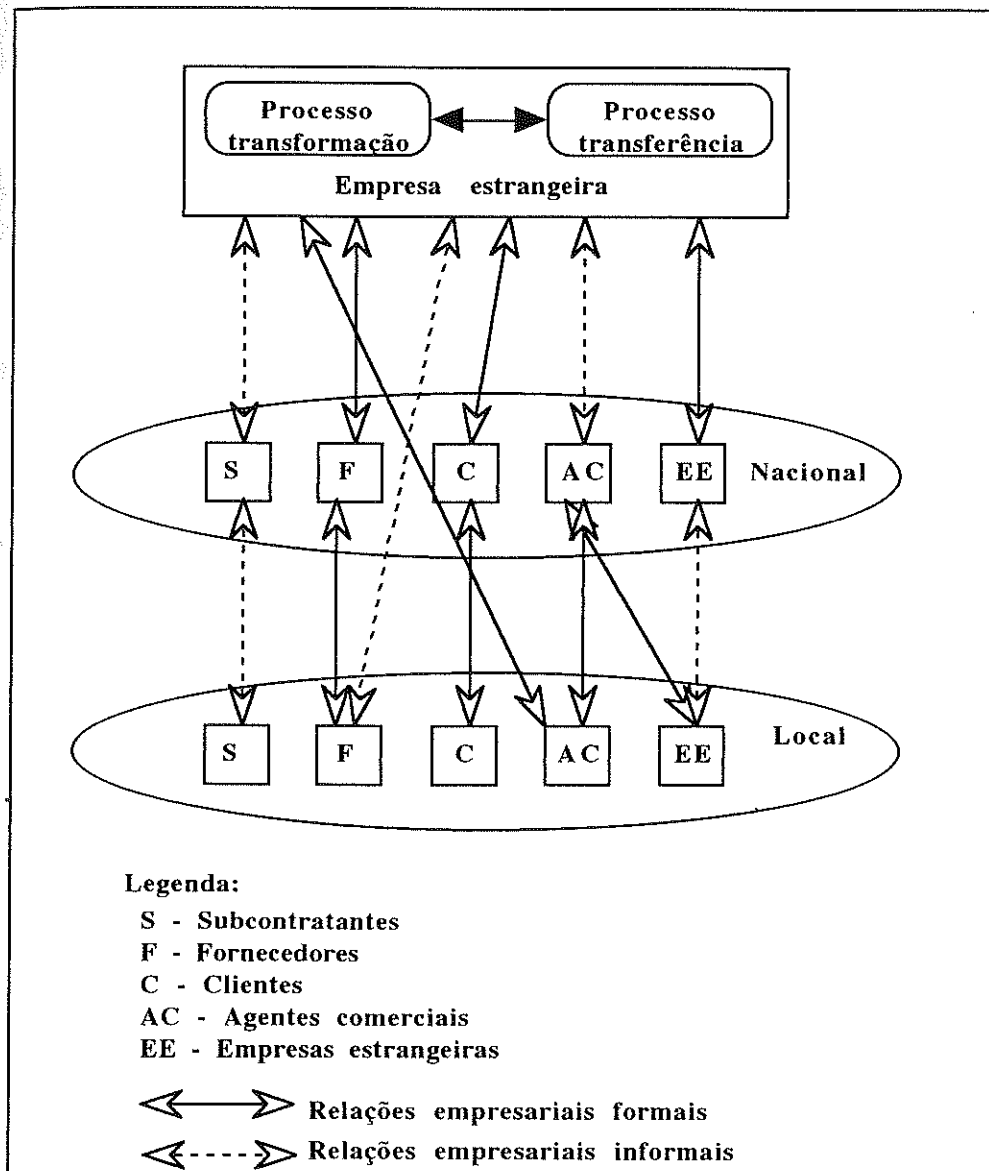
No campo da economia regional as relações da empresa com os seus parceiros comerciais foram objecto de análise nos denominados *linkage studies*. Esta área de investigação procura verificar se a instalação da empresa industrial numa localidade pode ser justificada pela intensidade dos laços que estabelece a montante (backward linkages) e/ou a jusante (forward linkages) do seu processo produtivo.

A influência das relações comerciais (compra, venda, subcontratação) [HEFNER e GUIMARÃES, 1991] e dos fluxos informativos (CHAPMAN e WALKER, 1990, p. 62) na localização das empresas (nacionais e estrangeiras), parece não oferecer grandes dúvidas (Ó HUALLACHAÍN, 1985; BARKLEY e McNAMARA, 1994). Isso mesmo parece ter acontecido com a escolha de Portugal pelos responsáveis da empresa Grohe, que apontaram como factor decisivo "as relações já existentes entre a empresa alemã e os fornecedores portugueses" (SZYMANSKI, 1996, p. 19). Noutros casos, o grau de dependência e de colaboração entre o fornecedor/subcontratante e o fabricante pode ser de tal forma elevada, que a única solução aceitável passa pela localização no país seleccionado pelo produtor.

A figura 4.4 pretende ilustrar o conjunto de relações (formais e informais) que se podem estabelecer no decurso dos processos de

transformação e transferência de recursos entre a empresa estrangeira e os seus parceiros comerciais (subcontratantes, fornecedores, clientes, agentes comerciais ou empresas estrangeiras) instalados num ou em vários países e regiões.

Figura 4.4
Rede intraempresarial



As informações podem ser trocadas com todos os intervenientes, situados em diferentes contextos nacionais e locais, admitindo-se, porém,

que possa haver uma confiança maior entre apenas alguns deles. A preferência por este ou aquele interveniente basear-se-á não só na frequência dos contactos, mas também no grau de credibilidade oferecido pelo parceiro situado num país ou região.

Avançados os argumentos pertinentes e esquematizadas as relações empresariais (formais e informais), afigura-se legítimo supor que entre a empresa estrangeira e os seus parceiros (industriais e/ou comerciais) localizados noutros países e regiões, se intercambie informação relevante que possa influenciar a sua decisão de localização.

4.2.2.3 - A rede interempresarial

As redes interempresariais representam relações contratuais ou não entre uma empresa e entidades privadas (câmaras de comércio internacionais, bancos, consultores, etc.) que, embora não interfiram directamente no processo de transformação e de transferência de bens ou serviços, o acabam por condicionar em termos de financiamento ou de outro tipo de apoios.

Formas semelhantes de cooperação empresarial, embora circunscritas territorialmente, foram observadas nos chamados distritos industriais e nos pólos tecnológicos, que já houve oportunidade de tratar em apartado próprio. Do que na altura se disse retem-se, aqui, a cumplicidade entre a empresa e a comunidade local, no caso dos distritos industriais, que passa não só por uma espécie de "desintegração" territorial do processo produtivo, como também pela cooperação de diferentes entidades regionais, designadamente, os bancos, as instituições de formação e os sindicatos. No caso dos pólos tecnológicos, as empresas privilegiam o apoio das universidades e dos centros de investigação locais (públicos ou privados).

Voltando aos *linkage studies*, CHAPMAN e WALKER (1990, p. 65) detectam relações interempresariais com fornecedores de serviços (entidades privadas ou centros de investigação e desenvolvimento) e fluxos de comunicação ou de informação que reflectem um sistema de contactos e que podem ser importantes na concepção, definição e disseminação da inovação.

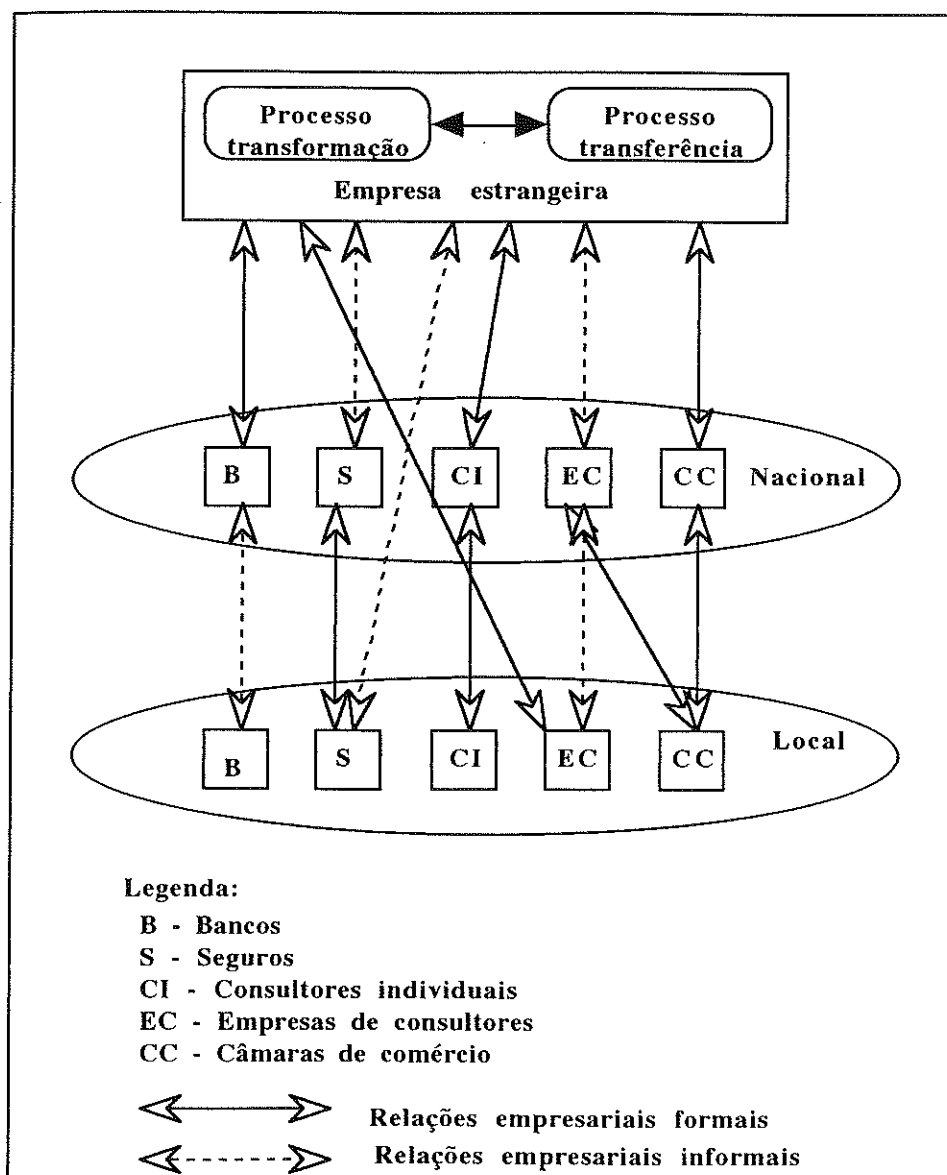
Estas formas de cooperação que se acabam de descrever assentam não só na contratualização das relações (contratos de investigação científica ou de fornecimento de bens e serviços), mas, sobretudo, nas informações que se trocam entre as empresas e os membros da comunidade local (câmaras de comércio internacional, consultores, associações empresariais, etc.). Num suplemento sobre a Alemanha, o presidente da Câmara de Comércio Luso-Alemã em Portugal, destacou o seu esforço de divulgação de Portugal, como local de investimento industrial, junto dos empresários alemães (VALOR, 1995, p.12).

Procurando justificar o papel central que ocupa a cidade de Miami no comércio internacional, KANTER (1995, p. 284) refere a existência de vinte e nove câmaras de comércio "binacionais", quarenta e nove consultores estrangeiros, vinte representações comerciais estrangeiras e o terceiro maior centro de bancos internacionais dos Estados Unidos.

A figura 4.5 procura ilustrar o tipo de relações (formais e informais) que podem ser estabelecidas pela empresa estrangeira no decurso do seu processo de transformação e transferência de recursos. Os contactos com bancos, seguradoras, consultores individuais, empresas de consultores e câmaras de comércio situados em países ou regiões diferentes, podem ocorrer a propósito de uma intenção de investimento (câmara de comércio), de um estudo de mercado (empresa de consultoria), do pedido de informações financeiras sobre cliente ou fornecedor (banco), ou outro tipo de solicitação.

Ponderados os argumentos avançados em tempo oportuno, é de esperar que as empresas estrangeiras estabeleçam relações (contratuais ou não) com entidades privadas pertencentes a diversos países e regiões, no decurso das quais a informação trocada seja susceptível de influenciar as suas decisões de localização.

Figura 4.5
Rede interempresarial



4.2.2.4 - A rede institucional

A rede institucional é composta pelas instituições públicas nacionais (agências governamentais) e regionais (órgãos locais ou regionais) que desenvolvem esforços de captação de investimento externo para um país ou para uma região.

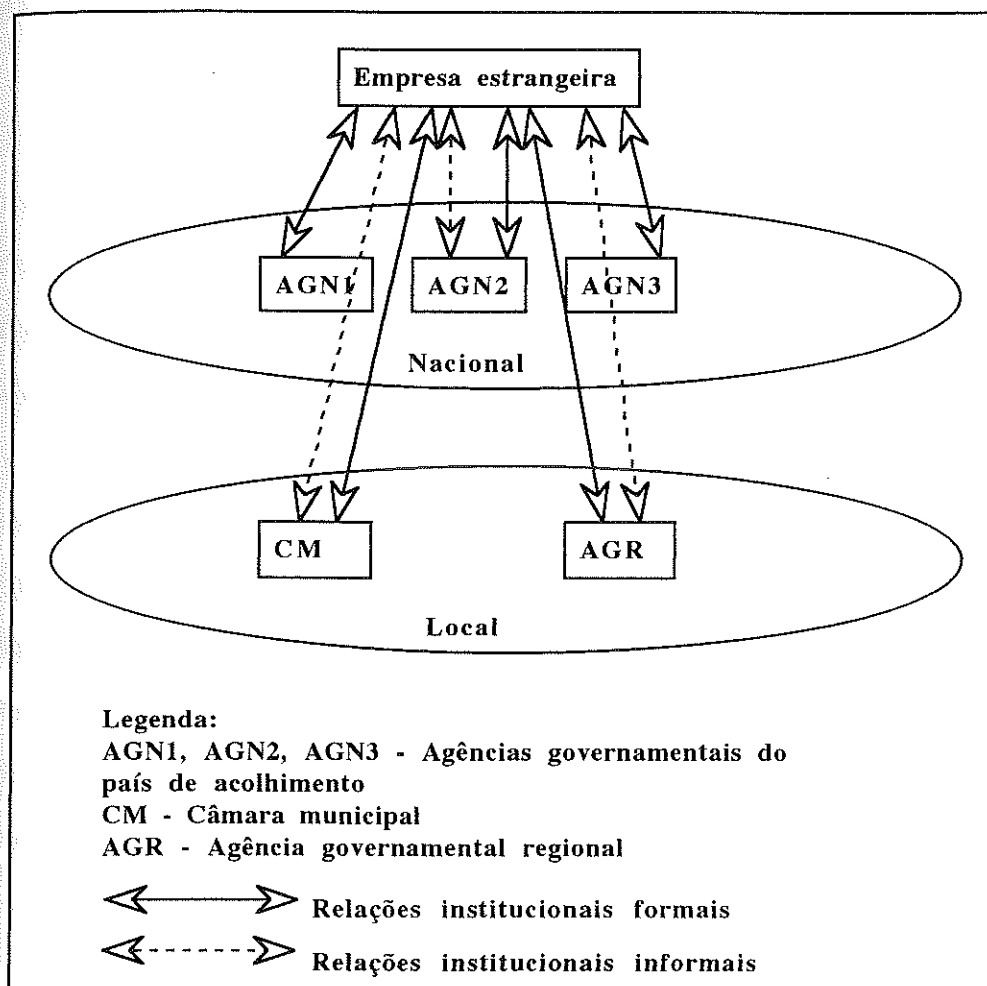
Na sua actividade diária estas instituições recebem oficialmente potenciais investidores externos e fornecem informações sobre as características sócio-económicas do país e das regiões, o sistema de incentivos financeiros ao investimento externo, o regime fiscal ou outras condições favoráveis à instalação da empresa estrangeira. Nalguns países existem mesmo organismos especializados na promoção do país junto de potenciais investidores e no acompanhamento dos projectos de investimento estrangeiro.

Ao nível regional também se encontram agências de apoio ao investidor (no Reino Unido, por exemplo) que desenvolvem esforços continuados no sentido de atrair mais investimento para a região. De modo informal e persistente, outras instituições públicas de âmbito local também auxiliam o investidor externo. A concessão de facilidades na aquisição de terrenos ou o aconselhamento sobre o melhor local do concelho para instalação da unidade produtiva são apenas alguns dos instrumentos de apoio que podem ser usados.

A figura 4.6 pretende ilustrar o conjunto de relações formais (oficiais) ou informais, que a empresa estrangeira pode estabelecer com agências governamentais nacionais ou regionais. No caso português, é o ICEP (Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal) que tem a tarefa de divulgar Portugal no estrangeiro, embora a concessão dos incentivos ao investimento seja da responsabilidade do IAPMEI (Instituto de Apoio à

pequena e Média Empresa e ao Investimento) e à formação profissional do IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional).

Figura 4.6
Rede institucional



Ao nível local as responsabilidades pela captação do investimento externo podem estar dispersas pelo poder político local e pelas agências governamentais regionais. No caso português, o ICEP mantém em funcionamento algumas delegações regionais que fornecem informações ao investidor estrangeiro, enquanto as Câmaras Municipais, sem competências atribuídas neste domínio, actuam pontualmente nalguns mercados externos. Cite-se, a este propósito, o esforço do presidente da

Câmara de Miranda do Douro, que se deslocou a Hong Kong para efectuar contactos com investidores chineses que depois se vieram a localizar naquele concelho (CRUZ, 1995, p. 4).

4.3 - UMA ABORDAGEM INTEGRADA DA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

Após a descrição dos diferentes tipos de rede que podem ser usadas como "intermediárias" no processo de selecção do país e da região, procura-se agora apresentar um quadro conceptual de análise que contemple a integração da abordagem relacional com a abordagem mais tradicional da localização.

Conforme se observa na figura 4.7, o processo de localização da empresa industrial estrangeira divide-se em duas grandes fases. Na primeira, as redes (sociais, intraempresariais, interempresariais e institucionais) são o veículo de informação sobre os países (concorrência internacional) e as regiões (concorrência interterritorial). Como esta fase é de natureza informacional, as redes servem sobretudo para a recolha de informação privilegiada sobre os potenciais países e regiões de instalação da empresa.

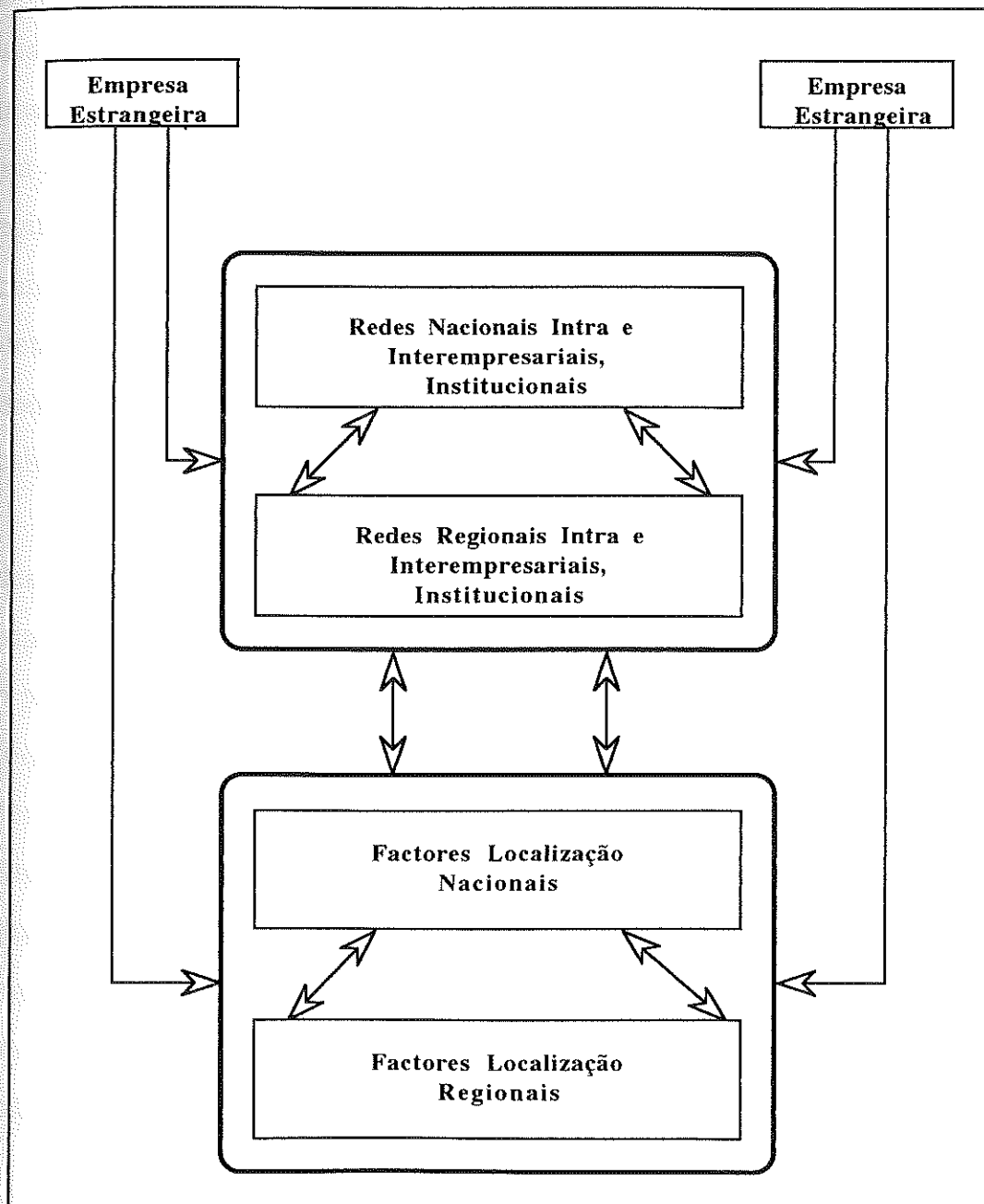
Na segunda fase as informações obtidas através dos diferentes tipos de rede são contrastadas com os factores de localização existentes em cada país e região. Ponderadas as alternativas locacionais, segue-se o processo negocial relativo à instalação da empresa estrangeira num país e região específicos.

Nesta perspectiva, as decisões de localização são condicionadas pela natureza, estabilidade e espessura das redes que os empresários estrangeiros possuem no país de acolhimento. Estas redes alicerçam-se nas relações pessoais ou empresariais, resultantes da contratualização ou não

dos processos de transformação e transferência de bens ou serviços (fornecedores, clientes, etc.) e no estabelecimento de laços formais ou informais com entidades privadas (bancos, câmaras de comércio, etc.) ou instituições públicas (agências governamentais ou câmaras municipais, etc.).

Figura 4.7

Abordagem integrada da localização da empresa estrangeira



Os vínculos do empresário estrangeiro com os indivíduos (rede social), parceiros comerciais (rede intraempresarial), entidades privadas (rede interempresarial) e/ou instituições públicas (rede institucional) residentes nos potenciais países e regiões de acolhimento são o suporte informativo que assegura o conhecimento das características socio-económicas do país e da região.

O processo de decisão resulta, assim, de uma interacção dinâmica entre o investidor externo e os empresários (nacionais ou estrangeiros), parceiros comerciais, entidades privadas ou instituições públicas. Nas mais diversas circunstâncias são trocadas informações sobre as características de países ou regiões que podem ser decisivas quando se trata de escolher o país concreto para investir e, dentro deste, o local (região) específico para instalação da empresa. Como os factores de localização industrial só existem se forem reconhecidos pelos investidores potenciais, a inclusão das redes como principal veículo de divulgação desses factores afigura-se complementar à compreensão do processo de localização.

Um aspecto para que é conveniente chamar a atenção no estudo das redes prende-se com a confiança na informação obtida, que sai reforçada sempre que mais do que uma rede fornece elementos pertinentes sobre um país ou região, mas que também pode originar alguma redundância informativa. Deste modo, entende-se que a avaliação da importância das redes deve ser individualizada pois, caso contrário, poderia assistir-se a efeitos de sobreposição na explicação do mesmo fenómeno. Dito de outra forma, a informação sobre um país ou região é só uma, embora possa ser fornecida com frequência variável, por diversos agentes e por diferentes tipos de rede. Este facto, porém, só afecta a confiança com que é recebida a informação.

Para além da aplicação que vai ser ensaiada nos próximos capítulos, esta abordagem pode ser de aplicação mais generalizada. Em particular, sugere-se a sua aplicação ao estudo da localização das empresas industriais no contexto doméstico, onde as redes sociais parecem exercer uma influência crescente. Outra área de aplicação igualmente interessante poderá ser a dos serviços e, em particular, os serviços de apoio empresarial (empresas de consultoria, agências de publicidade e de estudos de mercado, filiais bancárias, etc.).

CAPÍTULO 5

METODOLOGIA DE ESTUDO

Nos últimos capítulos tentou-se retratar a realidade multidimensional do fenómeno em estudo. Assim, começou-se por discutir as estruturas teóricas mais conhecidas na explicação da localização industrial, aproveitando-se o ensejo para salientar os principais traços caracterizadores das explicações fornecidas por autores oriundos de variadas áreas disciplinares e, em especial, da economia regional. Noutro capítulo, houve oportunidade de avaliar o quadro teórico proposto, contrastando-o com as principais críticas veiculadas. No capítulo seguinte, arrolaram-se os principais contributos teóricos sobre a localização da empresa estrangeira, ao mesmo tempo que se aferia da sua consistência face à evidência empírica recenseada, proveniente de outros contextos geográficos e metodologias.

Consolidados os conhecimentos, partiu-se então para a construção de uma estrutura analítica própria que acolhesse, para além dos contributos mais tradicionais, outros factores explicativos que foram sendo aduzidos nos capítulos precedentes.

O presente capítulo trata de operacionalizar a estrutura de análise proposta, plasmando no instrumento de notação básico as suas principais formulações e hipóteses de trabalho.

Este capítulo inicia-se com um breve apartado sobre a presença dos investimentos externos na economia nacional, onde se analisa com algum detalhe o período em estudo. Para esse efeito, recorre-se à decomposição dos fluxos de investimento externo para a indústria transformadora,

individualizando-se os que respeitam à constituição de novas empresas estrangeiras.

Consciente da natureza e extensão do fenómeno, avança-se para a discussão da metodologia a usar, de que se não podem dissociar os problemas relacionados com as fontes de informação em Portugal sobre a empresa estrangeira.

As etapas seguintes do estudo são concretizadas na definição da amostra, na formulação das hipóteses de trabalho, no desenho do questionário e na alusão à técnica de recolha da informação.

5.1 - O PANORAMA DO INVESTIMENTO ESTRANGEIRO EM PORTUGAL NO PERÍODO 1990/1994

O interesse dos investidores estrangeiros pela economia portuguesa só se começou a manifestar após a década de 60. Até aí, o condicionamento industrial e a lei da nacionalização de capitais comprometiam seriamente a instalação de empresas estrangeiras. As que se conhecem ou eram concessionárias de serviços públicos (telefones de Lisboa e Porto, distribuição de gás e electricidade em Lisboa, transportes colectivos em Lisboa), ou desenvolviam actividades no sector mineiro, ou comercializavam os produtos estrangeiros no mercado doméstico através de filiais de distribuição.

A partir dos anos 60, inicia-se a abertura da economia portuguesa que, entre outras consequências, desencadeia um afluxo de capitais estrangeiros no nosso país. Esses capitais, provenientes da Europa Ocidental e dos Estados Unidos, tiveram como destino preferencial a indústria transformadora e, em particular, as indústrias vocacionadas para a exportação (SILVA LOPES, 1996, p. 297).

Após o 25 de Abril de 1974, e passadas as perturbações políticas, sociais e económicas que se prolongaram até aos princípios dos anos 80, os investidores estrangeiros retomam as suas aplicações nas empresas nacionais, que se consolidam após a integração de Portugal nas Comunidades Europeias.

A adesão do país a um bloco comercial mais liberal flexibilizou a legislação sobre investimento externo, ao mesmo tempo que o comportamento da economia portuguesa excedia as expectativas dos analistas internacionais. Não espanta, por isso, que nos finais dos anos 80 as taxas de crescimento do IDE se situassem em torno dos 100% (FREITAS SANTOS, 1993, p. 40).

Nos princípios dos anos 90, o IDE alcança níveis históricos em Portugal, com valores em torno dos 500 milhões de contos, assistindo-se, a partir de 1993, a um decréscimo gradual que se situa, em meados da década, próximo dos 250 milhões.

Após este breve intróito sobre o movimento de IDE nas últimas décadas em Portugal, que serviu para situar o fenómeno, importa agora estudar o período escolhido (1990/94), ao mesmo tempo que se tecem alguns comentários sobre os modos de contabilização do investimento externo.

5.1.1 - Análise dos fluxos de investimento externo

O investidor que procura o nosso país para localizar a sua empresa está, desde 1995, sujeito ao Decreto-Lei n.º 321 de 28 de Novembro. Este diploma legal consagra, na sequência aliás do Decreto-Lei n.º 197-D/86, de 18 de Julho, os regimes normal e contratual do IDE.

Este último regime foi objecto de regulamentação posterior que estabeleceu as condições em que as "sociedades portuguesas com

participação estrangeira" ou as "sucursais de sociedades estrangeiras" podem celebrar contratos de investimento que tenham especial interesse para a economia nacional. Para usufruir deste regime os projectos devem ser de valor superior a 5 milhões de contos, ter um efeito estruturante no tecido económico, inserir-se nas políticas sectoriais e contribuir de forma relevante para o desenvolvimento e internacionalização da economia nacional.

Para se ter uma ideia da escassa relevância deste regime no período em análise basta dizer que nos dois primeiros anos foram celebrados dois contratos por ano (Continental/Mabor e COFAP, 1990; FORD/VW e PEPSICO, 1991), enquanto nos restantes a média foi de um contrato por ano (NESTE, 1992; Sommer Allibert, 1993; DAI, 1994).

Quanto aos fluxos totais de investimento externo dirigidos para a economia nacional, os seus fins reduzem-se basicamente a três: i) constituição de novas empresas (abertura de sociedade, constituição de empresa em nome individual, estabelecimento individual de responsabilidade limitada e abertura de escritório de representação); ii) investimento em empresas instaladas (aumento e reintegração de capital, entrada de novos sócios e prestações suplementares de capital); iii) aquisições de empresas (aquisição total ou parcial de quotas, acções ou participações sociais).

Se em termos financeiros esta distinção pouco interessa, uma vez que se trata de transferências de capital, para o investigador regional a discriminação dos fluxos é essencial. Isto porque os fluxos destinados à constituição de novas empresas se afiguram decisivos para o estudo da localização industrial. Por isso se resolveu separar o IDE total da criação de novas empresas.

Analisando a totalidade dos fluxos de investimento externo (Quadro 5.1) comprova-se que os três primeiros anos corresponderam à melhor

fase do período, se bem que seja em 1991 com o mega projecto da FORD/VW, o maior jamais registado em Portugal, que se alcance o valor máximo. Apesar disso, os efeitos na indústria transformadora são menos notados nesse ano, reservando-se para o ano seguinte a maior parcela do investimento. Em termos relativos, o peso do investimento externo produtivo tem-se vindo a acentuar, alcançando nos dois últimos anos as percentagens mais elevadas de todo o período.

Quadro 5.1
Investimento Directo Estrangeiro em Portugal

(milhões de contos)

Descrição	1990	1991	1992	1993	1994	Total
IDE Ind. Transformadora						
Valor absoluto	79,2	107,2	113,4	83,8	72,1	455,7
% do IDE total	16,8	17,4	19,2	30,63	30,9	20,9
Novos Invest. Industriais						
Valor absoluto	5,06	4,4	1,547	0,97	0,846	12,83
% total IDE	1,08	0,72	0,26	0,35	0,36	0,58
% total Ind. Transformadora	6,39	4,1	1,36	1,16	1,17	2,81
IDE Total	468,9	613,7	590,7	273,4	233,2	2179,9

Fonte: Elaboração própria com base em valores declarados ao ICEP (1995).

Quanto ao impacte dos novos investimentos industriais no total do IDE o seu peso não vai além de 1% o que, na média do período, pouco ultrapassa os 0,5%. Mesmo na indústria transformadora a parcela dos novos investimentos só é significativa nos dois primeiros anos (6% e 4%, respectivamente), diminuindo de importância nos anos seguintes. No total do período a representatividade deste tipo de investimentos aproxima-se dos 3%, sendo responsável por um encaixe médio anual de pouco mais de 12 milhões de contos.

Por outro lado, a importância dos fluxos totais de investimento externo na economia portuguesa no período considerado mostra-se volúvel. Conforme se pode observar no quadro 5.2, no melhor ano (1991), o valor do IDE chega a alcançar 32% da Formação Bruta do

Capital Fixo (FBCF) e 6,17% do Produto Interno Bruto (PIB). Logo após este máximo, assiste-se, a partir de 1993, a uma retracção nos valores do investimento externo recebido. Consequentemente, a importância do IDE na FBCF diminui mais de 6 vezes em relação a 1991, o mesmo sucedendo com o peso do IDE no PIB que passa de 6,17 em 1991 para 1,4 em 1994.

Quadro 5.2
Impacte do IDE na economia portuguesa

(milhões de contos)

Anos	Valor	IDE/PIB	IDE/FBCF
1990	468	5,5	20,8
1991	613	6,17	32,2
1992	590	5,2	20,8
1993	273	2,19	7,5
1994	233	1,4	5

Fonte: Estimativas do autor

Esta menor atracção dos investidores por Portugal nos últimos dois anos pode ficar a dever-se a factores de ordem externa, como a recessão na economia mundial e a concorrência dos países de leste, e a factores internos, como o abrandamento do crescimento económico e a diminuição do ritmo de privatizações.

Na repartição dos fluxos de investimento externo pelos diversos distritos portugueses (Quadro 5.3) observa-se que o capital estrangeiro se concentra em Lisboa, agravando-se esta tendência nos anos de 1991 e 1992, quando chega a ultrapassar os 80%. Se adicionarmos à parcela de Lisboa a da segunda cidade do país (Porto), a percentagem chega aos 90%.

Os distritos que contrariam esta hegemonia continuam a ser Aveiro e Setúbal e, em menor escala, Coimbra, Leiria e Braga. Faro surge algo destacado devido aos investimentos externos no turismo. Em contraponto, existem distritos sem interesse aparente para o investidor estrangeiro

como são os casos da Guarda, Portalegre, Bragança, Beja e Vila Real, enquanto outros distritos parecem despertar uma atenção pontual (Castelo Branco, Santarém e Viseu).

Quadro 5.3
Distribuição regional do IDE

(valores em %)

Distritos	1990	1991	1992	1993	1994
Aveiro	5,8	1,33	0,7	2,83	2,56
Beja	0,1	0,24	0,02	0,02	0,07
Braga	0,96	0,25	0,79	2,07	0,88
Bragança	0	0,06	0,09	0,05	0,01
Castelo Branco	0,27	0,94	0,06	0,17	0,54
Coimbra	4,72	0,4	0,17	3,01	0,79
Evora	0,12	0,09	0,09	0,12	0,16
Faro	3,47	2,74	1,62	2,42	1,1
Guarda	0,08	0	0,04	0	0
Leiria	0,34	0,22	1,46	0,35	0,49
Lisboa	63,3	80,4	84,4	61,3	76,6
Portalegre	0,02	0	0,08	0,13	0,73
Porto	16,2	10,6	4,66	19,5	8,01
Santarém	1,21	0	0,89	4,98	0,41
Setúbal	2,3	2,25	4,51	2,02	4,79
Viana do Castelo	0,56	0,18	0,1	0,3	0,2
Vila Real	0,39	0,08	0,01	0,31	0,01
Viseu	0,16	0,21	0,36	0,39	2,67
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração própria com base em valores declarados ao ICEP (1995).

No que se reporta à origem do IDE (Quadro 5.4), a França e Espanha foram os países comunitários que ao longo do período demonstraram maior propensão para investir em Portugal. Os investidores espanhóis, que antes da adesão tinham uma representação mínima no investimento externo acolhido por Portugal, aumentam significativamente o seu peso no total do IDE nos anos seguintes à adesão, atingindo o primeiro lugar em 1993.

O Reino Unido, que tradicionalmente era o maior investidor em Portugal, só em 1992 consegue alcançar uma posição temporária de liderança. Quanto aos restantes países comunitários o destaque vai para a

Alemanha que, nos dois primeiros anos do período, consegue alcançar o lugar de maior investidor em Portugal, embora ocupe uma posição discreta a partir de 1992.

Quadro 5.4
IDE por países de origem

(valores em %)

Países	1990	1991	1992	1993	1994
Reino Unido	7,1	3,3	22,9	11	11,4
França	15,5	9,9	14,1	10,3	6,1
Espanha	13,2	9,5	11,8	12,6	9,8
Holanda	3,3	5,4	8,1	8,9	5
Belg/Lux	7,9	8,5	7,7	4,8	25,4
Alemanha	20	23,4	4	8,8	7,9
Outros	2,2	8,1	3,7	3,7	3,6
União Europeia	69,2	68,1	72,3	60,1	69,2
Suiça	5,2	5,6	2,8	5,6	2,7
Austria (*)	0,1	0,4	1,4	10,9	4,3
Finlândia (*)	0,5	0,5	1,3	1,7	0,1
Suécia (*)	3,4	1,6	0,7	0,3	0,2
EFTA	9,5	8,4	9,4	18,9	8,6
Estados Unidos	2,8	6,6	5,5	6,9	4,3
Japão	2,3	0,82	0,29	1,8	0,27
Brasil	3,5	0,88	0,98	2,3	10,7
Resto do Mundo	12,7	15,2	11,5	10	6,9
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração própria com base em valores declarados ao ICEP (1995).

(*) Países actualmente na União Europeia.

Fora da União Europeia, a Suiça e os Estados Unidos são os investidores mais importantes, mantendo uma regularidade assinalável ao longo de todo o período, apenas quebrada pela Suiça em 1992 e pelos Estados Unidos em 1990. No que concerne ao Brasil, embora a sua quota se mantenha residual no início do período, verifica-se que no ano de 1994 alcançou o lugar de maior investidor em Portugal, ultrapassando a Suiça e os Estados Unidos.

Quanto à repartição do investimento externo pelos diferentes sectores de actividade económica (Quadro 5.5), regista-se uma

preferência pelos sectores financeiro (banca e seguros), transformador, turismo (comércio, restaurantes e hotéis) e imobiliário (construção e obras públicas). O sector financeiro assume ao longo dos anos em análise uma preponderância indiscutível, com assinalável pujança no biénio 90/91, em que ultrapassa os 60%. Este interesse foi justificado numa primeira fase pela instalação de algumas instituições financeiras estrangeiras em Portugal, e depois pela privatização de alguns bancos públicos e seguradoras.

Quadro 5.5
IDE por sectores de actividade

(valores em %)

Sector	1990	1991	1992	1993	1994
Agricultura e Pescas	2,2	0,7	1	1,7	1,1
Indústrias Extractivas	0,3	0,6	0,2	0,5	0,3
Indústria Transformadora	17	18	19	32	30
Alimentação e Bebidas	1,4	2,3	1,4	6,2	4,5
Têxteis, Vestuário e Calçado	1,9	1,2	0,64	3,5	1,1
Madeira e Cortiça	0,07	1,3	0,16	0,45	1,5
Papel	1,6	2,8	0,97	3,3	5,8
Química	4	3,2	7,9	6,8	3,5
Minerais não Metálicos	1,7	2,9	4	4	3,8
Metalurgia de base	0,31	0,33	0,38	0,34	1
Produtos Metálicos, Máquinas, Material Transporte	5,7	3,2	3,7	7,5	9
Indústrias Transf. Diversas	0,17	0,44	0,1	0,15	0,04
Const. e Obras Públicas	6,1	4,6	2,9	1,8	0,9
Comércio, Rest. e Hotéis	11	7,7	15	14	13
Transp. e Comunicações	0,4	1,8	1,1	1,9	0,5
Actividades Financeiras	63	66	60	44	53
Outros	0,6	0,6	0,4	3,9	0,5
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração própria com base em valores declarados ao ICEP (1995).

Os investimentos externos no sector transformador ganham relevância ao longo do período, retomando, nos dois últimos anos, a quota dos primeiros anos da adesão.

Numa análise subsectorial, os produtos metálicos, máquinas e material de transporte aumentam gradualmente a sua participação no investimento externo total, enquanto o subsector químico experimenta algumas flutuações e o dos têxteis, vestuário e calçado, vai perdendo alguma da sua pujança inicial. Os subsectores da alimentação e bebidas e do papel evidenciam algum dinamismo nos dois últimos anos (em torno dos 5%).

De mencionar, ainda, que as percentagens se encontram influenciadas pelos grandes projectos de investimento que ao abrigo do regime contratual trouxeram para Portugal a COFAP (1990) e a Ford/VW (1991) do subsector dos produtos metálicos, máquinas e material de transporte, a PEPSICO (1991) do subsector da alimentação e bebidas, e a Continental (1990), NESTE (1992) e Sommer/Allibert (1993) do subsector químico.

O sector do comércio, restaurantes e hotéis mantém uma posição estável ao longo do período, com excepção do ano de 1991, em que sofreu uma quebra acentuada, curiosamente no mesmo ano em que o investimento externo registava o seu maior valor de sempre. Apesar disso, a importância deste sector no investimento total é inegável, continuando o turismo a merecer o interesse do investidor estrangeiro.

Os restantes sectores são residuais, salientando-se a diminuição do investimento externo na construção e obras públicas, que esteve desde sempre ligado ao ritmo de construção de infraestruturas rodoviárias e sociais (hospitais, escolas, etc.) financiadas pelo governo português e pelos fundos comunitários.

5.1.2 - Análise da constituição de novas empresas estrangeiras

Para análise da constituição de novas empresas estrangeiras em Portugal no período compreendido entre 1990 e 1994, houve que separar o investimento externo entre valores de fluxo e de *stock*. No primeiro caso, contabilizaram-se somente as transferências anuais de capital estrangeiro, enquanto no outro atendeu-se, sobretudo, aos *stocks* de investimento que se foram acumulando no capital das empresas estrangeiras ao longo do tempo. Para efeitos do presente trabalho foram considerados os fluxos de investimento externo, pois só esta via permite detectar a constituição de novas empresas estrangeiras.

Na análise regional aos fluxos de investimento externo destinados à constituição de novas empresas (Quadro 5.6), constata-se que o Porto e Setúbal absorveram uma grande fatia desses investimentos. Este facto remete Lisboa, com primazia nacional na totalidade do IDE ou no IDE da indústria transformadora (FREITAS SANTOS e CADIMA RIBEIRO, 1996, pp. 153/154), para uma posição subalterna.

Nos restantes distritos salienta-se, pela negativa, Beja, sem quaisquer projectos, e Bragança e Évora, com pouco mais de 7 mil contos de investimentos externos.

Com uma dinâmica assinalável na captação de novos investimentos surge Viana do Castelo, Braga, Aveiro, Leiria e Viseu que, com excepção deste último distrito, se localizam todos na faixa litoral do território nacional.

Quadro 5.6
Novos investimentos industriais estrangeiros por distrito e subsector

(mil contos)

Distritos	CAE 31	CAE 32	CAE 33	CAE 34	CAE 35	CAE 36	CAE 37	CAE 38	CAE 39	Total
Aveiro	4,5	86,5	66,329	0,5	6,27	32,01	9,8	320,2	50,1	576,209
Beja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Braga	0,2	91,05	0	0	20,767	0	45	242,78	220	619,797
Bragança	0	0,6	1,1	0	0	0	0	6	0	7,7
CBranco	0	83,15	0	0	2,858	0	0	87,882	0	173,89
Coimbra	1,35	19,974	0	0	4,497	7,15	0	5,3	1	39,271
Évora	0	0	0	0	0	1,9	0	6	0	7,9
Faro	0	0,9	0,5	3,05	6,11	1	0	7,4	1,1	20,06
Guarda	0	72,9	0	0	0	0	0	0	0	72,9
Leiria	0	39	10	0	237,404	9,575	0	17,015	12,474	325,468
Lisboa	123,073	111,424	11,569	529,967	675,967	198,73	16,24	919,932	1,4	2588,302
Portalegre	1,4	0,19	250	0	1	0	0	0	0	252,59
Porto	130,675	375,36	11,31	23,775	1178,043	110,8	612,164	682,476	6,7	3131,303
Santarém	8,1	38,5	0	0	19,98	0	0	64,25	1,664	132,494
Setúbal	2077,324	1,96	29,25	649,2	91,52	0,45	4,1	270,02	0	3123,824
VCastelo	19,47	18,704	23,27	0,2	9,25	33	0	1354,3	5	1463,194
VReal	0	0,42	0	0	0	0	0	40	0	40,42
Viseu	0,28	0,3	60	0	56	0	0	139,6	0	256,18
Total	2366,372	940,932	463,328	1206,692	2309,666	394,615	687,304	4163,155	299,438	12831,5

Fonte: Elaboração própria com base em dados fornecidos pelo ICEP (1995).

CAE 31 - Alimentação, bebidas e tabaco; CAE 32 - Têxteis, vestuário e couro; CAE 33 - Madeira e cortiça

CAE 34 - Papel; artes gráficas e edição de publicações

CAE 35 - Química dos derivados do petróleo e do carvão e dos produtos de borracha e plástico

CAE 36 - Produtos minerais não-metálicos; CAE 37 - Metalúrgica de base

CAE 38 - Produtos metálicos e máquinas, equipamento e material de transporte; CAE 39 - Outras

Quanto aos subsectores da indústria transformadora mais procurados pelos investidores estrangeiros é de anotar o da fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte (CAE 38), mais eloquente nos distritos de Viana do Castelo, Lisboa e Porto. Igualmente aliciante é o subsector da alimentação, bebidas e tabaco (CAE 31), que em Setúbal recolhe a maior expressividade, enquanto no subsector químico dos derivados do petróleo e do carvão e dos produtos de borracha e plástico (CAE 35) se evidenciam os distritos do Porto, Lisboa e Leiria.

Os subsectores da indústria transformadora menos interessantes para o empresário estrangeiro são os dos produtos minerais não metálicos (CAE 36), madeira e cortiça (CAE 33) e a metalúrgica de base (CAE 37). Quanto ao primeiro subsector, a sua importância regional reside em Lisboa e Porto, enquanto o segundo se encontra disperso por vários distritos e o terceiro se concentra exclusivamente no Porto.

Um dos sectores tradicionais da indústria portuguesa (CAE 32 - têxteis, vestuário e couro) apresenta, no período em análise, um dinamismo algo inesperado. Os maiores fluxos são acolhidos pelo distrito do Porto e Lisboa, enquanto Braga, Aveiro e Castelo Branco se seguem com montantes de investimento declarado bastante significativos.

O quadro 5.7 da página seguinte sistematiza, por distrito, os países de proveniência dos fluxos de IDE para a constituição de novas empresas. Os maiores investidores foram a Espanha (22,2%), França (17,2%) e a Alemanha (15,4%). No conjunto de países realce para a Espanha que, sem tradição em Portugal na década de oitenta, rapidamente ascendeu à posição de líder em todos os tipos de IDE.

Quadro 5.7
Novos investimentos industriais estrangeiros por distrito e nacionalidade
(mil contos)

Distritos	Espanha	Alemanha	França	Itália	R.U.	Suiça	Outros	Total
Aveiro	52,599	17,9	77,3	52,91	0,25	44,75	330,5	576,209
Beja	0	0	0	0	0	0	0	0
Braga	69,32	443,437	24,5	70	9	2,4	1,14	619,797
Bragança	7,7	0	0	0	0	0	0	7,7
CBranco	0	9,5	88,34	22,2	20	33,45	0,4	173,89
Coimbra	0,75	0	30,05	1,5	0,4	0	6,571	39,271
Évora	1,5	5	0	1,4	0	0	0	7,9
Faro	5,38	0,855	0,7	0	7,9	0,875	4,35	20,06
Guarda	43	20,5	0,4	4,5	0	0	4,5	72,9
Leiria	2,035	269,104	13,949	0	0	2,5	37,88	325,468
Lisboa	854,497	231,192	102,409	257,995	342,956	75,406	723,847	2588,302
Portalegre	2,59	0	0	0	0	0	250	252,59
Porto	1093,498	889,934	525,346	18,89	169,02	64,13	370,485	3131,303
Santarém	64,98	0	9,664	37,5	17,25	0	3,1	132,494
Setúbal	500,792	9,16	31,607	1	3,486	0,4	2577,379	3123,824
VCastelo	123,47	26,2	1302,85	0	0	0	10,674	1463,194
VReal	0,42	37,6	0	0	0	2,4	0	40,42
Viseu	22,4	13,28	5,3	4	50	3,02	158,18	256,18
Total	2844,931	1973,662	2212,415	471,895	620,262	229,331	4479,006	12831,5

Fonte: Elaboração própria com base em dados fornecidos pelo ICEP (1995).

Pelo contrário, o Reino Unido, que em termos de IDE total ocupou uma posição de destaque ao longo do período (FREITAS SANTOS e CADIMA RIBEIRO, 1996, p. 149), surge neste tipo de investimento muito abaixo da Alemanha. Uma explicação para este facto pode residir no passado de cada um dos países. Assim, enquanto a Espanha só muito recentemente descobriu Portugal e começa agora a investir, o Reino Unido alcançou uma posição privilegiada desde longa data, razão pela qual os seus investimentos se destinam sobretudo ao reforço das participações que já detém nas empresas instaladas em Portugal. Fora da União Europeia, a Suíça é dos países que mais investe em Portugal, ultrapassando mesmo grandes investidores mundiais como o Japão.

Observando agora a distribuição regional deste tipo de investimentos, constata-se que os empresários espanhóis centraram as suas preferências nos distritos do Porto, Lisboa, Setúbal e Viana do Castelo. Este último distrito foi também escolhido pela maioria dos empresários franceses, enquanto os alemães optavam mais pelo norte do país (Porto e Braga).

Dos restantes principais investidores a saliência vai para o Reino Unido, a Itália e a Suíça, que concentraram os seus novos investimentos na capital do país.

No que se refere às novas empresas constituídas (Quadro 5.8), o panorama anteriormente descrito sofre algumas alterações. Assim, estima-se que Lisboa seja responsável pelo acolhimento de um terço do total das empresas estrangeiras instaladas em Portugal, quer estas sejam do primeiro ou segundo escalão (inferior ou superior a 25.000 contos, respectivamente).

Seguem-se os distritos de Porto (120) e Aveiro (52) com algum significado, enquanto Setúbal (38), Braga (36), Viana do Castelo (33) e Leiria (31) são remetidos para uma posição intermédia. Refira-se a

propósito que, no seu conjunto, estes distritos acolhem cerca de 50% do número total de empresas.

Quadro 5.8
Estimativa do número de novas empresas constituídas em Portugal, por região e capital social

Distritos	< 25.000 cts	> 25.000 cts	Total
Aveiro	46	6	52
Beja	0	0	0
Braga	28	8	36
Bragança	3	0	3
Castelo Branco	15	2	17
Coimbra	19	0	19
Évora	4	0	4
Faro	21	0	21
Guarda	7	1	8
Leiria	25	6	31
Lisboa	212	33	245
Portalegre	5	1	6
Porto	101	19	120
Santarém	11	2	13
Setúbal	29	9	38
Viana do Castelo	29	4	33
Vila Real	2	1	3
Viseu	14	5	19
Total	571	97	668

Fonte: Estimativa do autor baseado em dados do ICEP (1995), INE (1995) e na consulta de Diários da República (INCM, 1990; 1991; 1992; 1993; 1994).

Por volumes de investimento continuam a predominar Lisboa e Porto nos dois escalões, Aveiro no primeiro escalão e Setúbal e Braga no segundo. Merecem também relevo o distrito de Leiria, nos dois escalões de capital, e Viseu e Viana do Castelo, no escalão mais elevado do capital social.

Destaque pela negativa para Beja, uma das regiões mais desfavorecidas do país, que durante o período considerado não hospedou qualquer empresa. Com um registo similar estão Bragança e Évora, que pouco ultrapassaram os 7 mil contos, correspondentes à instalação de 3 e 4 empresas estrangeiras, respectivamente.

Caracterizados os fluxos de capital estrangeiro para a constituição de novas empresas, do ponto de vista da sua repartição geográfica, país de origem e orientação sectorial, e apresentadas as estimativas alusivas às novas empresas estrangeiras instaladas em Portugal, avança-se, de seguida, para a sustentação da metodologia escolhida.

5.2 - ALGUMAS CONSIDERAÇÕES PRÉVIAS EM TORNO DA METODOLOGIA SELECIONADA

As alternativas metodológicas com que se defronta o investigador da localização industrial são, como aliás já se deixou implícito na sistematização efectuada para a recensão empírica, a via econométrica ou a recolha de informação através da inquirição directa dos empresários.

Os estudos estatísticos e econométricos apoiam-se exclusivamente em dados estatísticos coligidos por instituições públicas e privadas ou, com base nesta informação, na construção de bases de dados próprias. Estes dados são objecto dos mais diversos tratamentos econométricos, sendo os seus resultados interpretados à luz da evidência empírica anteriormente realizada. No caso português esta opção, embora possível, sugere-se pouco apropriada para o estudo da localização industrial da empresa estrangeira.

Em primeiro lugar, porque os instrumentos de análise, baseados no uso de dados secundários, se afiguram pouco sensíveis à captação de fenómenos de índole regional (BESSA, 1986; REIS, 1986). As dificuldades aumentam quando, como é o caso, as exigências de desagregação geográfica são de tal ordem que o sistema estatístico nacional dificilmente disponibiliza informação, em condições de estabilidade e pertinência, para séries mais ou menos longas. Da mesma forma que para se estudar a morfologia de um insecto minúsculo se tem

de usar microscópio, também aqui se afigura indispensável adequar o instrumento de observação à dimensão da realidade a estudar. Ou, para usar uma metáfora kuhiana, "os peixes que se pescam dependem das redes que se lançam" (MAGALHÃES, 1996, p. 72).

Outra limitação é o uso nos modelos de variáveis que frequentemente aproximam uma realidade qualitativa ou de difícil mensuração, perdendo-se toda a riqueza fenomenológica da articulação da empresa estrangeira com a região onde se foi localizar. Os estudos ao nível local [OLIVEIRA NEVES (1992) e REIS (1992), por exemplo] são significativos do interesse manifestado pelos analistas regionais no conhecimento da realidade local em toda a sua riqueza.

Uma terceira nota prende-se com os objectivos concretos do trabalho que procura destacar o nexo de relações (sociais, empresariais e institucionais) estabelecidas entre as pessoas e as empresas ou instituições pertencentes a contextos geográficos diversos. A detecção destas relações só se afigura praticável através da auscultação directa do empresário. Os "linkage studies" realizados por autores como HOARE (1978), HEFNER e GUIMARÃES (1991) ou BARKLEY e McNAMARA (1994), embora secundem as nossas preocupações, contemplam apenas as relações intraempresariais, ficando aquém do tipo de relações que se pretendem estudar.

Finalmente, relembra-se, a propósito, que esta metodologia foi pouco usada em Portugal para o estudo dos factores de localização da empresa industrial estrangeira. Esta ocasião serve, por isso, para produzir material de suporte às comparações a realizar com outros países ou conjuntos de países, podendo mais tarde os seus resultados serem explorados, nas suas principais ilacções, pela via econométrica.

A entrevista baseada em questionário junto dos responsáveis das empresas estrangeiras, apesar das virtudes que se acabaram de elencar, está também sujeita a algumas limitações.

Um dos constrangimentos apontados a esta metodologia (UNCTC, 1992, p. 39) sugere que os seus resultados revelam factores de localização considerados importantes pelos responsáveis da empresa **depois** de ter sido realizado o investimento. Segundo BARKLEY e McNAMARA [1994 a), p. 25], o que interessaria saber eram os factores de localização **antes** da tomada de decisão. O lapso temporal entretanto ocorrido justificaria alguns enviesamentos nas respostas devido a modificações nas circunstâncias em que a localização da empresa foi decidida.

Outro problema que se coloca a quem recorre a este instrumento de notação é a possibilidade do inquirido se ver confrontado com questões muito gerais (DUNNING, 1973, p. 294), sendo forçado a encontrar factores que tenham interferido no seu processo de decisão. Para além das diversas interpretações a que a pergunta possa ser submetida, acrescenta-se a dispersão e ambiguidade das respostas fornecidas, o que torna difícil a comparabilidade dos estudos.

Questões de ordem logística, como o tempo necessário para realizar as entrevistas, a disponibilidade dos inquiridos para prestar a informação desejada e os custos da investigação condicionam a cobertura geográfica e sectorial dos estudos. Esta situação põe em causa frequentemente a representatividade da amostra e acaba por restringir a transferibilidade das conclusões para outras regiões e indústrias [BARKLEY e McNAMARA, 1994 a), p. 25].

Pese embora as contra-indicações que se acabaram de formular, que nalguns casos são intrínsecas à metodologia escolhida, os argumentos esgrimidos a favor da sua aplicação ao caso português e aos objectivos do

estudo em causa parecem suficientemente elucidativos para dispensarem quaisquer considerações adicionais.

5.3 - AS FONTES DE INFORMAÇÃO PARA ESTUDO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

As estatísticas oficiais portuguesas registam o IDE em termos dos seus fluxos anuais. Nesta recolha estatística sobressai o BANCO DE PORTUGAL [1995, 1995 a)], designadamente através do *Relatório Anual* e do *Boletim Estatístico*, que publicam informação por tipo de operação realizada (constituição de empresas, aumentos de capital, aquisição de quotas e/ou acções, lucros reinvestidos, empréstimos e suprimentos, etc.), por sector de actividade e por zona económica de origem do investimento. Os valores destas operações são contabilizados pelo Banco Central, que também inscreve os desinvestimentos realizados.

Porém, a desagregação distrital desta informação não se encontra disponível, o que a torna pouco útil para quem estiver interessado no estudo do fenómeno ao nível do estabelecimento ou da região.

Outra das fontes de informação sobre o IDE no nosso país é o ICEP (Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal) [1995] que regista, a partir de 1988, os fluxos anuais de IDE por distrito, para além de outra informação como o nome e origem da empresa investidora, o nome da empresa receptora em Portugal, o montante do investimento efectuado, o tipo de operação e o sector de actividade.

Esta informação é recolhida tendo por base os pedidos prévios de autorização de investimento que eram solicitados a este organismo oficial, correspondendo, *grosso modo*, às "intenções" do investidor estrangeiro. Este regime foi alterado recentemente pelo Decreto-Lei n.º 321/95 de 28 de Novembro, que tornou a comunicação destes movimentos exigível 30

dias após a sua concretização. Esta modificação legislativa permitirá que o ICEP abandone o registo dos valores declarados, passando os seus dados a coincidir com os do Banco de Portugal.

Apesar da informação do ICEP estar disponível por país de origem, classificação da actividade económica (CAE/73), tipo de operação, forma de realização, distrito e valor, quando se pretende identificar a designação social da empresa receptora do investimento em Portugal a informação é considerada sigilosa pelos serviços daquele organismo público. Por isso, as únicas alternativas que restam a quem está interessado no estudo do IDE ao nível da empresa estrangeira é socorrer-se de outras fontes complementares de informação.

As diferenças entre os valores declarados ao ICEP e os registados pelo Banco de Portugal correspondem, para o período de 1986 a 1992, a um grau de realização muito próximo dos 75% (SARAIVA, 1993, p.105). Estas discrepâncias são explicadas pelo facto de algumas intenções de investimento não se concretizarem ou, noutros casos, por escaparem aos registos do Banco de Portugal.

Uma fonte que deveria ser privilegiada mas que apresentou bastantes lacunas foi a base de dados BELEM (Base Portuguesa de Estabelecimentos e Empresas) do INE (Instituto Nacional de Estatística) [1995] que, para cada empresa inscrita contém, entre outras informações, a firma, morada, data de constituição, escalões de capital, vendas e pessoal ao serviço e a participação estrangeira no capital social. A listagem de empresas com participação estrangeira no capital social facultada por aquele organismo revelou-se insuficiente.

Outra das fontes consultadas foi o Departamento de Estatística do MESS (Ministério do Emprego e da Segurança Social) [1995]. Aqui, embora fosse obtida informação sobre a percentagem de capital

estrangeiro no capital social da empresa, a sua identificação foi impossível de realizar pois está registada sob a forma de código.

Uma outra fonte de informação que também apresenta diversas lacunas são as bases de dados privadas, entre as quais se citam o IF 4 ou a Dun & Bradstreet, que registam, anualmente, o comportamento das maiores empresas nacionais e estrangeiras. Parte desta informação é divulgada, todos os anos, em diversa imprensa diária, semanal e especializada, como são os casos do *Jornal de Notícias*, *Expresso* e *Exame*, respectivamente. Nestes casos, a informação disponibilizada está sujeita à boa vontade das empresas que todos os anos são solicitadas a fornecer elementos sobre a sua situação económico-financeira.

Uma última fonte de informação sobre a empresa estrangeira são as câmaras de comércio estrangeiras instaladas em Portugal, se bem que o grau de confidencialidade seja variável e nem todas possuam o mesmo sistema de registo das empresas. Por outro lado, a informação está de tal modo dispersa que só no caso de se pretender estudar as empresas originárias de um país esta fonte documental se oferece pertinente.

Como se observa, existe uma incompatibilidade entre as diversas fontes de informação sobre investimento e empresas estrangeiras em Portugal. Este facto obrigou o autor a efectuar uma estimativa das empresas constituídas em Portugal entre Janeiro de 1990 e Dezembro de 1994, a partir do cruzamento das fontes de informação já mencionadas e, em especial, do ICEP e do INE. Para conseguir a ligação entre os valores dos fluxos registados pelo ICEP e a identificação da empresa estrangeira, utilizou-se o INE e ainda uma outra fonte de informação. Trata-se do Diário da República (III Série) [INCM, 1990; 1991; 1992; 1993; 1994; 1995] que publica todos os pactos sociais das empresas (nacionais ou estrangeiras) constituídas em Portugal e que, na maior parte dos casos, foi

usada para identificar a empresa receptora do investimento (morada, origem e montante do capital).

Os critérios que estiveram na base da selecção da amostra, bem como na determinação do seu tamanho são mencionados no apartado seguinte.

5.4 - CONSTITUIÇÃO DA AMOSTRA

O universo de que se partiu para construir a amostra a utilizar no estudo baseou-se nas estimativas do autor sobre a instalação de novas empresas industriais estrangeiras em Portugal no período compreendido entre 1990 e 1994, a que já se fez alusão anteriormente.

Os grandes projectos de investimento estrangeiro realizados ao abrigo do regime contratual foram expurgados da análise. Como atrás ficou dito, este regime comporta um processo negocial entre a empresa estrangeira e o Estado português existindo, inclusive, um contrato onde são especificadas algumas das obrigações e direitos das duas partes. Este procedimento foi considerado elemento condicionador na escolha do país e, na maioria dos casos, da região, ainda que por via da atribuição de benefícios fiscais, incentivos financeiros ou apoios à formação profissional.

Todas as empresas que integram a amostra foram constituídas no período 1990/1994. Pretendeu-se com esta restrição temporal facilitar a resposta dos entrevistados sobre os factores que interferiram no seu processo de localização.

Foi com base na população das empresas estrangeiras constituídas em Portugal nos anos de 1990 a 1994 que se definiu a amostra. A dimensão e o método de extracção das unidades amostrais é apresentada de seguida.

5.4.1 - Dimensão

O número de empresas contactadas via postal foi de 70, acabando por aceitarem receber os investigadores e responder ao questionário 37 empresas. Segundo aquilo que se conseguiu apurar, este número de empresas corresponde a mais de 1/3 do número de empresas com capital social superior a 25.000 contos instaladas em Portugal no período em análise. Se considerarmos a totalidade das empresas contactadas, esta percentagem ascende a cerca de 70%.

Para se contrastar a dimensão da amostra usada no presente trabalho com as amostras construídas em investigações similares, listam-se de seguida (Quadro 5.9) um conjunto de estudos, efectuados por diversos autores, em contextos geográficos distintos.

Nesta listagem pode-se observar que 7 dos estudos recorrem a amostras iguais ou inferiores a 35 empresas. Nos casos em que a amostra é superior, a forma de recolha da informação é o inquérito postal (ULGADO, 1996) ou os países receptores estudados são mais do que um (BUCKLEY, NEWBOULD e THURWELL, 1988). O mesmo sucede, aliás, com o estudo da Comissão Europeia (CEC, 1993), com a agravante de ser mais abrangente, incluindo os serviços em geral.

Quanto ao estudo de SÁ MARQUES (1995), centra a sua atenção na região do Norte litoral e, em particular, na área metropolitana do Porto, sem delimitar com precisão o período de instalação das empresas no território nacional (a maioria é posterior a 1986), o tipo de operações de IDE (não só criação de novas empresas como aquisições, aumentos de capital, etc.) e as percentagens de participação no capital social das empresas (inferiores e superiores a 50%).

Por tudo isto se pode afirmar que, salvaguardados os aspectos referentes ao uso de técnicas estatísticas e econométricas sofisticadas que

aconselham um número elevado de observações (empresas), a dimensão da amostra se afigura pertinente face à metodologia escolhida.

Quadro 5.9
Listagem de alguns estudos realizados sobre a empresa estrangeira com base na técnica do inquérito

Autores	Amostra	Técnica Utilizada	País Investidor	País Receptor	Sector
Hood e Truijens (1993)	22	Entrevista Directa	Japão	Reino Unido	Indústria Transf.
Beschomer e Mueller (1993)	14	Inquérito Postal	Japão	Alemanha	Todos Sectores
Herrin e Pernia (1987)	50 (*)	Entrevista Directa	Diversos	Filipinas	Todos Sectores
Haigh (1990)	20	Entrevista Directa	Diversos	Estados Unidos	Indústria Transf.
Mirza, Buckley e Sparkes (1995)	20	Entrevista Directa	Reino Unido	Japão	Indústria Transf.
Buckley, Newbould e Thurwell (1988)	43	Entrevista Directa	Reino Unido	Diversos	Indústria Transf.
Bachtler e Clement (1990)	30	Entrevista Directa	Diversos	Reino Unido	Indústria Transf. e Serviços
CEC (1993)	90	Entrevista Directa	Diversos	Diversos	Indústria Transf. e Serviços
Buckley, Berkova e Newbould (1983)	35	Entrevista Directa	Diversos	Reino Unido	Indústria Transf.
Sá Marques (1995)	49 (**)	Entrevista Directa	Diversos	Norte litoral	Indústria Transf.
Szanyi (1994)	14	Entrevista Directa	Diversos	Hungria	Indústria Transf.
Ulgado (1996)	305 (***)	Inquérito Postal	Diversos	Estados Unidos	Indústria Transf.

(*) Destas empresas, 29 têm capital estrangeiro.

(**) Destas empresas, 26 têm 100% de capital estrangeiro.

(***) Destas empresas, 228 têm capital estrangeiro.

5.4.2 - Estratificação

Na configuração da amostra o critério que esteve na base da selecção das empresas foi, numa primeira instância, o número estimado de empresas instaladas nos distritos nacionais com capital social superior a 25.000 contos. A fixação de um limite no capital da empresa ficou a

dever-se, sobretudo, a questões de materialidade. Entendeu-se, deste modo, que valores insignificantes de capital traduziam um escasso envolvimento do investidor externo no balanceamento dos factores de localização. Por isso, só excepcionalmente se recorreu a empresas com montantes de capital social inferiores àquele limite e, mesmo assim, com valores muito próximos dos 25.000 contos.

A extracção das unidades amostrais do universo das empresas identificadas foi sempre realizado de forma aleatória, embora se respeitassem as quotas atribuídas a cada distrito.

Como se pode observar no Quadro 5.10, os distritos que não acolheram no período referenciado empresas estrangeiras com capital social superior a 25.000 contos foram excluídos do estudo. No total são cinco os distritos que não têm empresas estrangeiras na amostra.

Antes de mais uma chamada de atenção especial para o distrito de Beja, que ao longo do período não acolheu qualquer empresa estrangeira. Não muito longe da situação acabada de enunciar estão Bragança e Évora, com um número escasso de empresas com dimensão reduzida.

De realçar que Vila Real e Portalegre, com uma empresa estrangeira cada de capital social superior a 25.000 contos, estão incluídos na amostra, apesar da sua fraca expressão no total do investimento externo. O distrito de Faro, por seu turno, não foi contemplado porque a maioria das empresas detectadas não registavam um montante significativo de capital social. Pelo mesmo motivo se decidiu excluir o distrito de Coimbra.

Como é normal nesta metodologia, houve empresas que foram contactadas por via postal mas que, alegando indisponibilidade ou desinteresse, obrigaram o investigador a prescindir da sua colaboração. Esta situação só se revelou intransponível no distrito da Guarda, onde a colaboração da única empresa com capital social superior a 25.000 contos

não foi assegurada. Com a inclusão de três empresas na amostra do distrito de Viseu procurou-se ultrapassar o problema.

Quadro 5.10
Amostra

Distritos	Empresas Contactadas	Empresas Entrevistadas
Aveiro	8	3
Beja	0	0
Braga	5	3
Bragança	0	0
Castelo Branco	4	3
Coimbra	0	0
Evora	0	0
Faro	0	0
Guarda	1	0
Leiria	5	3
Lisboa	17	6
Portalegre	1	1
Porto	12	6
Santarém	2	2
Setúbal	7	4
Viana do Castelo	2	2
Vila Real	1	1
Viseu	5	3
Total	70	37

Em todos os restantes casos a representatividade regional foi garantida, com base nas estimativas do número de empresas estrangeiras instaladas em Portugal no período em análise, em geral com capital social superior a 25.000 contos.

No que se refere à distribuição das empresas ao longo do período em análise (Quadro 5.11), é de assinalar que os anos de 1990 e 1991 representam mais de 50% do total da amostra. Este facto justifica-se por ser nestes anos que os fluxos de IDE destinados a novos investimentos na indústria atingiram os valores absolutos e percentuais mais elevados (Ver quadro 5.1). Nos restantes anos do período o número de empresas

entrevistadas diminuiu, acompanhando o decréscimo verificado nas intenções do investidor externo.

Quadro 5.11
Empresas entrevistadas por ano de constituição

Ano de Constituição	Número Filiais Produtivas	Número Filiais Distribuição	Número <i>Joint Ventures</i>	Total
1990	9	3	0	12
1991	9	1	0	10
1992	7	1	0	8
1993	2	1	1	4
1994	1	1	1	3
Total	28	7	2	37

Verifica-se, ainda, que o número de filiais produtivas inquiridas é mais significativo nos primeiros anos do período, enquanto as filiais de distribuição, com excepção do ano de 1990, estão representadas com uma empresa em todos os anos. As *joint ventures* só aparecem nos dois últimos anos do período e antecipam, de algum modo, as novas vias do IDE em Portugal.

Quanto à ventilação sectorial da amostra (Quadro 5.12) é de salientar que todas as actividades da indústria transformadora estão representadas. Como não podia deixar de acontecer, houve a preocupação de garantir que os subsectores com maior expressão ao nível dos fluxos de IDE para a constituição de novas empresas estrangeiras estivessem presentes.

Os têxteis, vestuário e calçado constituem 32,4% da amostra, surgindo com um peso igualmente importante a fabricação de produtos metálicos e máquinas (27%) e a química e produtos de borracha e plástico com 21,6%.

Um estudo recente (GONÇALVES e GUIMARÃES, 1996), confirma a importância em termos de emprego dos três sectores mais

representados na amostra, tendo por base os dados dos quadros de pessoal do Ministério do Emprego e Segurança Social (MESS) para o período 82/92.

Quadro 5.12
Empresas entrevistadas por sector de actividade económica

CAE (1973)	Sector Actividade Económica	Número Filiais Produtivas	Número Filiais Distribuição	Número Joint Ventures	Total
31	Alimentação, bebidas e tabaco	1	1	0	2
32	Têxteis, vestuário e calçado	11	1	0	12
33	Madeira e cortiça	0	0	1	1
34	Papel, artes gráficas e edição de publicações	1	0	0	1
35	Química e produtos de borracha e plástico	5	2	1	8
36	Produtos minerais não metálicos	1	0	0	1
37	Metalúrgica de base	1	0	0	1
38	Fabricação produtos metálicos e máquinas, equipamento e material de transporte	7	3	0	10
39	Outras	1	0	0	1
Total		28	7	2	37

Os restantes subsectores da indústria transformadora, com excepção da alimentação, bebidas e tabaco (5,4%), estão representados com uma única empresa (2,7%). Apesar disso, e por referência aos fluxos analisados no quadro 5.6, a distribuição sectorial respeita a importância relativa dos fluxos, com excepção dos têxteis, vestuário e calçado que surge algo sobredimensionado. Esta discrepância deve-se sobretudo ao carácter mão de obra intensivo do subsector que, com fluxos de capital menores, dá origem a um maior número de empresas.

Assinale-se também que as *joint ventures* incluídas na amostra foram realizadas apenas nos subsectores da madeira e cortiça e da química

e produtos de borracha e plástico, enquanto que as filiais de produção só não estão representadas no primeiro daqueles subsectores.

Passando agora a analisar a amostra por nacionalidade da empresa (Quadro 5.13), constata-se que a Alemanha e a Espanha respondem por perto de 50% das empresas entrevistadas. Fazendo apelo ao quadro 5.7 verifica-se que no conjunto do período os fluxos provenientes de Espanha, França e Alemanha são, por esta ordem, os de maior valor absoluto.

Quadro 5.13
Empresas entrevistadas por nacionalidade do capital social

Nacionalidade do Capital Social	Número Filiais Produtivas	Número Filiais Distribuição	Número <i>Joint Ventures</i>	Total
Alemanha	10	1	1	12
Espanha	3	3	0	6
França	1	1	1	3
Itália	3	0	0	3
Reino Unido	2	0	0	2
Holanda	0	1	0	1
Finlândia	1	0	0	1
Suécia	1	0	0	1
Austria	1	0	0	1
Suiça	2	0	0	2
Estados Unidos	1	0	0	1
Japão	2	0	0	2
Malásia	0	1	0	1
Brasil	1	0	0	1
Total	28	7	2	37

Como na composição sectorial da amostra, também aqui se nota uma falta de correspondência entre o volume dos fluxos investidos e as empresas constituídas. Este aspecto é mais visível no caso alemão onde o número de empresas entrevistadas representa cerca de 32% da amostra.

Com origem na União Europeia, para além das já mencionadas Alemanha (32,4%), Espanha (16,2%) e França (8,1%), incluem-se a Itália (8,1%) e o Reino Unido (5,4%). Com uma única empresa estão presentes

ainda a Suécia, Holanda, Finlândia e Áustria. No total foram entrevistadas 30 empresas comunitárias, que traduz uma quota amostral de 80%.

Também com empresas presentes na amostra estão o Japão (5,4%), que introduz a perspectiva do maior investidor mundial; os Estados Unidos (2,7%), como o mais antigo investidor em Portugal; a Suíça (5,4%), como país membro da EFTA; e a Malásia e o Brasil (2,7%, cada), como representantes do continente asiático e da América Latina.

Quanto às características das empresas entrevistadas (Quadro 5.14), e começando pelo capital social, houve a preocupação em garantir a colaboração de empresas com um capital social significativo.

Quadro 5.14
Empresas entrevistadas por capital, volume de vendas e número de trabalhadores

Características das empresas	Número Filiais Produtivas	Número Filiais Distribuição	Número Joint Ventures	Total
Capital social (mil contos)				
< 25	4	1	0	5
25 - 100	12	6	0	18
> 100	12	0	2	14
Total	28	7	2	37
Volume de vendas (mil contos)				
< 500	11	7	2	20
500 - 999	5	0	0	5
> 1.000	12	0	0	12
Total	28	7	2	37
Número de trabalhadores				
< 10	1	6	0	7
10 - 49	8	1	1	10
50 - 100	11	0	1	12
> 100	8	0	0	8
Total	28	7	2	37

As 5 empresas (13,5%) incluídas na amostra no escalão inferior a 25.000 contos estão muito próximas deste limite. Os dois escalões seguintes contribuem em percentagens diferentes para o total da amostra. O escalão superior (mais de cem mil contos) é responsável pela parcela

menor (37,8%), enquanto o escalão intermédio (entre 25 e 100 mil contos) representa perto de metade da amostra. De referir que as únicas *joint ventures* contempladas na amostra estão enquadradas no limite superior do capital, enquanto no escalão mínimo apenas surge uma filial de distribuição.

Observando a distribuição das empresas entrevistadas pelos escalões de volume de vendas, nota-se uma concentração nos limites inferior (menos de 500 mil contos) [54,1%] e no limite superior (mais de um milhão de contos) [32,4%]. Por outro lado, o primeiro escalão é o único a possuir os três tipos de empresas estudadas, recolhendo os escalões seguintes exclusivamente filiais de produção.

A finalizar a descrição da amostra analisa-se a intensidade do emprego gerado pelas empresas. Neste particular, constata-se um equilíbrio em todos os escalões, evidenciando-se, apesar de tudo, os dois escalões centrais com cerca de 60% das empresas. Saliente-se que o escalão inferior (menos de 10 pessoas) acolhe a quase totalidade das filiais de distribuição, enquanto que as filiais produtivas só estão representadas por uma empresa.

5.5 - FORMULAÇÃO DAS HIPÓTESES DE TRABALHO

Antes de se proceder à configuração final do questionário, importa adiantar as hipóteses de trabalho para que o instrumento de notação possa recolher a informação desejada. Refira-se, a propósito, que a articulação destas hipóteses com a fundamentação teórica e empírica veiculada em capítulos anteriores é novamente aqui evocada.

Não é o caso, porém, das hipóteses avançadas de seguida. De facto, desconhecem-se quaisquer aplicações do enfoque das redes, pelo que esta peça de investigação deve ser encarada como uma tentativa exploratória

de identificação e avaliação da importância dos diferentes tipos de redes no processo de localização da empresa estrangeira.

A primeira hipótese a enunciar pressupõe que as relações de natureza social podem servir de veículo de divulgação das condições do país e, conseqüentemente, das suas regiões para instalação da empresa estrangeira. Esta informação, para além de independente e informal, é fornecida numa base de confiança mútua construída ao longo do tempo.

H1: A rede social nacional exerce influência na escolha de Portugal.

Na hipótese seguinte pretende-se aferir do contributo de clientes, fornecedores, agentes ou representantes de vendas, subcontratantes e empresas estrangeiras (rede intraempresarial), no processo de localização da empresa estrangeira. A detecção de oportunidades de negócio, a obtenção de complementaridades ou sinergias produtivas e comerciais, as potencialidades do mercado ou a existência de recursos naturais ou mão de obra qualificada, podem ser observados "in loco" ou apreendidos através da experiência intraempresarial vivida.

H2: A rede intraempresarial nacional exerce influência na escolha de Portugal.

Outra das hipóteses aventadas, surge na sequência da hipótese anterior e trata de saber qual o papel desempenhado pelas câmaras de comércio, associações empresariais, consultores, empresas de consultoria, bancos ou outras entidades privadas nacionais (rede interempresarial nacional) e regionais (rede interempresarial regional) na atracção da empresa industrial estrangeira. As informações fornecidas, de natureza contratual ou não, alicerçam-se no conhecimento da realidade nacional e local, sendo um elemento de avaliação precioso na análise das virtualidades e constrangimentos dos países e regiões e, portanto, na selecção das alternativas de localização internacional e regional. Por isso

se espera que, quer a rede interempresarial nacional, quer a regional, influenciem o processo de localização da empresa estrangeira.

H3: A rede interempresarial nacional exerce influência na escolha de Portugal.

H4: A rede interempresarial regional exerce influência na escolha da região.

As restantes hipóteses associadas à abordagem relacional, referem-se ao papel das instituições públicas nacionais e regionais (rede institucional). Assim, pretende-se saber qual a importância que os empresários estrangeiros conferem a estas instituições na selecção do país e da região. Na verdade, embora a missão de alguns destes organismos públicos esteja directamente relacionada com a atracção do IDE, o que interessa averiguar é o seu grau de dinamismo e empenhamento na promoção e captação do investimento externo. Dada a cobertura geográfica diferenciada dos organismos públicos envolvidos, resolveu-se autonomizar a actividade desenvolvida pelos organismos oficiais nacionais (ICEP, IEFEP, IAPMEI) dos organismos oficiais locais (Câmaras Municipais).

Nesta medida, as instituições públicas nacionais e regionais constituem um elemento suplementar de atracção da empresa industrial estrangeira.

H5: A rede institucional nacional exerce influência na escolha de Portugal.

H6: A rede institucional regional exerce influência na escolha da região.

Na posse de conhecimento sobre as características dos países e regiões candidatos ao acolhimento da empresa industrial estrangeira, chega o momento de se identificarem os factores mais tradicionais de localização ao nível do país. De acordo com a evidência empírica já

referenciada em capítulo próprio os principais factores que parecem determinar a escolha de um país estão relacionados com a dimensão do mercado e/ou os custos de mão de obra (FERREIRA, 1984; CULEM, 1988; JEON, 1992; UNCTC, 1992; MOORE, 1993; ALZONA e RONDI, 1993; WANG e SWAIN, 1995) e os recursos naturais (FONTOURA, 1995).

H7: Os factores mais valorizados pelos responsáveis da empresa estrangeira na selecção do país são o mercado, os custos da mão de obra e os recursos naturais.

Quando a escolha do país está decidida existem outros factores de localização mais específicos que condicionam a escolha da região onde a empresa se vai instalar. No caso português, a qualificação da mão de obra, a existência de terrenos industriais e as infraestruturas de transporte foram os factores de localização regional mais apontados pelos responsáveis das empresas estrangeiras para se instalarem na área metropolitana do Porto (SÁ MARQUES, 1995).

H8: O empresário estrangeiro depois de seleccionar Portugal, escolhe a região de acordo com a sua dotação relativa em mão de obra qualificada, terrenos industriais e infraestruturas de transporte.

As hipóteses seguintes procuram averiguar da influência dos incentivos (financeiros, fiscais ou outros) na atracção da empresa estrangeira. Se ao nível internacional o seu papel no aumento da atractividade dos países parece inegável (DUNNING, 1973; HOOD e TRUIJENS, 1993), o mesmo já não sucede com as regiões. De facto, enquanto alguns autores defendem que a oferta de incentivos "empurra" o investidor externo para regiões desfavorecidas (YANNOPOULOS e DUNNING, 1976; O'FARRELL, 1980; HILL e MUNDAY, 1992; COLLIS e NOON, 1994), outros autores (BLACKBOURN, 1978;

SEMPLE, 1987; YOUNG, HOOD e HAMILL, 1988) são menos otimistas e sublinham que este instrumento de política regional é necessário mas não suficiente.

Por isso, a hipótese relativa à concessão dos incentivos ao investimento externo foi dividida em duas, consoante o incentivo seja concedido por uma instituição nacional (ICEP, IAPMEI, IEFP) ou por uma instituição local (Câmara Municipal).

H9: Os incentivos oferecidos pelos organismos públicos nacionais (ICEP, IAPMEI, IEFP) aumentam a possibilidade da empresa estrangeira se localizar fora dos grandes centros urbanos.

H10: Os incentivos oferecidos pelos organismos públicos regionais (Câmaras Municipais) aumentam a possibilidade da empresa estrangeira se localizar nessa região.

5.6 - DESENHO DO QUESTIONÁRIO

Para a elaboração do questionário foram consultados diversos autores que, usando a mesma metodologia, desenvolveram estudos em áreas próximas ou em contextos geográficos diversos. No caso português, fez-se uso de inquéritos à localização das empresas da região centro (GASPAR *et al.*, 1984) e da região de Viseu (FERRÃO, 1985) sem distinção quanto à natureza do investidor.

No caso do IDE recorreu-se, no Reino Unido, a dois estudos sobre o investimento realizado por empresas britânicas no exterior (BUCKLEY, NEWBOULD e THURWELL, 1988) e sobre o investimento das empresas europeias no Reino Unido (BUCKLEY, BERKOVA e NEWBOULD, 1983). O questionário anexo ao relatório apresentado pelo *Netherland Economic Institute* em cooperação com a *Ernst & Young*

sobre os novos factores de localização nos países comunitários (CEC, 1993) também foi de grande utilidade, o mesmo se podendo afirmar do questionário sobre a descentralização industrial em São Paulo e os factores de localização (TOWNROE, 1983). Com contributos mais relevantes ao nível da inventariação dos factores de localização industrial assinalam-se os estudos de AURIOLES e PAJUELO (1988) para Espanha, HAIGH (1990) para os Estados Unidos, HERRIN e PERNIA (1987) para as Filipinas e de BESCHORNER e MUELLER (1993) para a antiga República Democrática Alemã.

O questionário (Anexo I) foi dividido em quatro grandes grupos de questões, para além de uma capa destinada a anotar o contacto da empresa (designação, morada, telefone, fax) e a identificar o entrevistado.

O primeiro grupo de questões (grupo I) pretende caracterizar a empresa objecto de estudo de modo a permitir, posteriormente, um cruzamento desta informação com algumas das respostas obtidas nos outros grupos.

O agregado seguinte (grupo II) procura retratar a forma como os factores de localização são percebidos pelo responsável da empresa estrangeira ao nível internacional. A importância dos incentivos na atracção da empresa estrangeira é ainda avaliada através da colocação de uma questão específica.

Na sequência do grupo anterior de questões, os factores críticos de localização que determinam a escolha de uma região nacional são expostos no grupo III, consagrando-se novamente o papel dos incentivos.

O IV grupo tenta captar a rede de relações de natureza diversa que se estabelecem entre o investidor estrangeiro e as pessoas, empresas e instituições inscritas no país e na região onde a empresa estrangeira se vai instalar. Com esse intuito definiram-se três subconjuntos, correspondentes

à rede de relações sociais, às relações intra e interempresariais e às relações institucionais.

A inserção de perguntas fechadas, abertas e de atitude, ao longo do questionário, foi cuidadosamente administrada. As perguntas fechadas foram incluídas sempre que se tratava de classificar, de entre um leque alargado de factores, aqueles que maior peso exerciam na decisão final. Do mesmo modo, foram usadas para a indicação de factos ou acontecimentos. As perguntas abertas foram incluídas com parcimónia, de modo a deixar alguma liberdade ao entrevistado para justificar as suas preferências ou constrangimentos. As perguntas de atitude foram utilizadas para facilitar a graduação da preferência do entrevistado em relação a um factor ou atributo concreto, surgindo uma escala equilibrada (1 a 6) para medir a frequência dos contactos intra e interempresariais; e uma escala de Likert (1 a 5) para medir o grau de importância que era atribuído a um factor concreto (por exemplo, os incentivos financeiros).

Antes de se chegar à versão definitiva do questionário, foi desenvolvida uma primeira versão que se submeteu a um número restrito de investigadores. Algumas modificações foram sugeridas, tendo sido consideradas numa segunda versão que foi objecto de um teste junto de 2 empresários nacionais, 2 espanhóis e um alemão. Este ensaio preliminar do questionário serviu para afinar algumas das questões colocadas e reformular aquelas em que os empresários se mostravam pouco à vontade para responder.

Como já se referiu, a preocupação central que norteou a construção do questionário foi a da recolha de informação pertinente que viabilizasse plenamente o contraste com as hipóteses ventiladas.

A hipótese H1 examina as características (composição, espessura, estabilidade e intensidade) da rede social e avalia da sua importância na atracção do investimento estrangeiro. Para o teste desta hipótese foram

incluídas no questionário perguntas relativas à identificação da rede social, aferindo-se da sua importância para a localização da empresa através de uma escala de atitude compreendida entre 1 e 5. Da mesma forma se procedeu para as hipóteses atinentes à rede intraempresarial (H2), à rede interempresarial nacional (H3) e regional (H4) e à rede institucional nacional (H5) e regional (H6).

A indicação dos factores de localização nacionais e regionais preferidos é solicitada aos inquiridos para verificação da sexta e sétima hipóteses (H7 e H8). Este desiderato é conseguido quer por via de uma pergunta aberta, onde se pede que seja identificado o factor de localização mais importante, quer pela apresentação de uma listagem pré-formatada para escolha de outros factores críticos.

Quanto à última hipótese foi solicitado aos entrevistados que graduassem, numa escala de atitude compreendida entre 1 e 5, a importância que atribuíam aos incentivos na escolha do país (H9) e da região (H10).

5.7 - TÉCNICA DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

A recolha da informação foi realizada por entrevista pessoal com o responsável directo pela decisão de localização, nas instalações da empresa estrangeira seleccionada, a partir de um questionário estruturado. Quando o responsável directo já não presidia aos destinos da empresa, optou-se pela entrevista a um dos responsáveis funcionais dessa empresa que tivesse acompanhado de perto o seu processo de localização.

Com vista à marcação da entrevista, os directores gerais das empresas seleccionadas foram previamente contactados por via postal (Anexo II), aferindo-se, deste modo, da sua disponibilidade para prestar a informação desejada. Mais tarde, e por via telefónica, foi confirmada ou

não a data da entrevista. Quando houve manifestação de indisponibilidade das empresas para receber os entrevistadores, recorreu-se, sempre que possível, à extracção aleatória de empresas suplentes, respeitando, sempre que possível, os critérios de representatividade geográfica, sectorial ou de nacionalidade.

As entrevistas, iniciadas em Janeiro de 1996, terminaram em Junho do mesmo ano. Na sua realização participou o autor do estudo, que se fez acompanhar de um anotador para registar informações extra-questionário, já que a utilização de gravador não se afigurou aconselhável. A duração média das entrevistas foi de uma hora.

CAPÍTULO 6

UMA ABORDAGEM RELACIONAL DA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

O responsável da empresa que pretende investir no exterior confronta-se, frequentemente, com um problema de acesso à informação sobre as características relevantes dos países que potencialmente podem acolher o seu investimento.

Para diminuir o grau de incerteza da sua decisão, o responsável da empresa tem que reunir um conjunto de informações fiáveis que lhe permitam identificar, com algum grau de segurança, os países mais interessantes para a instalação da sua empresa. Como a informação nem sempre está disponível ao preço, quantidade e qualidade desejáveis, o investidor vê-se na contingência de recorrer a fontes de informação pessoais (rede social), comerciais (rede intraempresarial e rede interempresarial) e institucionais (rede institucional).

A importância destas redes na atracção da empresa estrangeira foi conceptualizada em capítulo próprio, tendo sido depois operacionalizada para escrutínio junto dos empresários estrangeiros sob a forma de inquérito. Este instrumento de notação serviu de base ao estudo empírico que se empreendeu, dando-se conta neste capítulo dos resultados relativos à estrutura e importância das redes. Fora do âmbito desta investigação fica a análise dos mecanismos de formação, desenvolvimento e consolidação das redes.

A investigação inicia-se com a rede social, procurando-se identificar os seus membros e a arquitectura das relações informais que

entre eles se estabelecem, ao mesmo tempo que se tenta avaliar a importância que este tipo de rede desempenha na atracção do investimento externo.

Segue-se a rede intraempresarial, que alicerça as suas relações nas operações comerciais estabelecidas entre a empresa e os seus colaboradores mais próximos, como os clientes, fornecedores, agentes comerciais, subcontratantes ou empresas estrangeiras.

A rede interempresarial, por seu turno, fundamenta-se nos contactos da empresa com as instituições privadas (câmaras de comércio, associações empresariais, etc.) ou com os parceiros empresariais privilegiados, como sejam consultores, empresas de consultoria, bancos ou companhias de seguros que actuam ao nível nacional ou regional.

A finalizar a abordagem relacional inclui-se a rede institucional pública, que compreende o conjunto das instituições governamentais e regionais mais directamente envolvidas na captação de investimento externo para o país e região.

Na última secção procede-se ao teste das hipóteses relativas à possibilidade das redes interferirem no processo de localização da empresa estrangeira.

6.1 - A INFLUÊNCIA DA REDE SOCIAL NA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

As relações pessoais de amizade e de confiança mútua que responsáveis de empresas estrangeiras estabelecem com amigos ou empresários mais próximos (nacionais ou estrangeiros), fora do seu ambiente de trabalho, podem motivar a instalação da empresa no exterior e, frequentemente, a escolha do país, por sugestão ou conselho dos empresários ou amigos já aí instalados.

A rede social, designação genérica para o nexo de relações informais acabadas de descrever, é mais um elemento a considerar quando se estuda a localização da empresa estrangeira. Com efeito, é de esperar que a intervenção destes agentes sociais junto dos empresários estrangeiros contribua para a instalação das suas empresas em Portugal.

Sendo assim, parece ser possível afirmar-se que a capacidade da rede social (os agentes sociais no seu conjunto) será tanto maior quanto maior for a sua espessura, estabilidade e intensidade. Isto é, quanto mais densos, longos e frequentes forem os contactos entre os elementos da rede e os potenciais investidores externos.

No presente apartado pretende-se averiguar da espessura, estabilidade, intensidade e natureza da rede social portuguesa, aquilatando-se, depois, da sua contribuição para a localização da empresa estrangeira em Portugal.

6.1.1 - Caracterização da rede social

A rede social que interferiu no processo de localização da empresa estrangeira em Portugal fundamenta a sua estrutura nas relações de amizade que se estabelecem entre os amigos portugueses (empresários ou não) e os investidores estrangeiros, e entre estes e os seus amigos.

Estas relações de amizade surgiram na sequência de encontros informais entre os interessados, ocasionados, entre outros motivos, por viagens ao estrangeiro ou a Portugal, participação em missões, seminários ou congressos, conversas com amigos comuns ou visitas a feiras e exposições em Portugal e no estrangeiro.

No conjunto da amostra estudada, a rede social portuguesa (Quadro 6.1) participou activamente na atracção de investimento externo, tendo interferido na instalação de 29 empresas estrangeiras (78,4%). Nesta

rede social a participação portuguesa (43,3%) é superior à estrangeira (32,4%), ao contrário do que sucede com o estatuto do indivíduo pertencente à rede, que mereceu igual consideração por parte do investidor estrangeiro, quer ele fosse amigo ou empresário (37,9%).

Quadro 6.1
Características da rede social

Características da rede social	Tipologia da rede social					Total
	AP	AE	EP	EE	AP/EE	
Não realizaram contactos						8 (21,6)
Composição e espessura	9 (24,4)	5 (13,5)	7 (18,9)	7 (18,9)	1 (2,7)	29 (78,4)
Total						37 (100)
Estabilidade						
< 1 ano	5	2	3	1	1	12
1-5 anos	2	2	4	4	0	12
> 5 anos	2	1	0	2	0	5
Intensidade						
Diária	0	0	1	0	0	1
Semanal	2	1	1	4	0	8
Mensal	4	1	2	3	0	10
Trimestral	1	1	0	0	1	3
Ocasional	2	2	3	0	0	7

Legenda: A.P - Amigo português; A.E - Amigo estrangeiro; E.P - Empresário português; E.E - Empresário estrangeiro; A.P/E.E - Amigo português e Empresário estrangeiro. As percentagens estão entre parêntesis.

Com algum destaque aparecem as relações de amizade entre os nacionais e empresários estrangeiros (24,4%), enquanto os contactos do investidor externo com mais do que um interlocutor só aconteceu numa empresa. Nos restantes casos, os empresários nacionais e estrangeiros (18,9%, cada) e os amigos estrangeiros (13,5%) foram os elementos da rede que contribuíram para a instalação de empresas estrangeiras em Portugal.

Quanto às características da rede social, constata-se que o tempo de duração das relações entre os elementos da rede e o investidor externo é,

em regra, superior a um ano (58,6%), embora se encontre um número significativo de indivíduos (41,4%) que encetaram contactos apenas um ano antes da instalação da empresa. A duração superior dos contactos anteriores ao investimento é mais notada nos empresários estrangeiros (6 em 7 casos) do que nos amigos e empresários portugueses. Nestes, o tempo da relação é em geral inferior a cinco anos, aparentando ser tempo suficiente para construir uma relação de confiança mútua. Refira-se, entretanto, que a maior ou menor duração das relações pode influenciar a estabilidade da rede social, pois para quem investe num país desconhecido a confiança nas pessoas e na imparcialidade das informações que elas fornecem só se alcança ao fim de um certo tempo de conhecimento recíproco.

Outra das características da rede social que interessa analisar é a frequência com que ocorrem os contactos entre os membros da rede e os potenciais investidores externos. De facto, quanto mais assíduos são os contactos mais rapidamente evolui a relação e se conquista a confiança do investidor. Neste particular, salienta-se o estabelecimento de contactos mensais (34,5%) e semanais (27,6%) dos empresários estrangeiros e amigos portugueses com os investidores externos, o que mostra bem do interesse recíproco que os interlocutores colocam na troca de informações. No extremo oposto estão 25% dos responsáveis das empresas que se instalaram em Portugal, que manifestaram pouca assiduidade nos contactos que mantiveram com elementos da rede social. A maior constância nas relações pessoais ocorreu com um empresário português que, trabalhando no país de origem do investimento, contactava diariamente com um responsável de empresa estrangeira que se veio a instalar em Portugal.

6.1.2 - Avaliação da importância da rede social para a localização da empresa estrangeira

O papel da rede social na selecção das regiões nacionais (Quadro 6.2) foi decisivo nos distritos do interior onde os inquiridos premiam, com alguma regularidade (desvio padrão baixo), a intervenção dos agentes sociais (média mais elevada). Este facto revela maior envolvimento dos agentes locais na divulgação das potencialidades da sua região, ao mesmo tempo que evidencia a importância da sua participação na decisão de localização da empresa estrangeira.

Numa análise mais desagregada, verifica-se que as maiores pontuações foram obtidas nos distritos de Vila Real, Santarém, Castelo Branco e Aveiro, embora estes dois últimos manifestem uma das mais baixas taxas de contacto, logo a seguir a Viseu (33%). Nos distritos de Lisboa e Porto a importância dos agentes sociais é comparativamente mais fraca (média mais baixa) e instável (desvio padrão mais alto), mesmo em relação aos distritos do litoral. Nestes distritos, a taxa de contacto atinge os 100% em Braga, Leiria, Santarém e Viana do Castelo, o que antecipa algum dinamismo, nem sempre correspondido por parte dos investidores. O distrito de Braga, a este respeito, é paradigmático.

Nas grandes cidades, para além da taxa de contacto ser menor, assiste-se a uma desvalorização da importância dos agentes sociais na decisão de localização. As razões para este facto podem ser encontradas na existência de redes mais densas de relações (intra e interempresariais) e na diversidade das fontes de informação, que nas cidades de Lisboa e Porto são mais numerosas e acessíveis.

Quadro 6.2
Importância da rede social e localização regional da empresa estrangeira

Distritos	Contactos		Importância	
	Número	Taxa (b)	Média (a)	Desvio padrão
Aveiro (n=3)	2	66	5	-
Braga (n=3)	3	100	3,33	0,57
Castelo Branco (n=3)	2	66	5	-
Leiria (n=3)	3	100	4,66	0,57
Lisboa (n=6)	5	83	4,4	0,54
Porto (n=6)	5	83	4,2	1,09
Santarém (n=2)	2	100	5	-
Setúbal (n=4)	3	75	4,66	0,57
Viana Castelo (n=2)	2	100	4,5	0,7
Vila Real (n=1)	1	100	5	-
Viseu (n=3)	1	33	4	-
Lisboa e Porto (n=12)	10	83	4,3	0,82
Regiões litoral (n=17)	15	88	4,46	0,74
Regiões interior (n=8)	4	50	4,75	0,5

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1). (b) Taxa de contacto = número de contactos efectivos/número de contactos possíveis X 100.

Passando agora para a análise da importância dos membros da rede social (Quadro 6.3), constata-se que em cerca de 80% dos casos estudados os seus membros participaram activamente no processo de localização da empresa estrangeira. Com efeito, a média da importância conferida pelos entrevistados está muito próxima do valor máximo da escala, não registando grandes oscilações nas pontuações atribuídas, como se comprova pelos valores reduzidos do desvio padrão.

Os agentes mais valorizados pelos investidores externos foram os empresários estrangeiros (4,57) e os amigos portugueses (4,55). No primeiro caso, a predilecção pelos conselhos e informações dos empresários estrangeiros com experiência de Portugal é compreensível, pois reflecte o ponto de vista independente de quem contornou problemas,

ultrapassou dificuldades e conseguiu explorar as oportunidades que o mercado lhes oferecia.

Quadro 6.3

Importância dos agentes sociais na localização da empresa estrangeira

Tipologia da rede social	Média (a)	Desvio padrão
Com amigo português	4,55	0,52
Com amigo estrangeiro	4,4	0,89
Com empresário português	4,42	0,78
Com empresário estrangeiro	4,57	0,78
Misto (amigo português e empresário estrangeiro)	3	-
Total (n= 29)	4,44	0,73

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1).

Quanto à eleição dos amigos portugueses e, em menor grau (4,42), dos seus empresários como informadores privilegiados no processo de localização da empresa estrangeira, a principal razão parece ter sido o conhecimento aprofundado da realidade sócio-económica do país e das características particulares das suas regiões. No cômputo geral, a rede social foi usada por 29 dos inquiridos que lhe atribuíram uma importância média de 4,44 numa escala de atitude entre 1 e 5. Este facto aponta para o exercício de alguma influência da rede social no processo de localização da empresa estrangeira.

6.2 - A INFLUÊNCIA DA REDE INTRAEMPRESARIAL NA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

As relações de carácter formal ou informal que se estabelecem entre a empresa estrangeira e os seus parceiros comerciais (clientes, agentes ou fornecedores) ou outros interlocutores (subcontratantes ou

empresas estrangeiras) instalados em Portugal, constituem aquilo que se designou por rede intraempresarial.

Os contactos são estabelecidos no decurso do processo de transformação ou transferência regular de bens ou serviços entre a empresa estrangeira e os membros da rede. Ao longo do tempo as relações tornam-se mais estreitas e confiáveis, podendo evoluir para a localização da empresa no país, a propósito da detecção de uma oportunidade de negócio ou de uma aposta mais forte no mercado nacional ou comunitário.

À semelhança do que foi aventado para a rede social, também aqui a capacidade da rede intraempresarial será tanto maior quanto mais espessa, estável e intensa for essa rede. Isto é, quanto mais densos, longos e frequentes forem os contactos entre os elementos da rede e os potenciais investidores externos.

A caracterização desta rede e o seu impacte na localização da empresa estrangeira no nosso país e nas suas regiões constituem o objectivo das secções que se seguem.

6.2.1 - Caracterização da rede intraempresarial

À semelhança da rede anterior, também a rede intraempresarial nacional foi utilizada por cerca de 80% das empresas estrangeiras que se localizaram em Portugal (Quadro 6.4). A sua estrutura é constituída por clientes, empresas estrangeiras, fornecedores, agentes comerciais e subcontratantes. Os parceiros com maior densidade de relações são os clientes, a empresa estrangeira e os fornecedores. Anote-se que os processos de venda de produtos finais e de compra de matérias primas são o pretexto para a troca de informações sobre o mercado português que podem conduzir ao investimento externo. Do mesmo modo, a experiência

de outras empresas estrangeiras no país ou em regiões específicas parece estimular a implantação de empresas da mesma ou de outras nacionalidades.

Quadro 6.4
Características da rede intraempresarial

Características da rede intraempresarial	Tipologia da rede intraempresarial						Total
	C	F	AC	SUB	EES	M	
Não realizaram contactos							8 (21,6)
Composição e espessura	9 (24,3)	5 (13,5)	3 (8,1)	2 (5,5)	7 (18,9)	3 (8,1)	29 (78,4)
Total							37 (100)
Estabilidade							
< 1 ano	1	1	0	1	1	1	5
1-5 anos	5	4	0	1	5	0	15
> 5 anos	2	0	3	0	1	2	8
Intensidade							
Diária	0	0	0	0	0	0	0
Semanal	1	3	2	0	2	0	8
Mensal	6	2	0	1	3	1	13
Trimestral	1	0	1	0	2	2	6
Ocasional	1	0	0	1	0	0	2

Legenda: C - Clientes; F - Fornecedores; AC - Agentes comerciais; SUB - Subcontratantes; EES - Empresas estrangeiras; M - Mista (mais do que um contacto). As percentagens estão entre parêntesis.

No grupo dos actores empresariais menos envolvidos estão os subcontratantes, que parecem antecipar uma diminuição do seu negócio quando a localização da empresa estrangeira no território nacional implica uma verticalização do seu processo produtivo. De modo semelhante se entende a fraca participação dos agentes comerciais, que encaram a presença de uma subsidiária da empresa-mãe como um concorrente potencial que ameaça o seu contrato exclusivo de distribuição.

Alguns dos inquiridos (8,1%) recorreram, ainda, a mais do que um dos membros da rede, no intuito de confrontarem pontos de vista ou

experiências pessoais que ajudassem a esclarecer eventuais dúvidas no decurso do processo de localização.

Quanto à longevidade das relações estabelecidas no âmbito da rede intraempresarial, observa-se que são raras as situações em que os contactos, antes do investimento, foram inferiores a um ano, enquanto para mais de 80% dos entrevistados a duração dos contactos foi superior a um ano. Os contactos mais duradouros ocorreram com os agentes comerciais (mais de 5 anos), seguindo-se os clientes, fornecedores e empresas estrangeiras, onde predominaram os contactos do escalão intermédio (entre 1 e 5 anos). Para além das circunstâncias pontuais que podem influir na duração de uma relação comercial, nunca é de mais salientar que o tempo é um activo precioso na conquista da confiança e na credibilização do actor empresarial.

No que se reporta à frequência dos contactos realizados pelos actores da rede intraempresarial com os seus parceiros estrangeiros, a periodicidade mensal é a situação mais vulgar para 45% dos entrevistados, embora sejam os clientes e as empresas estrangeiras os actores mais envolvidos. Nos contactos semanais (27,6%), destacam-se os fornecedores e agentes comerciais, onde prevalece a troca de informação sobre as encomendas enviadas, a regularidade das entregas e os pagamentos das transacções comerciais. A maior intensidade de contactos (diária) não foi mencionada pelos inquiridos, enquanto a mais fraca (ocasional) só reuniu o consenso de dois elementos da rede (subcontratante e cliente).

6.2.2 - Avaliação da importância da rede intraempresarial para a localização da empresa estrangeira

Na escolha do local para instalação da empresa a importância da rede intraempresarial (Quadro 6.5) foi mais notada nas regiões do interior (4,2), do que nas cidades de Lisboa e Porto (3,4) ou nas regiões do litoral (2,92).

Quadro 6.5
Importância dos contactos intraempresariais e localização regional da empresa estrangeira

Distritos	Contactos		Importância	
	Número	Taxa (b)	Média (a)	Desvio padrão
Aveiro (n=3)	2	66,6	1	-
Braga (n=3)	3	100	3,66	1,52
Castelo Branco (n=3)	1	33,3	5	-
Leiria (n=3)	3	100	1,66	0,57
Lisboa (n=6)	5	83,3	4,2	0,83
Portalegre (n=1)	1	100	2	-
Porto (n=6)	5	83,3	2,6	1,81
Santarém (n=2)	1	50	5	-
Setúbal (n=4)	3	75	3,66	1,52
V. Castelo (n=2)	2	100	3,5	2,12
Viseu (n=3)	3	100	4,66	0,57
Lisboa e Porto (n=12)	10	83,3	3,4	1,57
Regiões litoral (n=17)	14	82,3	2,92	1,63
Regiões interior (n=8)	5	62,5	4,2	1,3

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1). (b) Taxa de contacto = número de contactos efectivos/número de contactos possíveis X 100.

Na análise distrital, constata-se que só uma empresa instalada em Castelo Branco e outra em Santarém pontuaram a intervenção dos actores empresariais com a nota máxima. Os distritos onde os contactos intraempresariais assumiram também uma importância determinante

foram Viseu e Lisboa, respectivamente, com taxas de contacto de 100% e 83,3% e uma importância de 4,66 e 4,2. Seguem-se com uma importância mais reduzida, Braga e Setúbal (3,66) e Viana do Castelo (3,5), embora Setúbal registe uma taxa de contacto mais fraca (75%).

Com uma importância simbólica na atracção das empresas estrangeiras para o seu distrito estão os actores empresariais sediados em Aveiro, Leiria, Portalegre e Porto que, numa escala de 1 a 5, não atingem o valor médio de 3. Mais estranho é o caso de Leiria que, com uma taxa de contacto de 100%, só obtém uma importância média de 1,66. Esta situação sugere um escasso empenhamento dos actores envolvidos, com a consequente desvalorização do seu papel na atracção de investimento para a sua região.

A riqueza do tecido empresarial local (Lisboa) e a presença de um "ambiente multinacional" (Castelo Branco, Braga e Setúbal) são explicações possíveis para os diferenciais de dinamismo relacional observados nalguns distritos.

Releve-se, entretanto, que os distritos com actores empresariais dinâmicos e empenhados podem constituir um elemento adicional de atractividade para uma região, não só pela sua própria actuação mas também porque são susceptíveis de gerar um efeito de alastramento (*spillover*) nos empresários estrangeiros. Neste aspecto Porto e Lisboa, com taxas de contacto iguais, foram julgadas de forma muito diversa pelos inquiridos, que apreciaram menos a acção dos actores empresariais nortenhos.

Quanto à importância relativa dos actores empresariais (Quadro 6.6), os entrevistados preferiram a empresa estrangeira (4,14) e os fornecedores (4), embora os contactos com mais do que um actor apareçam incluídos neste grupo com um peso superior aos fornecedores (4,33). Com escassa relevância na escolha do nosso país estão os

subcontratantes e, algo inesperadamente, os clientes e agentes comerciais, de quem se esperava uma participação mais activa.

Quadro 6.6
Importância dos actores empresariais na localização da empresa estrangeira

Tipologia da rede intraempresarial	Média (a)	Desvio padrão
Clientes	2,55	1,66
Fornecedores	4	1,41
Agentes comerciais	2,66	2,08
Subcontratantes	1,5	0,7
Empresa estrangeira	4,14	1,06
Misto (dois contactos)	4,33	0,57
Total (n= 29)	3,31	1,58

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1).

Quanto à participação esperada dos fornecedores e da empresa estrangeira na captação de investimento externo para o nosso país, a sua actuação visa uma aproximação geográfica aos seus parceiros comerciais. Esta actuação procura, no caso dos fornecedores, garantir as vendas com custos de transporte mais reduzidos, e, no caso das empresas estrangeiras, aumentar o poder negocial junto das entidades nacionais e regionais.

No que respeita ao comportamento dos clientes, a sua acção tem uma importância inferior à esperada, pois aguardava-se que a instalação no mercado português do seu fornecedor externo lhe permitisse um aprovisionamento em condições de maior eficiência. No entanto, também é de admitir que a instalação da empresa estrangeira no nosso país configure uma ameaça potencial para a empresa nacional. No caso dos agentes comerciais este argumento afigura-se ainda mais lógico, pois existem contratos de distribuição exclusiva que não serão mantidos se a empresa passar a ter instalações próprias no país.

Relativamente à influência global da rede intraempresarial na localização da empresa estrangeira, verifica-se que foi usada por 29 dos inquiridos, que lhe atribuíram uma importância média inferior à da rede social (3,31). Se, por um lado, é preciso não esquecer que as operações de compra, venda ou cooperação empresarial são frequentemente usadas para o conhecimento pessoal dos interlocutores, para a detecção de oportunidades de investimento e para a análise das características particulares de um país ou região, também é verdade que a rejeição do país pode servir a estratégia empresarial de alguns agentes, distribuidores ou empresas nacionais.

6.3 - A INFLUÊNCIA DA REDE INTEREMPRESARIAL NA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

As entidades privadas que desenvolvem actividades complementares à da empresa, mas que não interferem directamente no processo de transformação ou transferência de bens e serviços, constituem os actores interempresariais. Neles se incluem os bancos, companhias de seguros, empresas de consultoria ou consultores, associações empresarias ou industriais e câmaras de comércio.

Na sua actividade corrente, frequentemente são chamadas a dar parecer, opinião, conselho ou informação, consoante a sua área geográfica de actuação (nacional ou regional), a pedido de empresas estrangeiras. Por isso se achou pertinente descrever, em primeiro lugar, a composição e estrutura da rede, avaliando-se, de seguida, o seu grau de participação na localização da empresa estrangeira.

Como já se afirmou a propósito da rede social e intraempresarial, também aqui se espera que a importância da rede interempresarial na

escolha do país e das suas regiões seja proporcional à sua espessura, estabilidade e intensidade.

6.3.1 - Caracterização da rede interempresarial

Os elementos que compõem a rede interempresarial nacional e regional (Quadro 6.7) são, por ordem decrescente de participação, as empresas de consultoria ou consultores (21,6% e 24,3%, respectivamente, para as de índole nacional e regional), as câmaras de comércio (13,5% e 5,4%) e os bancos (2,7% e 5,4%). Refira-se, ainda, que é muito significativo o número de empresas que não recorreram a entidades da rede interempresarial (62,2%), o que não acontecia com as duas redes estudadas anteriormente, onde a percentagem se ficava pelos 21,6%. Nesta medida, uma das primeiras ilacções a extrair aponta para uma estrutura mais débil desta rede comparativamente à rede social e intraempresarial. No entanto, esta ideia precisa de ser reforçada com a análise da importância dos membros da rede.

As empresas de consultoria e os consultores individuais foram os interlocutores mais solicitados ao nível do país (21,6%) e das regiões (24,3%). Esta preferência parece justificar-se pela garantia de maior profissionalismo e isenção das informações prestadas por estas entidades, que estão profundamente inseridas na realidade sócio-económica do país e das suas regiões.

As câmaras de comércio associadas à nacionalidade da empresa estrangeira (câmara de comércio luso-alemã, por exemplo), foram mais contactadas no plano nacional do que regional, em virtude de muitas destas entidades não possuírem escritórios regionais.

Quadro 6.7
Características da rede interempresarial (nacional e regional)

Características da rede interempresarial	Tipologia da rede interempresarial						Total	
	Nacional			Regional			Nac.	Reg.
	B	ECC	CC	B	ECC	CC		
Não realizaram contactos							23 (62,2)	24 (64,9)
Composição e espessura	1 (2,7)	8 (21,6)	5 (13,5)	2 (5,4)	9 (24,3)	2 (5,4)	14 (37,8)	13 (35,1)
Total							37 (100)	37 (100)
Estabilidade								
< 6 meses	0	4	1	1	4	1	5	6
6-12 meses	0	2	2	1	1	1	4	3
> 12 meses	1	2	2	0	4	0	5	4
Intensidade (a)								
1	0	2	0	0	0	1	2	1
2	0	1	0	1	2	0	1	3
3	0	4	1	0	3	0	5	3
4	1	0	1	0	1	0	2	1
5	0	1	3	1	3	1	4	5

Legenda: B - Bancos; ECC - Empresas de consultores ou consultores; CC - Câmaras de comércio. (a) A escala utilizada está compreendida entre muito frequente (6) e pouco frequente (1), embora o valor máximo da escala não tenha sido atribuído. As percentagens estão entre parêntesis.

No que se refere à longevidade dos contactos realizados antes da localização da empresa, verifica-se que a sua duração é muito inferior aos desenvolvidos na rede social e intraempresarial. O envolvimento destas entidades no processo de localização inicia-se pouco tempo antes da escolha do país ou região, destinando-se à contratação de serviços especializados (empresas de consultoria ou consultores) ou à satisfação de lacunas informativas (câmaras de comércio ou bancos). Por isso, a duração dos contactos apresenta-se instável, pois é necessário um ajustamento às necessidades específicas das empresas contratantes.

Os contactos estabelecidos entre as entidades privadas e o empresário estrangeiro registaram uma frequência reduzida, não tendo sido sequer apontado o valor máximo da escala (6). Como sucedia com a estabilidade da rede, também a frequência dos contactos se ajusta aos

interesses das empresas contratantes. Apesar de tudo, uma atenção é devida às empresas de consultoria ou consultores nacionais, que se diferenciam dos regionais pela mais baixa frequência de contactos, que é justificável pela proximidade geográfica dos intervenientes.

6.3.2 - Avaliação da importância da rede interempresarial na localização da empresa estrangeira

Numa análise à influência da rede interempresarial na localização regional da empresa estrangeira (Quadro 6.8), verifica-se que é nas regiões do interior que a participação destas entidades obtém a nota média mais elevada, perdendo alguma importância quando se consideram as cidades de Lisboa e Porto (2,75) ou as regiões do litoral (2,5).

Quadro 6.8
Importância dos contactos interempresariais e localização regional da empresa estrangeira

Distritos	Contactos		Importância	
	Número	Taxa (b)	Média (a)	Desvio padrão
Aveiro (n=3)	1	33,3	1	-
Braga (n=3)	2	66,6	3	1,41
Castelo Branco (n=3)	2	66,6	4	1,41
Lisboa (n=6)	1	16,6	4	-
Porto (n=6)	3	50	2,33	2,3
V. Castelo (n=2)	1	50	3	-
Vila Real (n=1)	1	100	4	-
Viseu (n=3)	2	66,6	4	0
Lisboa e Porto (n=12)	4	33,3	2,75	2,06
Regiões litoral (n=17)	4	23,5	2,5	1,29
Regiões interior (n=8)	5	62,5	3,4	1,51

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1). (b) Taxa de contacto = número de contactos efectivos/número de contactos possíveis X 100.

Ao nível distrital, a importância média dos contactos foi mais elevada nos distritos de Viseu e Castelo Branco (4), enquanto em Aveiro se alcançava a média mais baixa (1) e no Porto, apesar do maior número de contactos efectuados, a pontuação média obtida era fraca (2,33). A comprovar a debilidade desta rede, alerta-se para a baixa taxa de contacto obtida nos agregados distritais e em quase todos os distritos, com excepção de Vila Real, onde a taxa de contacto foi de 100% e a avaliação do membro da rede considerada muito positiva (4).

Como a análise que se vem fazendo deixava antever, a importância da rede interempresarial (Quadro 6.9) é mais fraca do que as redes estudadas anteriormente. Com efeito, nenhum dos membros da rede chega a alcançar um valor médio superior a 4, tendo os bancos recolhido uma pontuação média inferior a 3. Por outro lado, o número de inquiridos que recorreram à rede não ultrapassa os 38% para as instituições privadas que actuam ao nível nacional e os 35% para as de índole regional.

Quadro 6.9
Importância das instituições privadas nacionais e regionais na localização da empresa estrangeira

Tipologia da rede interempresarial nacional e regional	País		Região	
	Média (a)	Desvio padrão	Média (a)	Desvio padrão
Bancos	2	-	2,5	0,7
Empresas de consultoria ou consultores	2,62	1,3	3,11	1,69
Câmaras de comércio	3,8	0,44	2,5	2,12
Total (n= 14 e n=13)	3,0	1,17	2,92	1,55

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1).

Numa análise individual às entidades privadas que integram a rede interempresarial constata-se que a sua apreciação é efectuada de modo diferente, consoante o seu grau de cobertura geográfica. Assim, a acção

das câmaras de comércio sai valorizada a nível nacional (3,8), enquanto a das empresas de consultoria ou consultores se destaca no plano regional (3,11). Os bancos, independentemente da sua área geográfica de actuação, assumem um comportamento discreto quando se trata de aconselhar a localização do investimento.

A debilidade desta rede tem repercussões na apreciação global que é feita pelos entrevistados que, numa escala de atitude entre 1 e 5, lhe concedem uma importância média de 3 (nacional) e de 2,92 (regional), situando-a bastante abaixo das duas redes anteriores.

6.4 - A INFLUÊNCIA DA REDE INSTITUCIONAL NA LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

As autoridades públicas manifestam frequentemente um grande interesse na recepção de investimento externo e, conseqüentemente, na instalação de empresas de outra nacionalidade no seu país. Para garantir o esforço continuado de promoção do investimento nos mercados externos constituíram-se instituições de índole nacional e/ou regional vocacionadas para o apoio ao investidor estrangeiro.

A rede institucional compreende os organismos públicos, nacionais ou regionais, que, de uma forma directa ou indirecta, participam no esforço de captação de investimento através da informação e divulgação da imagem do país e/ou região, no apoio ao investidor ou no desenvolvimento de actividades que tenham por objectivo atrair o investimento externo.

A influência dos membros da rede institucional na escolha do país e das suas regiões acaba por ser, assim, um bom indicador do dinamismo e empenhamento destes serviços públicos na promoção e captação do investimento externo. Do mesmo modo, a valorização desta rede pelos

empresários estrangeiros serve para avaliar o grau de participação destas instituições na decisão de localização da empresa estrangeira.

6.4.1 - Caracterização da rede institucional

As instituições que foram contactadas antes do investimento por empresários estrangeiros e que, por isso, constituem a rede institucional nacional (Quadro 6.10), foram o ICEP (Instituto de Comércio e Turismo de Portugal) e o IAPMEI (Instituto de Apoio à Pequena e Média Empresa) indicados, respectivamente, por 56,8% e 32,4% dos inquiridos. Em menor número (cerca de 30% da amostra) estão os entrevistados que contactaram, simultaneamente, mais do que uma instituição, tendo sido o ICEP e o IAPMEI a combinação mais procurada.

Quadro 6.10
Composição e espessura da rede institucional (nacional e regional)

Tipologia da rede institucional	Nº.	%
Nacional		
Não realizaram contactos	4	10,8
Realizaram contactos com uma instituição:		
ICEP	21	56,8
IAPMEI	12	32,4
Total	37	100
Realizaram contactos com duas instituições:		
IAPMEI e ICEP	7	
IEFP e IAPMEI	3	
MPOT e IAPMEI	1	
Total	11	
Regional		
Não realizaram contactos	15	40,5
Realizaram contactos:		
Câmara municipal	21	56,8
IEFP	1	2,7
Total	37	100

Nas regiões, os contactos foram estabelecidos sobretudo com as câmaras municipais (56,8%), embora tenha sido referido o caso de uma empresa que contactou a delegação regional do IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional).

Quando confrontadas com as outras redes (social, intraempresarial e interempresarial), a rede institucional nacional foi solicitada por cerca de 90% das empresas entrevistadas. Entretanto, a rede institucional regional ficou bastante aquém da sua congénere nacional (60%).

No que se refere à duração dos contactos com os membros da rede institucional (Quadro 6.11), é patente uma predominância dos contactos de curta duração (menos de 6 meses), quer nas instituições nacionais (63%) quer regionais (82%).

Quadro 6.11
Estabilidade da rede institucional (nacional e regional)

Tipologia da rede institucional	Duração dos contactos		
	<6 meses	6-12 meses	> 12 meses
Nacional			
Realizaram contactos com uma instituição:			
ICEP	16	4	1
IAPMEI	5	5	2
Total	21	9	3
Realizaram contactos com duas instituições:			
IAPMEI e ICEP	2	2	3
IEFP e IAPMEI	1	2	
MPOT e IAPMEI			1
Total	3	4	4
Regional			
Câmara municipal	17	2	2
IEFP	1		
Total	18	2	2

Os contactos superiores a 12 meses ocorrem em pequeno número e com quase todas as instituições, estando muito ligados ao período de tempo que decorre entre o primeiro contacto e a decisão definitiva de

localização da empresa. Os contactos curtos incidem sobretudo no período em que se procede à selecção mais rigorosa do país e, depois, quando se trata de escolher a região.

Quanto aos contactos dos empresários estrangeiros com os membros da rede institucional (Quadro 6.12) a sua frequência é bastante variável percorrendo toda a escala de intensidade, que vai de 1 (ocasional) até 6 (diária). Porém, este último valor não foi atribuído, o que valida de algum modo as respostas ao questionário, pois o contacto diário com as instituições públicas não seria muito provável. Ao nível nacional, o ICEP evidencia uma frequência de contacto pouco significativa (70% dos contactos situam-se entre 1 e 2), enquanto o IAPMEI mantém um contacto mais assíduo com os seus interlocutores, talvez devido à necessidade de acompanhar o processo de atribuição dos incentivos.

Quadro 6.12
Intensidade dos contactos na rede institucional (nacional e regional)

Tipologia da rede institucional	Frequência dos contactos				
	1	2	3	4	5
Nacional					
Realizaram contactos com uma instituição:					
ICEP	9	6	2	3	1
IAPMEI	1	1	4	2	4
Total	10	7	6	5	5
Realizaram contactos com duas instituições:					
IAPMEI e ICEP	1	1	2	1	2
IEFP e IAPMEI			2		1
MPOT e IAPMEI				1	
Total	1	1	4	2	3
Regional					
Câmara municipal	3	5	5	2	6
IEFP		1			
Total	3	6	5	2	6

Legenda: A escala está compreendida entre muito frequente (6) e pouco frequente (1). O valor 6 não foi atribuído.

Nas regiões, as autarquias dominam os contactos, que se realizam com uma assiduidade variável, se bem que com uma intensidade superior à dos membros da rede nacional. Para isso muito contribui a proximidade geográfica à autarquia local e as necessidades específicas de instalação da empresa estrangeira (licenciamento industrial, lixos, esgotos, etc.).

6.4.2 - Avaliação da importância da rede institucional para a localização da empresa estrangeira

O desempenho das instituições públicas nacionais e regionais na captação de investimento externo para o país e suas regiões é aqui analisado do ponto de vista do empresário estrangeiro. Com esse objectivo procedeu-se à divisão das instituições em função da sua área de cobertura geográfica, de modo a permitir uma avaliação separada da actuação das câmaras municipais.

6.4.2.1 - Avaliação da importância da rede institucional nacional

A intervenção individual das instituições nacionais no processo de localização da empresa estrangeira em Portugal (Quadro 6.13) é, em geral, pouco importante para os inquiridos, aumentando de interesse quando os contactos se realizam com mais do que uma instituição.

Esta observação é, porém, contraditória com o número de contactos realizados pelos empresários que, como houve oportunidade de notar, foram realizados por 33 dos inquiridos. Este aparente paradoxo sugere que o contacto com as instituições nacionais se realiza por obrigação legal, como acontece aliás com o ICEP, ou motivados por candidaturas a incentivos, como são os casos do IAPMEI e do IEFP. Estes contactos foram, depois, pretexto para que alguns dos entrevistados aproveitassem a

ocasião para esclarecer dúvidas, o que, no cômputo geral da decisão de localização, não foi suficiente para valorizar a intervenção destas instituições nacionais.

Quadro 6.13
Importância dos actores institucionais nacionais na localização da empresa estrangeira

Tipologia da rede institucional nacional	Média (a)	Desvio padrão
Realizaram contactos com uma instituição: ICEP	1,38	0,49
IAPMEI	2,91	0,9
Total (n= 33)	1,93	0,99
Realizaram contactos com duas instituições: IAPMEI e ICEP	2,85	1,57
IEFP e IAPMEI	3,33	0,57
MPOT e IAPMEI	2	-
Total (n= 11)	2,9	1,3

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1).

Assim, não é de estranhar que na maioria dos casos a acção do ICEP tenha sido considerada irrelevante (1,38), enquanto a do IAPMEI se evidenciava (2,91) em razão das competências deste organismo na administração do sistema de incentivos nacionais ao investimento. A participação mista das instituições nacionais junto dos empresários incrementa a sua importância relativa, assumindo maior significado o caso do IEFP e IAPMEI (3,33), curiosamente os organismos que administram incentivos. Os principais problemas levantados pelos entrevistados para justificarem as suas fracas pontuações foram a burocracia (ICEP) e a demora na análise dos projectos de investimento (IAPMEI).

Na avaliação global da rede institucional nacional os entrevistados, apesar de terem recorrido à rede em cerca de 90% dos casos,

pronunciaram-se desfavoravelmente, tendo atribuído a pontuação média mais baixa (1,93). Mais apreciados surgem os contactos com mais do que uma instituição, que obtiveram uma importância média global de 2,9.

6.4.2.2 - Avaliação da importância da rede institucional regional

Os responsáveis das empresas estrangeiras que se instalaram nas regiões do interior foram os que mais valorizaram a intervenção dos membros da rede institucional regional (Quadro 6.14), enquanto os que optaram por Lisboa e Porto atribuíam uma importância bastante mais reduzida.

Quadro 6.14
Importância dos contactos institucionais regionais e localização regional da empresa estrangeira

Distritos	Contactos		Importância	
	Número	Taxa (b)	Média (a)	Desvio padrão
Aveiro (n=3)	2	66,6	4	1,41
Braga (n=3)	2	66,6	2	0
Castelo Branco (n=3)	3	100	4,33	1,15
Leiria (n=3)	3	100	2,66	2,08
Portalegre (n=1)	1	100	3	-
Porto (n=6)	4	66,6	2,5	1,73
Setúbal (n=4)	1	25	1	-
V. Castelo (n=2)	2	100	3	1,41
Vila Real (n=1)	1	100	4	-
Viseu (n=3)	3	100	4,33	1,15
Lisboa e Porto (n=12)	4	33,3	2,5	1,73
Regiões litoral (n=17)	10	58,8	2,7	1,49
Regiões interior (n=8)	8	100	4,12	0,99

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1). (b) Taxa de contacto = número de contactos efectivos/número de contactos possíveis X 100.

Descendo ao nível regional, merecem especial destaque as câmaras municipais pertencentes aos distritos de Castelo Branco e Viseu que, com uma taxa de contacto de 100%, foram as mais valorizadas (4,33), logo seguidas pelas pertencentes aos distritos de Vila Real e Aveiro. Esta situação revela um grande dinamismo e empenhamento das autarquias do interior que, com instrumentos de apoio escassos, desenvolvem esforços notáveis na atracção da empresa estrangeira para os seus municípios.

Notada foi a ausência das câmaras do distrito de Lisboa, que não foram sequer referenciadas pelos entrevistados, sendo talvez justificável pela presença na capital do país das sedes dos organismos nacionais de apoio ao investimento externo. A mesma justificação já não colhe nas autarquias dos distritos de Setúbal, Braga e Leiria que, apesar de nomeadas, não alcançaram importância significativa na localização da empresa estrangeira.

Como acabou de ser referido, as instituições que maior influência exerceram na captação do investimento externo para as suas regiões foram as câmaras municipais (Quadro 6.15), que alcançaram uma importância média razoável, se comparada com as instituições nacionais. Só num caso muito pontual houve interferência de uma delegação regional de um organismo nacional e, mesmo assim, obtendo a pontuação mínima.

Quadro 6.15
Importância dos actores institucionais regionais na localização da empresa estrangeira

Tipologia da rede institucional	Média (a)	Desvio padrão
Câmara municipal	3,28	1,45
IEFP	1	-
Total (n= 22)	3,18	1,5

Legenda: (a) A escala utilizada está compreendida entre muito importante (5) e pouco importante (1).

Comparativamente à rede institucional nacional, a rede regional, apesar de ter sido menos solicitada pelos entrevistados (cerca de 60% dos casos), obteve uma apreciação global bastante mais favorável (3,18). Na base desta apreciação poderá estar a maior rapidez na concessão de eventuais benefícios ou incentivos, a dinâmica imposta pelas autarquias locais na captação do investimento externo e uma maior compreensão pelos problemas concretos da empresa estrangeira.

6.5 - ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA RELATIVA DAS REDES

No decurso dos apartados anteriores deu-se conta da importância que os agentes sociais, empresariais e institucionais, integrados nas respectivas redes, desempenhavam no processo de localização da empresa estrangeira.

Com a presente secção procura-se testar as hipóteses relativas à intervenção das redes social (H1), intraempresarial (H2), interempresarial nacional (H3) e regional (H4) e a institucional nacional (H5) e regional (H6), no processo de selecção do país e da região.

Para contrastar estas hipóteses recorreu-se à estatística não paramétrica de Mann-Whitney (SIEGEL, 1956, pp. 131/155; NORUSIS, 1994, pp. 289/291). Esta técnica estatística afigurou-se adequada constatada que foi a violação do pressuposto de normalidade da distribuição e a forma não métrica dos dados, que inviabilizaram a utilização de outras ferramentas estatísticas mais sofisticadas. Apesar disso, a prova *U* de Mann-Whitney é "uma das mais poderosas provas não-paramétricas", permitindo "comprovar se dois grupos independentes foram ou não extraídos da mesma população" (SIEGEL, 1956, p. 131).

Antes de se passar à análise dos resultados do teste estatístico afigura-se pertinente analisar as correlações dos diferentes tipos de redes

entre si, e destas com o capital investido (INV) e o número de postos de trabalho criados (EMP) pela empresa estrangeira. Para esse efeito, construíram-se duas variáveis relativas às redes: a primeira, manteve a escala de atitude original entre 1 e 5; a segunda, é o resultado da estandardização de uma escala compreendida entre 0 e 5, com o valor zero a registar a não interferência da rede no processo de localização da empresa estrangeira.

Os resultados das correlações constam do quadro 6.16. Uma das observações que resulta da análise dos resultados é que a estandardização da escala de atitudes teve escassa influência no nível de acuidade estatística das variáveis e no sentido das correlações. A outra refere-se aos valores baixos das correlações entre as redes (nenhuma ultrapassa os 0,5), o que indicia alguma complementaridade entre elas.

No que se reporta ao emprego (EMP), salienta-se o sinal algo inesperado (negativo) da correlação com a rede social (RS), sugerindo que a importância dos agentes sociais se intensifica quando a instalação da empresa estrangeira gera um menor número de postos de trabalho. Esta situação está associada às responsabilidades da empresa (legais, sociais e outras) que a obriga a conceder maior atenção às redes formais, e em especial, às institucionais (nacionais e regionais) e às interempresariais.

Na perspectiva do investimento realizado, o sentido das correlações não apresenta significado estatístico. Mesmo assim, só a rede social e a rede institucional nacional (não estandardizadas) se relacionam positivamente com o capital da empresa estrangeira. Nesta medida, o uso da rede institucional nacional surge naturalmente em função da candidatura aos regimes de incentivo e às garantias contratuais, enquanto o apelo à rede social se poderia justificar pela base de confiança que é necessário deter no país de acolhimento. Estas ilacções são, aliás,

compatíveis com a ideia de risco que está cada vez mais associada a qualquer grande projecto de investimento estrangeiro.

Quadro 6.16
Matriz de correlações de Pearson

Variáveis	EMP	INV	2	3	4	5	6
RS (1)	-0,28*	0,06	-0,31*	-0,25	-0,32*	-0,21	0,00
SRS	-0,19	-0,04	-0,24	-0,11	-0,18	-0,17	-0,2
RINTRA (2)	0,16	-0,25		0,18	0,11	0,2	0,02
SRINTRA	0,22	-0,15		0,1	-0,05	-0,11	-0,14
RINTERN (3)	0,31*	-0,12			0,48**	0,31*	0,04
SINTERN	0,33*	-0,09			0,43**	0,23	0,09
RINTERR (4)	0,04	-0,17				0,3*	0,26
SINTERR	0,02	-0,15				0,24	0,36*
RINSTN (5)	0,39**	0,09					0,15
SINSTN	0,38**	-0,06					0,39**
RINSTR (6)	0,28*	-0,13					1
SINSTR	0,2	-0,11					1

Legenda: EMP - Emprego gerado pela empresa estrangeira, INV - Investimento realizado pela empresa estrangeira. RS - Rede Social, RINTRA - Rede Intraempresarial, RINTERN - Rede Interempresarial Nacional, RINTERR - Rede Interempresarial Regional, RINSTN, Rede Institucional Nacional e RINSTR - Rede Institucional Regional, constituem a avaliação das redes na escala original. SRS, SRINTRA, SRINTERN, SINTERR, SINSTN e SRINSTR correspondem à avaliação das respectivas redes quando a escala de atitude foi standardizada. Teste unicaudal significativo a 5% (*) e a 1% (**).

Quanto às correlações estatisticamente significativas entre os diferentes tipos de redes, destacam-se as ocorridas entre as redes interempresariais (nacionais e regionais) e as institucionais (nacionais e regionais), o que se afigura apropriado pois nos dois casos os seus objectivos são convergentes, embora a cobertura geográfica possa ser distinta.

Discutido o nível de associação entre as diferentes redes procede-se agora ao contraste das hipóteses. O quadro 6.17 apresenta os resultados

do teste U de Mann-Whitney realizado no programa estatístico SPSS 6.1 (procedimento *Distribution-Free or Non Parametric Tests*). As pontuações médias reflectem as diferenças de avaliação entre as amostras constituídas pelos entrevistados que recorreram às redes e aqueles que não o fizeram.

Quadro 6.17
Resultados da estatística de Mann-Whitney

Variáveis	Média Absol. (a)	Média Relat. (n=37)	Casos		Pontuação Média		Teste U	
			SIM	NÃO	SIM	NÃO	Valor	Signif.
RS	4,44	3,49	29	8	21,9	8,5	-3,29	p< 0,01
RINTRA	3,31	2,59	29	8	20,79	12,5	-1,96	p<0,05
RINTERN	3,0	1,14	14	23	27,21	14,0	-4,15	p<0,01
RINTERR	2,92	1,03	13	24	23,62	16,5	-2,24	p<0,05
RINSTN	1,93	1,73	32	5	18,92	19,5	-0,115	n.s.
RINSTR	3,18	1,89	22	15	24,45	11,0	-3,868	p<0,01

Legenda: RS - Rede Social, RINTRA - Rede Intraempresarial, RINTERN - Rede Interempresarial Nacional, RINTERR - Rede Interempresarial Regional, RINSTN, Rede Institucional Nacional, RINSTR - Rede Institucional Regional. SIM - casos em que a intervenção da rede foi utilizada na selecção do país ou região. NÃO - caso contrário. (a) - o número de observações relativas a estas médias encontram-se na coluna SIM dos Casos. n.s. - não significativo.

Como houve já oportunidade de referir, a intervenção da rede social foi bastante apreciada pelos responsáveis das empresas estrangeiras que lhe atribuíram uma pontuação média de 4,44 em 29 contactos efectuados. Quando ponderada pelo número potencial de contactos (n=37) esta rede mantém a sua posição inalterada. Não é o caso, porém, quando se calcula a estatística de Mann-Whitney, pois esta técnica estatística pondera os pontos atribuídos pelo número de contactos, o que penaliza as redes que, tendo realizado muitos contactos, não foram muito pontuadas.

A pontuação média funciona, assim, como uma espécie de medida da eficiência da rede. Apesar das ineficiências detectadas, o elevado nível de significância estatística ($p < 0,01$) sugere a validação da hipótese (H1) segundo a qual a intervenção da rede social afecta a localização da empresa industrial estrangeira em Portugal.

A rede intraempresarial sugere uma interpretação muito próxima da rede social, pois embora evidencie uma importância média acentuada (3,31 e 2,59) acaba por sofrer das ineficiências provocadas pelo maior número de contactos, que esbatem o valor das pontuações atribuídas. Este constrangimento não coloca em causa a importância da rede intraempresarial no processo de localização da empresa industrial estrangeira, conforme foi avançado na segunda hipótese (H2).

Um desempenho a merecer realce é o da rede institucional regional, que nos contactos que realizou (22) conseguiu obter sempre apreciações muito favoráveis. Por isso, as diferenças nas médias das duas amostras se apresentam significativas, sendo de aceitar a hipótese (H6) de que esta rede interfere no processo de localização da empresa industrial estrangeira.

Contrariamente ao desempenho anterior, a intervenção da rede institucional nacional foi pouco apreciada pelos responsáveis da empresa estrangeira, traduzindo-se numa pontuação fraca em todos os indicadores. Este facto veio-se a reflectir na rejeição da hipótese formulada em tempo oportuno (H5) por falta de acuidade estatística. As explicações para este resultado foram já alinhavadas no ponto 6.4.2.1.

As últimas hipóteses que faltam testar referem-se à intervenção da rede interempresarial nacional (H3) e regional (H4). Em ambos os casos merece destaque o número reduzido de contactos que, tendo afectado a avaliação (absoluta e relativa) realizada pelos inquiridos, não impediu a eficiência da acção desenvolvida pelos membros destas redes. Nesta

medida, são de aceitar as duas hipóteses, que sugerem ser estas redes capazes de influenciar a escolha do país e da região para instalar a empresa industrial estrangeira.

Em resumo, de tudo o que acaba de ser referido, parece poder concluir-se pela aceitação das hipóteses ventiladas, com excepção da rede institucional nacional que foi rejeitada.

Discutidas as influências pessoais, empresariais e institucionais que viabilizaram a recolha de informação, segue-se a ponderação dos factores específicos de localização. No próximo capítulo serão analisados os factores de localização relativos à selecção de Portugal e das regiões, tentando-se descortinar os que, do ponto de vista dos responsáveis da empresa estrangeira, são considerados decisivos.

CAPÍTULO 7

FACTORES DE LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS ESTRANGEIRAS

A localização internacional da empresa estrangeira depende de um conjunto alargado de factores, embora só uns poucos tenham um peso decisivo na escolha da localização da empresa. Nesta decisão interferem, frequentemente, as características específicas da empresa, o seu país de origem e a sua inserção sectorial, para além das vantagens comparativas oferecidas por cada um dos países e regiões interessadas no investimento.

Quando as circunstâncias apontam para a indiferença do investidor face a dois países acolhedores concorrentes, a política de incentivos ao investimento externo pode mesmo ser decisiva na opção final.

A análise dos resultados que agora se prossegue começa por traçar o perfil da empresa estrangeira instalada em Portugal no período em análise, avançando, depois, para a identificação dos factores críticos de localização da empresa estrangeira em Portugal e nas suas regiões. Estes factores são ainda decompostos por subsector industrial e país de origem da empresa. O papel da política de incentivos (nacional e regional) na localização da empresa estrangeira completa o capítulo.

Mais concretamente, na primeira secção, colocam-se em confronto as características mais genéricas da empresa industrial estrangeira (tipo, localização, intensidade em mão de obra e em capital) com algumas das variáveis de desempenho (resultados, volume de vendas e origem das matérias primas e destino da produção), comportamento (investigação e desenvolvimento, publicidade e autonomia de gestão) e estratégia

(diversificação, vantagens competitivas e internacionalização). Com esta abordagem espera-se conseguir esboçar o perfil da empresa industrial estrangeira presente em Portugal no período em estudo.

A segunda secção analisa os factores indicados pelos responsáveis das empresas estrangeiras como sendo determinantes na escolha do nosso país. Estes factores são fragmentados por subsector da indústria transformadora e por nacionalidade, de modo a poderem ser extraídas ilacções mais precisas sobre a sua influência na decisão final de localização.

Da mesma forma se procede com as regiões na secção seguinte, desagregando-se agora os factores de localização, não só por subsector e nacionalidade mas também por distrito.

A encerrar o capítulo, avança-se para uma análise dos incentivos nacionais (financeiros, fiscais e formação profissional) e regionais (financeiros, fiscais e oferta de terrenos), avaliando-se, depois, o papel destes instrumentos de política na localização regional da empresa estrangeira.

7.1 - UM ESBOÇO DO PERFIL DA EMPRESA ESTRANGEIRA INSTALADA EM PORTUGAL (1990/1994)

Na tentativa de se esboçar um perfil da empresa estrangeira presente em Portugal, no período compreendido entre 1990 e 1994, cruzam-se, de seguida, algumas das características da empresa estrangeira com elementos relativos ao seu desempenho, comportamento e estratégia.

Antes de se passar à leitura dos resultados é conveniente salientar algumas das características da empresa estrangeira a estudar. Assim, no que se refere à sua nacionalidade, regista-se a predominância da empresa alemã nas unidades produtivas, enquanto a espanhola aparece mais nas

unidades de distribuição. Nas restantes nacionalidades, anotam-se as *joint ventures* nas empresas francesas e espanholas e as unidades de distribuição nas empresas oriundas da Malásia e da Holanda.

Tomando por referência a origem do capital não se distinguem preferências distritais acentuadas, embora se observem presenças significativas das empresas alemãs e espanholas nas principais cidades do país, o mesmo sucedendo, aliás, com as italianas, japonesas e suíças.

No que se refere ao número de pessoas ao serviço da empresa estrangeira, verifica-se uma aposta da empresa espanhola na contratação de um número reduzido de pessoas (< 10 pessoas), enquanto a empresa alemã privilegia o emprego de um grande número de assalariados (> 100 pessoas). Na dotação em capital social são frequentes os valores entre os 25 e 100 mil contos, embora se registem alguns casos acima e abaixo daqueles limites.

Na distribuição da actividade industrial alerta-se para a concentração das unidades produtivas nos subsectores do têxtil, vestuário e couro (CAE 32), químico (CAE 35) e no da fabricação de produtos metálicos e de máquinas e material de transporte (CAE 38). Nas unidades de distribuição, porém, só os dois últimos subsectores merecem o interesse dos investidores. Em termos de repartição geográfica, as regiões do litoral absorvem uma quantidade significativa de empresas dos subsectores "32" e "35", enquanto que em Lisboa e Porto se localizam empresas dos subsectores "32" e "38". A intensidade em mão de obra e capital é mais notória nos subsectores "32" e "38", se bem que na intensidade capitalística se deva incluir também o subsector "35".

Passando agora ao estudo do desempenho da empresa estrangeira (Quadro 7.1) anotam-se os resultados positivos obtidos pela grande maioria das unidades de produção e distribuição presentes em Portugal, excepção feita às *joint ventures*, que registam resultados nulos. A

localização da empresa nas grandes cidades e nas regiões do litoral parece afectar a sua rendibilidade, o mesmo sucedendo com a sua intensidade em capital. Ao invés, a maior intensidade em mão de obra parece favorecer a obtenção de resultados positivos pela empresa estrangeira.

Quadro 7.1
Características e desempenho da empresa estrangeira

Características da Empresa Estrangeira	Resultados Líquidos			Volume de Negócios			Origem das M.P. e Destino Produção		
	B	N	P	F	M	GR	MN	Exp.	Imp.
Tipo									
Produtiva	2	3	23	11	5	12	11	23	22
Distribuição	-	2	5	7	-	-	7	-	7
Joint Venture	2	-	-	2	-	-	2	1	1
Localização									
Lisboa e Porto	-	2	10	8	-	4	8	5	11
Regiões litoral	2	3	12	8	5	4	11	11	12
Regiões interior	2	-	6	4	-	4	1	8	7
Intensidade em mão obra									
<10 pessoas	-	2	5	7	-	-	7	1	6
10-49 pessoas	1	1	8	6	3	1	6	6	8
50-100 pessoas	2	1	9	6	1	5	6	10	8
>100 pessoas	1	1	6	1	1	6	1	7	8
Intensidade em capital									
<25 mil contos	-	-	5	4	-	1	4	3	3
25-100 mil contos	2	2	14	13	3	2	9	12	15
>1 milhão contos	2	3	9	3	2	9	7	9	12

Legenda: Resultados (B - Nulos, N - Negativos, P - Positivos); Volume de negócios [F - Fraco (menos de 500 mil contos), M - Médio (entre 500 e 999 mil contos), GR - Grande (mais de um milhão de contos)]; Origem das Matérias Primas e Destino da Produção (MN - Mercado nacional, Exp. - Exportação, Imp. - Importação).

Tendo em conta a dimensão do negócio, conclui-se que os de pequena dimensão são típicos de unidades de distribuição e *joint ventures*, que se localizam nas regiões do litoral (incluindo Lisboa e Porto), empregam um número reduzido de pessoas e estão dotadas de um capital social até 100 mil contos. Os de média e grande dimensão são exclusivamente unidades produtivas, intensas em capital e com um número significativo de pessoas ao seu serviço. O que parece distinguir

estas duas dimensões de negócio é a localização, no litoral do país para as de médio porte, dispersas por todo o território nacional para as outras.

Quanto à origem das matérias primas e ao destino final da produção, as unidades de distribuição exploram o mercado nacional e importam os seus produtos exclusivamente dos mercados externos, como seria de esperar. Pelo contrário, as unidades produtivas apostam, sobretudo, na exportação dos seus produtos e contemplam, no aprovisionamento das suas matérias primas, o mercado português.

A empresa estrangeira localizada no interior do país é simultaneamente exportadora de produtos e importadora de matérias primas, o mesmo sucedendo com as situadas no litoral (incluindo Lisboa e Porto), se bem que estas últimas estejam também muito vocacionadas para o mercado nacional. A intensidade em mão de obra e capital é uma característica da empresa estrangeira que parece não afectar quer a origem dos aprovisionamentos quer o destino final da produção.

No comportamento da empresa estrangeira (Quadro 7.2) sobressai a escassa importância dedicada à investigação e desenvolvimento (I&D) e à publicidade, independentemente das características intrínsecas à empresa. O grau de autonomia de gestão dos responsáveis da empresa estrangeira é na maior parte dos casos escassa (restringida ao funcionamento corrente da empresa) ou ilimitada (segundo um dos inquiridos "só não pode vender a empresa"). As empresas onde o grau de autonomia de gestão é nulo são unidades produtivas, situam-se nas regiões do litoral e são empresas onde o capital social alcança valores inferiores a 25 mil contos.

Quadro 7.2
Características e comportamento da empresa estrangeira

Características da Empresa Estrangeira	Despesas em I&D			Despesas em Publicidade			Grau de Autonomia		
	NT	PS	GS	NT	PS	GS	N	L	GR
Tipo									
Produtiva	25	3	-	23	4	1	4	14	10
Distribuição	7	-	-	5	2	-	-	3	4
Joint Venture	2	-	-	2	-	-	-	-	2
Localização									
Lisboa e Porto	12	-	-	8	3	1	2	5	5
Regiões litoral	15	2	-	15	2	-	2	6	9
Regiões interior	7	1	-	7	1	-	-	6	2
Intensidade em mão obra									
<10 pessoas	7	-	-	5	2	-	1	2	4
10-49 pessoas	9	1	-	9	1	-	-	6	4
50-100 pessoas	11	1	-	9	2	1	3	3	6
>100 pessoas	7	1	-	7	1	-	-	6	2
Intensidade em capital									
<25 mil contos	5	-	-	5	-	-	2	2	1
25-100 mil contos	17	1	-	16	2	-	1	10	7
>1 milhão contos	12	2	-	9	4	1	1	5	8

Legenda: Despesas em I&D e publicidade (NT - Não tem, PS - Pouco significado, GS - Grande significado); Grau de autonomia (N - Nenhuma, L - Limitada, GR - Grande).

Relacionando, por fim, as características da empresa estrangeira com a sua estratégia (Quadro 7.3), chega-se à conclusão que o grau de diversificação da empresa estrangeira é, em geral, fraco ou médio, sendo apenas mais significativo nas unidades produtivas mais intensas em capital e localizadas nas regiões do litoral.

As vantagens tecnológicas da empresa estrangeira são comuns às *joint ventures*, enquanto nas unidades de distribuição predominam as vantagens de *marketing*. As unidades produtivas dispõem não só destas vantagens como das de custos ou organizacionais. As vantagens de *marketing* e de custos estão mais representadas nas empresas localizadas no litoral, enquanto as organizacionais se concentram no interior do país. A intensidade em capital da empresa estrangeira parece ser determinante para a detenção de vantagens tecnológicas, de *marketing* e

organizacionais, enquanto as vantagens de custo se relacionam mais com a intensidade em mão de obra. O envolvimento internacional da empresa é fraco ou médio (86% dos casos), sendo mais notório nas unidades produtivas e de distribuição que se localizam no litoral e nas principais cidades do país (Lisboa e Porto).

Quadro 7.3
Características e estratégia da empresa estrangeira

Características da Empresa Estrangeira	Grau Diversificação			Vantagem Competitiva da empresa					Grau Internacionalização		
	F	M	GR	TEC	MK	OG	CT	OUT	F	M	GR
Tipo											
Produtiva	12	12	4	7	9	7	5		12	14	2
Distribuição	2	3	2	1	4	1		1	2	2	3
Joint Venture	1		1	2					1	1	
Localização											
Lisboa e Porto	4	6	2	2	4	3	2	1	5	4	3
Regiões litoral	8	6	3	5	8	1	3		7	8	2
Regiões interior	3	3	2	3	1	4			3	5	
Intensidade em mão obra											
<10 pessoas	2	2	3	1	3	1	1	1	3	2	2
10-49 pessoas	2	6	2	4	4	2			3	4	3
50-100 pessoas	8	4	0	2	5	2	3		8	4	
>100 pessoas	3	3	2	3	1	3	1		1	7	
Intensidade em capital											
<25 mil contos	1	3	1	1	1		2	1	2	1	2
25-100 mil contos	8	6	4	3	7	7	1		8	8	2
>1 milhão contos	6	6	2	6	5	1	2		5	8	1

Legenda: Grau de Diversificação [F - Fraca (1 produto), M - Média (entre 2 e 5 produtos), GR - Grande (mais de 5 produtos)]; Vantagem competitiva da empresa [TEC - Tecnológica, MK - Marketing, OG - Organizacional, CT - Custo, OUT - Outra (taxa de câmbio)]; Grau de internacionalização [F - Fraca (presença em apenas 2 países, um dos quais Portugal), M - Média (presença entre 3 e 10 países), GR - Grande (presença em mais de 10 países)].

7.2 - FACTORES DE LOCALIZAÇÃO INTERNACIONAL

A deslocalização das actividades produtivas para países com custos salariais relativamente mais baixos continua a ser um factor crítico na escolha de Portugal. Esta decisão é geralmente tomada quando o peso

deste factor de produção é suficiente para compensar o acréscimo dos custos de transporte. Refira-se, porém, que o controlo da distribuição e da produção é mantido sempre na empresa mãe. A logística das operações de transporte, segundo alguns entrevistados, consiste na recepção à sexta-feira de vários camiões com produtos em vias de fabrico ou matérias primas, e o envio para o país de origem do capital, nos mesmos camiões, da produção realizada durante a semana.

Esta afirmação pode ser comprovada pela análise do quadro 7.4 que sistematiza os resultados obtidos nas respostas ao inquérito realizado junto dos responsáveis das empresas estrangeiras. Como se observa, os factores mais citados pelos inquiridos foram os custos salariais (27 em 37 possíveis), o mercado e a imagem positiva do país (18), a disponibilidade e a qualificação da mão de obra (16), os custos de transporte (15) e o clima político e social. No entanto, quando se repara na hierarquia das escolhas realizadas a situação altera-se, pois só o custo da mão de obra e o interesse pelo mercado são indicados, correspondendo, deste modo, a cerca de 90% do total dos factores seleccionados em primeiro lugar. Assim, confirma-se só parcialmente a hipótese anteriormente avançada (H7), já que o acesso aos recursos naturais não figura nas prioridades dos responsáveis das empresas estrangeiras (5,4%).

No que se reporta ao interesse pelo mercado nacional, a sua justificação parece residir na necessidade de prestar assistência técnica aos produtos vendidos, cumprir prazos de entrega muito curtos e acompanhar a evolução do mercado nacional (necessidades dos clientes, concorrência, novos produtos, etc.).

Dos restantes factores mencionados como primeira escolha assinalam-se as circunstâncias muito peculiares das preferências manifestadas pelo acesso a outros mercados e pelas taxas de câmbio favoráveis (2,7%). No primeiro caso, a empresa em questão serve-se do

mercado nacional como plataforma giratória para entrada no mercado comunitário. No outro, a taxa de câmbio favorável aos investidores japoneses impulsionou o seu esforço de internacionalização, que se veio a acentuar nos finais da década de oitenta.

Quadro 7.4
Factores de localização em Portugal

Factores de Localização	Referências		Escolhas				
	Total	% (a)	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
Custo de mão obra	27	72,9	16	4	5	2	-
Disp. e Qualif. mão obra	16	43,2	-	3	8	4	1
Custos de transporte	15	40,5	-	3	6	3	3
Acesso recursos naturais	4	10,8	2	2	-	-	-
Mercado importante	18	48,6	17	1	-	-	-
Acesso a outros mercados	12	32,4	1	8	1	1	1
Clima político e social	14	37,8	-	3	4	4	3
Legislação laboral	3	0,08	-	1	-	-	2
Proximidade geográfica e cultural	12	32,4	-	2	4	4	2
Imagem positiva do país	18	48,6	-	4	3	3	8
Taxas câmbio favoráveis	2	0,05	1	-	1	-	-
Tributação dos lucros	1	0,02	-	-	1	-	-
Tradição industrial país	8	21,6	-	3	1	3	1
Existência de parceiro	2	0,05	-	-	1	1	-
Naturalidade do D.G.	1	0,02	-	-	1	-	-
Direitos aduaneiros	3	0,08	-	-	-	2	1
Atitude favorável a estrangeiros	3	0,08	-	-	-	2	1
Qualidade de vida e ambiente	1	0,02	-	-	-	-	1
Proximidade produtos subsidiários	1	0,02	-	-	-	1	-
Aumento capacidade produtiva	1	0,02	-	-	-	1	-
Técnicos com conhecimento da língua portuguesa	1	0,02	-	1	-	-	-
Assistência aos clientes	3	0,08	-	2	-	1	-
Existência concorrentes	1	0,02	-	-	1	-	-
Não respondeu	18	-	-	-	-	5	13

Legenda: (a) - percentagem de referências = número de referências efectuadas/número de referências possíveis (n=37).

Outro factor muito referido pelos entrevistados, embora com maior incidência nas últimas escolhas (não é escolhido em primeiro lugar), é a

imagem positiva do país, que pode ter sido escolhido para transmitir a ideia de um país conhecido pelos seus custos salariais baixos, uma mão de obra habituada ao trabalho industrial, um grau de desenvolvimento económico crescente e um nível de risco aceitável para o investidor estrangeiro. Associado a este conjunto de atributos está também o clima político e social do país, apontado por 3 entrevistados como segundo factor, e por 4 como terceiro.

Mencionados com alguma insistência aparecem a disponibilidade e qualificação da mão de obra (43,2%), alicerçada na imagem internacional do país em certas indústrias (têxtil e automóvel), e os custos de transporte (40,5%), indicados por confronto com países mais distantes (China) ou de mais difícil acesso (Irlanda). Reforçando a importância da imagem na selecção do país surge a tradição industrial citada por 21,6% dos entrevistados.

A finalizar o grupo dos factores mais referidos pelos entrevistados (32,4%), aparece a proximidade geográfica e cultural, mais ligada aos custos de transporte e ao conhecimento do mercado e da língua portuguesa.

Na carteira alargada de factores que receberam um número reduzido de menções e que constituem uma especificação ou complemento dos factores principais, saliente-se, por exemplo, o mercado, muito ligado à necessidade de prestar "assistência aos clientes" ou a imagem do país, muito ligada à "atitude favorável aos estrangeiros".

Sublinhe-se, entretanto, a legislação laboral, apenas citada por dois entrevistados em último lugar, e por um em segundo. A importância atribuída pelos responsáveis das empresas estrangeiras à flexibilidade da legislação laboral contrasta com as sucessivas reclamações dos empresários nacionais, que defendem ser o quadro legal um dos elementos condicionadores do investimento. No caso do investidor

estrangeiro, as leis nacionais sobre o trabalho parecem exercer escassa influência na decisão de investimento.

Outro factor de localização que contraria o pensamento geral pela sua reduzida importância é a qualidade de vida e do ambiente, indicado por um único inquirido e em último lugar. O mesmo se poderá dizer da protecção tarifária (direitos aduaneiros) que, apesar de se ter mostrado significativo em alguns estudos econométricos (CULEM, 1988; SOLOCHA, SOSKIN e KASOFF, 1990), só foi mencionado por 3 inquiridos, posicionado-se nos últimos lugares da escala de atitude.

Realce ainda para o facto de 5 entrevistados não conseguirem referir mais do que três factores determinantes para a sua localização e de 8 não encontrarem mais de quatro factores. Este facto não deixa de ser curioso à luz de alguns estudos que, num questionário a ser respondido por via postal, colocam a escrutínio, por exemplo, 58 factores de localização (ULGADO, 1996, p. 11).

Passando ao estudo da concorrência internacional pelo investimento externo, o país que emerge como principal adversário de Portugal é a Espanha, se bem que o nosso país continue a beneficiar de algumas vantagens comparativas como os custos salariais. O mesmo se poderá dizer em relação à Irlanda, se bem que aqui se tenha de acrescentar os problemas de acessibilidade deste país aos principais mercados europeus. Segue-se Marrocos que, com custos salariais mais competitivos, tem graves lacunas ao nível da qualificação da mão de obra, apresenta diferenças culturais assinaláveis e estabilidade política duvidosa.

Mais distanciados em termos de preferência surgem os países de leste, como a Polónia, Hungria, República Checa, Estónia e Roménia, que gozam de alguma reputação devido aos custos de mão de obra comparativamente mais baixos, mas onde a ausência de hábitos de trabalho ocidentais e o ambiente político e social instável acabam por

comprometer, nos próximos tempos, as decisões dos investidores estrangeiros.

As razões adiantadas para a preferência por Portugal são variadas e estão intimamente relacionadas com os factores de localização que interferiram directamente na escolha do nosso país. Ainda assim, é de anotar as referências efectuadas ao projecto FORD/VW, à tradição industrial, ao custo da mão de obra e aos programas de incentivo ao investimento.

Sem preocupação pela procura de países alternativos a Portugal foram identificadas 17 empresas, o que não deixa de ser surpreendente com a abertura generalizada dos países de leste ao investimento externo e com as oportunidades de negócio que começam a surgir nos países asiáticos. A estas duas zonas geográficas devem associar-se, também, os custos de mão de obra, incomparavelmente mais baixos que em Portugal.

No que diz respeito ao tempo necessário para a tomada de decisão quanto ao país onde se realizou o investimento, a escolha foi rápida (menos de 6 meses) em 32% dos casos, longa (mais de um ano) em 6 empresas e entre aqueles limites em apenas 2 empresas. De notar que cerca de 46% das empresas da amostra não revelaram o tempo médio de decisão, alegando esquecimento ou falta de alternativas.

7.2.1 - Orientação sectorial e factores de localização internacional

Os subsectores industriais mais penetrados pelo investimento externo são o têxtil, vestuário e couro (CAE 32), as indústrias químicas (CAE 35) e o da fabricação de produtos metálicos e de máquinas e material de transporte (CAE 38). Começando pelo subsector dos têxteis, vestuário e couro (Quadro 7.5), constata-se que, para além da relevância

dos custos de mão de obra na primeira escolha, a sua disponibilidade e qualificação também é bastante apreciada.

Quadro 7.5
Factores de localização indicados no subsector
"têxteis, vestuário e couro" (CAE/73 - 32)

(n=12)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Custos de mão obra	8	1	1	1	-	11
Mercado importante	3	-	-	-	-	3
Acesso a outros mercados	1	-	-	-	-	1
Disp. e qualif. da mão obra	-	1	5	1	-	7
Custos de transporte	-	2	-	1	1	4
Clima político e social	-	1	2	2	1	6
Legislação laboral	-	1	-	-	1	2
Proximidade geográfica e cultural	-	1	-	2	-	3
Conhecimentos da língua portuguesa	-	1	-	-	-	1
Tradição industrial	-	3	1	2	1	7
Imagem do país	-	-	1	-	5	6
Taxas de câmbio favoráveis	-	-	1	-	-	1
Direitos aduaneiros elevados	-	-	-	1	1	2
Proximidade a matérias subsidiárias	-	-	-	1	-	1

A tradição nacional neste subsector acaba por ser valorizada porque existe uma espécie de mercado natural para a contratação de assalariados com alguma qualificação e para a aquisição de matérias subsidiárias indispensáveis ao processo produtivo. Associada à tradição têxtil do nosso país e aos custos salariais relativamente mais baixos está o clima político e social estável, que completa a imagem de Portugal no exterior.

Para além destes factores, merecem destaque os direitos aduaneiros (mencionados por empresa de fora da União Europeia), a legislação laboral (duas das três referências pertencem a este subsector) e os custos de transporte mais baixos por comparação com outros países (China, Vietname, Índia ou os tigres asiáticos).

Passando agora à análise do subsector dos produtos químicos e dos produtos de borracha e plástico (Quadro 7.6), observa-se uma postura dualista das empresas estrangeiras pertencentes a este subsector. Se, por um lado, valorizam o acesso ao mercado português (mencionado como principal factor) e a possibilidade de o transformar numa placa giratória para aceder a outros mercados de maior dimensão. Por outro, mantêm em aberto a perspectiva de beneficiar de custos salariais comparativamente mais baixos.

Quadro 7.6

**Factores de localização indicados no subsector
"químico dos derivados do petróleo e do carvão e dos produtos
de borracha e de plástico" (CAE/73 - 35)**

(n=8)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Custos de mão obra	1	2	2	-	-	5
Possibilidade de acesso a outros mercados	-	4	-	-	-	4
Acesso recursos naturais	1	-	-	-	-	1
Mercado importante	5	-	-	-	-	5
Taxas de câmbio favoráveis	1	-	-	-	-	1
Disp. e qualif. da mão obra	-	-	1	1	-	2
Custos de transporte	-	-	1	-	1	2
Clima político e social	-	-	1	1	-	2
Proximidade geográfica e cultural	-	-	-	1	1	2
Presença de concorrentes	-	-	1	-	-	1
Tradição industrial	-	-	-	1	-	1
Imagem positiva do país	-	1	-	-	1	2
Assistência aos clientes	-	1	1	1	-	3
Nacionalidade do D.G.	-	-	1	-	-	1
Atitude favorável aos estrangeiros	-	-	-	1	1	2
Direitos aduaneiros elevados	-	-	-	1	-	1
Qualidade de vida e ambiente	-	-	-	-	1	1

Esta atitude pode ser interpretada como uma aposta das empresas estrangeiras na cobertura do mercado português através de unidades de distribuição, enquanto as unidades produtivas, onde os custos salariais são

determinantes, serviriam para abastecer prioritariamente o mercado europeu.

Sem qualquer referência especial a anotar estão os restantes factores. Mesmo assim, vale a pena sublinhar a pequena importância atribuída à qualificação da mão de obra, aos custos de transporte, à tradição industrial e à imagem do país, o que contrasta com o subsector acabado de analisar.

Para concluir a análise dos subsectores industriais mais penetrados pelo investimento externo falta apenas referir a fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte (Quadro 7.7).

Quadro 7.7
Factores de localização indicados no subsector
"fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento
e material de transporte" (CAE/73 - 38)

(n=10)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Custos de mão obra	3	1	2	-	-	6
Mercado importante	7	1	-	-	-	8
Possibilidade de acesso a outros mercados	-	3	-	1	-	4
Disp. e qualif. da mão obra	-	1	2	2	1	6
Custos de transporte	-	1	3	1	1	6
Clima político e social	-	-	1	1	2	4
Legislação laboral	-	-	-	-	1	1
Proximidade geográfica e cultural	-	-	1	-	-	1
Imagem positiva do país	-	2	1	2	-	5
Assistência aos clientes	-	1	-	1	-	2
Atitude favorável a estrangeiros	-	-	-	-	1	1

Neste subsector industrial imperam as unidades de fabricação de componentes para a indústria automóvel, não sendo de estranhar a importância de factores como o mercado, a possibilidade de acesso a outros mercados, a imagem positiva do país, os custos salariais, a disponibilidade e a qualificação da mão de obra. No caso do mercado, é

preciso não esquecer a indústria estrangeira automóvel já instalada em Portugal (Opel, Renault) e o projecto FORD/VW, que dinamizou fortemente o mercado nacional, bem como o acesso ao mercado espanhol, onde também estão presentes alguns construtores de automóveis (Seat e Renault, por exemplo).

De realçar, ainda, a importância concedida aos custos de transporte, o que se justifica pois estão associados à necessidade de articulação com a unidade central de montagem e ao funcionamento de sistemas tipo *just in time* em que a indústria automóvel é pioneira. Estes sistemas de gestão exigem uma obediência rigorosa às especificações técnicas do fabricante e uma rapidez de resposta que se mostra pouco consentânea com unidades produtivas demasiado dispersas geograficamente.

Nos restantes subsectores, salientam-se como principais factores os recursos naturais e o mercado no subsector alimentar (CAE 31), o mercado nas indústrias do papel e artes gráficas (CAE 34) e os custos da mão de obra na indústria da madeira e da cortiça (CAE 33), nas indústrias dos produtos minerais não metálicos (CAE 36), nas indústrias metalúrgicas de base (CAE 37) e nas outras indústrias transformadoras (CAE 39).

7.2.2 - Origem do capital e factores de localização internacional

Na análise aos factores de localização, procede-se, de seguida, ao contraste com o país de origem da empresa. À semelhança do que ocorreu com a orientação sectorial, espera-se encontrar aqui algumas preferências locais que ajudem a compreender melhor as razões da eleição de Portugal no contexto internacional.

Centrando a análise nos factores de localização escolhidos pelos investidores alemães e espanhóis (Quadro 7.8), verifica-se que o mercado nacional é o motivo principal de atracção para cerca de 83% dos investidores espanhóis (cinco em seis investimentos), enquanto os alemães dispersam as suas preferências pelos custos da mão de obra (58,3%), o mercado nacional (33,3%) e o acesso a recursos naturais (8,3%). Observa-se, ainda, uma maior concentração dos factores no caso espanhol do que no alemão, pois enquanto os empresários espanhóis posicionam 7 factores depois do principal, os alemães indicam mais do dobro.

Quadro 7.8
Factores de localização indicados por investidores alemães
(n=12) e espanhóis (n=6)

Factores	Alemanha					Espanha				
	1 ^a Esc	2 ^a Esc	3 ^a Esc	4 ^a Esc	5 ^a Esc	1 ^a Esc	2 ^a Esc	3 ^a Esc	4 ^a Esc	5 ^a Esc
Custos de mão obra	7	1	2	-	-	1	1	-	-	-
Mercado importante	4	-	-	-	-	5	-	-	-	-
Acesso a outros mercados	-	3	-	1	-	-	-	-	-	-
Disp. e qualif. da mão obra	-	2	3	1	1	-	-	1	-	-
Custos de transporte	-	1	-	1	2	-	-	2	2	-
Clima político e social	-	2	2	2	-	-	-	-	-	1
Legislação laboral	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Proximidade geográfica e cultural	-	-	-	2	1	-	2	2	-	-
Imagem positiva do país	-	-	2	1	4	-	2	1	1	1
Acesso a recursos naturais	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Tributação favorável	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Atitude favorável estrangeiros	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Qualidade de vida e ambiente	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Tradição industrial	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-
Taxas de câmbio favoráveis	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Aumento capacidade produtiva	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Assistência aos clientes	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Presença de concorrentes	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-

Quanto à especificidade dos factores, os espanhóis estão satisfeitos com a imagem internacional de Portugal e atentos à proximidade

geográfica e sociológica entre os dois países. Relacionados particularmente com a proximidade geográfica estão os custos de transporte, que se afiguram decisivos na opção pelo nosso país.

No que respeita aos investidores alemães, apurou-se que os factores ligados à mão de obra (custo, disponibilidade e qualificação, legislação laboral), ao mercado nacional (proximidade geográfica e cultural, aumento de capacidade produtiva, assistência aos clientes, presença de concorrentes) e à possibilidade de acesso a outros mercados, determinaram a localização em Portugal.

Outro factor que parece relevante na decisão do investidor alemão é a imagem que o nosso país goza no estrangeiro, associada frequentemente a um clima político e social estável e a uma forte tradição industrial em certos sectores.

No que se reporta às outras nacionalidades, convém referir que se nota uma preferência dos empresários italianos e franceses pelo custo da mão de obra, a que se acrescenta o acesso a recursos naturais (primeiro caso) e a exploração do mercado (segundo caso). Repartindo os seus interesses pelos custos salariais e pelo mercado português encontram-se os empresários ingleses, suíços e japoneses, se bem que para estes últimos a taxa de câmbio também seja decisiva.

Nos restantes países salienta-se a dimensão do mercado português, com interesse para as empresas originárias dos Estados Unidos, Malásia, Holanda e Brasil, o acesso a outros mercados, mencionada por uma empresa austríaca, antes da adesão deste país à União Europeia, e a prioridade atribuída aos custos salariais pelas empresas suecas e finlandesas.

A imagem do país é novamente realçada pela generalidade dos empresários estrangeiros, ainda que, quase sempre, lhe seja conferida uma importância marginal (indicado na maioria das vezes em último

lugar). Curioso, ainda, é notar que os empresários italianos e ingleses, em conjunto com os franceses, evocam proximidade sociológica com o nosso país.

7.3 - FACTORES DE LOCALIZAÇÃO REGIONAL

Quando o empresário estrangeiro escolhe o país onde deseja investir é natural que as suas preocupações não terminem aí. Com efeito, não é indiferente localizar a empresa no litoral ou no interior do país, no norte ou no sul. Por isso, é necessário ponderar factores de ordem mais territorial que aconselham esta ou aquela região, com factores de ordem institucional, como os incentivos governamentais ou os apoios das entidades públicas locais. Nesta medida, faz todo o sentido investigar os factores que o empresário estrangeiro mais valoriza quando selecciona o local de instalação da empresa, de modo a fornecer indicações úteis aos decisores públicos e privados.

Os factores apontados em primeiro lugar pelos entrevistados e que, por isso, parecem interferir mais notoriamente na escolha de uma região (Quadro 7.9) são a tradição industrial (18,9%), a proximidade a uma autoestrada ou itinerário principal (16,2%) e, muito ligada a este último factor, a proximidade a um porto de mar (8,1%) e a um aeroporto (2,7%). Se no que se reporta às infraestruturas de transportes (autoestrada, porto de mar, aeroporto) a hipótese 8 se confirma, já em relação à disponibilidade de mão de obra qualificada e terrenos industriais, as preferências dos inquiridos não se hierarquizam do mesmo modo.

Não consagrada na hipótese ventilada, mas com uma importância determinante na escolha das regiões está a tradição industrial ou, na acepção mais conhecida de MARSHALL, a atmosfera industrial. De

sublinhar o papel preponderante de um elemento intrínseco ao território na localização da empresa estrangeira, o que confere uma vantagem específica adicional aos territórios que a detenham e os posiciona à frente de outros territórios concorrentes. Na ventilação dos factores de localização por distrito ver-se-á quais os que apresentam esta vantagem.

Quadro 7.9
Factores de localização nas regiões nacionais

Factores de localização	Referências		Escolhas				
	Total	% (a)	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
Tradição industrial	15	40,5	7	2	4	1	1
Disponibilidade de espaços industriais	12	32,4	2	4	2	3	1
Instalações industriais devolutas	22	59,4	5	6	8	3	-
Preço do terreno	10	27,0	2	4	-	1	3
Disponibilidade de mão obra	17	45,9	2	2	5	6	2
Qualificação da mão obra	4	10,8	-	2	-	-	2
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	8	21,6	3	1	1	-	3
Proximidade a aeroporto	4	10,8	1	-	1	2	-
Proximidade de porto de mar	7	18,9	3	1	0	1	2
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	28	75,7	6	9	8	3	2
Proximidade à fronteira espanhola	3	8,0	2	-	1	-	-
Custos de transporte	10	27,0	-	-	2	4	4
Qualidade de vida e ambiente	2	5,4	-	-	-	1	1
Rede transportes públicos	1	2,7	-	-	-	1	-
Presença de subcontratantes	1	2,7	-	-	-	1	-
Proximidade a Universidade	1	2,7	-	-	-	1	-
Naturalidade do D.G.	4	10,8	1	1	2	-	-
Proximidade centro urbano	7	18,9	1	1	2	3	-
Importância mercado local	2	5,4	2	-	-	-	-
Rede de fornecimento de água, electricidade,...	4	10,8	-	1	-	2	1
Infraestruturas telecomunicações	2	5,4	-	1	-	-	1
Interesse da Câmara	1	2,7	-	1	-	-	-
Acessibilidade (centro do país)	2	5,4	-	1	1	-	-
Não responderam	18	48,6	-	-	-	4	14

Legenda: (a) - percentagem de referências = número de referências efectuadas/número de referências possíveis (n=37).

Na questão das infraestruturas de transporte (autoestrada, porto de mar e aeroporto) é pertinente chamar a atenção para as suas funções estruturantes. Por um lado, funcionam como um instrumento de mediação da relação da empresa estrangeira com o sistema de produção e consumo em que internacionalmente se encontra inserida. Por outro, viabilizam a recepção de factores produtivos e a emissão de produtos acabados da mais diversa índole.

Outra razão adiantada com bastante insistência (13,5%) foi a disponibilidade de instalações devolutas para instalação da empresa, o que se justifica pela comodidade, rapidez e, na maioria das situações, pelo preço ou renda paga pelo empresário. Em estreita ligação com este último factor, e denunciando algumas preocupações com a instalação concreta da empresa, foram também apontados como decisivos a disponibilidade de espaços industriais e o preço do terreno (2 referências).

As inquietações com o funcionamento posterior da unidade produtiva na região surgem espelhadas na preocupação com a disponibilidade de mão de obra e a existência de matérias primas e/ou subsidiárias, o que, no primeiro caso, reforça o pensamento já expandido quanto ao interesse pela quantidade e não pela qualidade da mão de obra (uma citação apenas para "proximidade à universidade") e, no segundo caso, o interesse pelos recursos naturais ou o tecido empresarial da região.

Com um número mais reduzido de citações, mas com importância determinante na escolha da região aparecem a proximidade à fronteira espanhola e o mercado local. No primeiro caso, os diferenciais de custo de mão de obra entre os dois países são suficientemente significativos para justificarem os investimentos transfronteiriços (*cross-border investments*). No segundo, e como adiante haverá oportunidade de

confirmar, só Lisboa e Porto parecem apresentar alguma dimensão económica para viabilizar uma aposta no mercado local.

A merecer um comentário especial está a ausência, algo inesperada, ou a escassa importância atribuída, a alguns factores frequentemente apontados como dinamizadores do investimento externo nas regiões. Neste caso está o custo da mão de obra que foi "esquecido" pelos entrevistados, podendo ser interpretada esta ausência pela fixação de um salário mínimo nacional que atenua as disparidades salariais, colocando todas as regiões na mesma posição competitiva.

Outra ausência notada foi a dos custos de transporte que, tendo sido referidos na selecção do país, apenas são indicados a partir da terceira escolha quando se trata das regiões. Deste modo, parece poder afirmar-se que a acessibilidade ao meio de transporte é mais importante do que o seu custo. Esta situação sugere um mapa perceptual das distâncias geográficas da empresa estrangeira mais amplo (inserção mais profunda no sistema económico internacional) do que o das empresas nacionais.

A escassa referência às infraestruturas de telecomunicações (menção em segundo lugar uma única vez) contrasta com o entendimento de alguns empresários nacionais (HASSE FERREIRA, 1991; AZEVEDO, 1992) e académicos (DRUCKER, 1989) que colocam este factor no topo das suas exigências. Isto é mais estranho quando, no caso da empresa estrangeira, as necessidades de comunicação são mais sentidas, e a necessidade de realizar contactos com a empresa-mãe são mais frequentes. Segundo nos foi dado perceber no decurso do inquérito, os responsáveis da empresa estrangeira não reclamaram sobre as condições de operação dos meios de telecomunicação, o que supõe uma base infraestrutural razoável nas regiões.

Finalmente, anota-se o pouco interesse manifestado pela qualificação da mão de obra, indicado por duas vezes em segundo e

quinto lugar. Esta constatação comprova o peso determinante que os custos salariais têm na escolha do país, ao mesmo tempo que desmistifica, de algum modo, a ideia que o investimento externo procura mão de obra qualificada. Esta ilacção, porém, não deve ser aplicada a todas as empresas estrangeiras instaladas em Portugal.

Quanto a factores como a presença de subcontratantes, a existência de uma rede de transportes públicos ou a qualidade de vida e do ambiente certifica-se o seu contributo marginal para a localização da empresa estrangeira numa região.

Anote-se, a terminar, que, do total da amostra, 4 dos inquiridos não conseguiram indicar os dois últimos factores, o mesmo sucedendo com 10 em relação ao quinto factor.

Na concorrência entre regiões, os empresários estrangeiros, quando confrontados com uma localização alternativa, indicaram como primeira prioridade os distritos de Braga e Porto (5 citações), Lisboa (4) e Guarda (3). Dos distritos não considerados no processo de decisão (7 no total), saliência para Castelo Branco, Santarém, Portalegre, Faro e Vila Real.

Como segunda região alternativa destaca-se Aveiro com 2 citações, seguindo-se Braga, Coimbra, Setúbal, Viana do Castelo e Viseu, ponderadas por um empresário cada. Um total de 11 empresários refere não ter procurado localização alternativa fora da região actual, enquanto 30 não procurou uma segunda região e apenas 1 mencionou uma terceira região (Setúbal). As razões da preferência pela região actual prendem-se com a dotação específica em factores, designadamente, acessibilidades, instalações devolutas, terrenos e tradição industrial, ou com o papel das instituições públicas locais (Câmara Municipal).

O tempo de decisão dos 26 empresários que procuraram localização alternativa foi curto (menos de 6 meses) na sua maior parte (80%), médio

(entre 6 e 12 meses) em 19% dos casos e demorado (mais de 1 ano) num único caso.

7.3.1 - Incidência regional dos factores de localização

O enfoque espacial da localização é contemplado neste apartado, começando-se por comentar os factores que interferiram na escolha dos distritos mais urbanos (Quadro 7.10).

Quadro 7.10
Factores de localização nos distritos de Lisboa (n=6), Porto (n=6) e Setúbal (n=4)

Factores de localização	Lisboa	Porto	Setúbal	Total
Tradição industrial	-	1 (a) 1 (b) 1 (c)	-	3
Disponibilidade de espaços industriais	1 (c)	1 (a)	1 (b)	3
Instalações industriais devolutas	2 (b) 3 (c)	2 (a) 1 (c)	1 (a) 1 (c)	10
Preço do terreno	-	1 (b)	-	1
Disponibilidade de mão obra	1 (a)	-	1 (c)	2
Qualificação da mão obra	1 (b)	-	1 (b)	2
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	1 (a)	-	1 (a)	2
Proximidade a aeroporto	-	1 (a) 1 (c)	-	2
Proximidade de porto de mar	-	1 (a)	2 (a) 1 (b)	4
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	1 (a) 3 (b) 1 (c)	3 (b) 2 (c)	1 (b) 1 (c)	12
Infraestruturas de telecomunicações	-	1 (b)	-	1
Custos de transporte	-	1 (c)	1 (c)	2
Proximidade centro urbano	1 (a) 1 (c)	-	-	2
Importância mercado local	2 (a)	-	-	2

Legenda: (a) indicado como 1^a. escolha; (b) indicado como 2^a. escolha; (c) indicado como 3^a. escolha.

Naquilo que de mais interessante há a registar, aponta-se a proximidade a autoestrada, citado por 83,3% dos entrevistados dos distritos de Lisboa e Porto e 50% dos de Setúbal. Estes factores devem ainda ser conjugados com a proximidade a aeroporto, no caso do Porto, e a um porto de mar, no caso de Setúbal. Com prioridades diversas, a indicação destes factores nas principais cidades nacionais, em especial em Lisboa e Porto, enfatizam a importância das acessibilidades físicas na selecção das regiões mais desenvolvidas.

Mencionados unicamente em Lisboa estão factores como a importância do mercado local e a proximidade de um centro urbano, relacionados com a concentração dos consumidores e das empresas e com as funções político-administrativas da capital do país.

Outro factor circunscrito espacialmente, mas ao distrito do Porto, é a tradição na indústria têxtil, que recolhe as preferências de 50% dos inquiridos. Como é sabido, está no norte do país o coração da indústria têxtil, não sendo por isso de estranhar que os empresários estrangeiros optem por se integrar numa atmosfera industrial favorável. A esta escolha não serão certamente alheios factores complementares como o preço do terreno e a infraestrutura de telecomunicações, referidos em segundo lugar por cada um dos entrevistados.

Com relevância na escolha destes distritos aparecem também a disponibilidade de espaços industriais e de instalações. Este último factor, muito representativo em Lisboa (83,3%), sugere uma preferência das empresas estrangeiras pelo arrendamento ou compra de estabelecimentos industriais que minimizem o risco e o volume do investimento inicial.

A valorização da disponibilidade e qualificação da mão de obra surge apenas em Lisboa e Setúbal, sugerindo um mercado de trabalho suficientemente amplo, quer em termos de recrutamento, quer em termos de qualificações profissionais disponíveis.

Quanto aos principais factores impulsionadores da localização da empresa estrangeira no litoral do país (Quadro 7.11), salientam-se a tradição industrial, especialmente notada em Braga (100%), as instalações devolutas (excepto em Leiria) e a proximidade a uma autoestrada (Braga, Leiria, Aveiro e Santarém).

Quadro 7.11
Factores de localização na região litoral [Braga (n=3), Leiria (n=3), Aveiro (n=3), Santarém (n=2) e Viana do Castelo (n=2)]

Factores de localização	Braga	Leiria	Aveiro Santarém V.Castelo	Total
Tradição industrial	3 (a)	1 (a)	2 (a) 1 (b)	7
Disponibilidade de espaços industriais	-	1 (b)	-	1
Instalações industriais devolutas	2 (c)	-	2 (a) 2 (b) 1 (c)	7
Preço do terreno	-	1 (a)	1 (b)	2
Disponibilidade de mão obra	1 (b)	1 (c)	1 (b) 1 (c)	4
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	-	-	1 (a) 1 (b) 1 (c)	3
Naturalidade D.G.	1 (b)	1 (c)	1 (c)	3
Interesse da Câmara	-	-	1 (b)	1
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	1 (c)	1 (a) 1 (b)	2 (a) 2 (c)	7
Rede de fornecimento de água, electricidade,...	1 (b)	-	-	1
Acessibilidade (centro do país)	-	1 (b) 1 (c)	-	2
Proximidade centro urbano	-	-	1 (c)	1

Legenda: (a) indicado como 1ª. escolha; (b) indicado como 2ª. escolha; (c) indicado como 3ª. escolha.

Nos factores mencionados pelos entrevistados instalados em Leiria, merecem também destaque o parque industrial de Pombal e a centralidade da região (75%), compreendida entre os dois mais importantes mercados do país (Lisboa e Porto).

A disponibilidade de mão de obra e a naturalidade do responsável da empresa estrangeira afiguram-se críticos na escolha da maioria destas regiões, o mesmo sucedendo com a presença de factores de produção (matérias primas e/ou subsidiárias) em Aveiro, Santarém e Viana do Castelo.

No que se reporta aos factores de localização nomeados pelas empresas estabelecidas nos distritos das regiões interiores (Quadro 7.12), é de anotar o relevo atribuído à existência de parques industriais pertencentes às autarquias de Viseu, Castelo Branco e Vila Real (disponibilidade de espaços industriais) e ao itinerário principal 5 (IP5), no caso de Viseu. Intimamente ligado à questão dos parques industriais está o preço do terreno, que em Castelo Branco e Vila Real foram decisivos na opção por estes distritos.

Quadro 7.12

Factores de localização na região interior [Viseu (n=3), Castelo Branco (n=3), Portalegre (n=1) e Vila Real (n=1)]

Factores de localização	Viseu	Castelo Branco	Portalegre Vila Real	Total
Tradição industrial	1 (c)	1 (c)	1 (c)	3
Disponibilidade de espaços industriais	1 (b)	1 (b) 1 (c)	1 (a)	4
Instalações industriais devolutas	1 (b)	1 (b)	-	2
Preço do terreno	-	1 (a) 1 (b)	1 (b)	3
Disponibilidade de mão obra	1 (a)	1 (c)	1 (c)	3
Naturalidade D.G.	-	1 (a)	-	1
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	2 (a) 1 (c)	-	1 (b)	4
Proximidade à fronteira espanhola	1 (c)	1 (a)	1(a)	3
Proximidade centro urbano	1 (b)	-	-	1

Legenda: (a) indicado como 1.^a escolha; (b) indicado como 2.^a escolha; (c) indicado como 3.^a escolha.

Outros factores de atractividade que se evidenciaram nas regiões do interior do país foram a tradição industrial e a disponibilidade de mão

de obra, se bem que colocados em terceiro lugar pelos inquiridos (excepção para o segundo factor em Viseu). Estes factores remetem para a industrialização recente de Viseu e Castelo Branco, por acção voluntarista das respectivas autarquias, e para a reconversão rápida dos assalariados agrícolas em mão de obra industrial.

A terminar, faz-se alusão a um curioso factor de atracção regional que se intitulou "proximidade à fronteira espanhola". A fronteira, por efeito do mercado interno, deixa de se constituir como um elemento de separação para se transformar num íman para o investidor externo. A possibilidade de explorar custos salariais mais baixos, o acesso mais rápido às vias rodoviárias vizinhas, o interesse pelo mercado de componentes automóveis espanhol e a política de incentivos regionais, são algumas das razões aventadas pelos responsáveis empresariais para se situarem nas regiões do interior do país.

7.3.2 - Orientação sectorial e factores de localização regional

Centrando a atenção nos subsectores mais penetrados pelo investimento externo, confirma-se a importância da tradição industrial para o subsector dos têxteis, vestuário e couro (Quadro 7.13). Com importância reforçada saem as "instalações industriais devolutas" e a "disponibilidade de mão de obra", pois nos distritos impregnados de atmosfera industrial torna-se fácil comprar ou arrendar instalações, contratar mão de obra e começar de imediato a laborar.

A insistência nas infraestruturas de transporte é uma consequência da extroversão da indústria, que obriga a contactos frequentes com fornecedores e clientes externos. No mesmo sentido é de interpretar os custos de transporte que são objecto de consideração pelos entrevistados (3 menções cada). Assinale-se, ainda, que o preço dos terrenos industriais

é frequentemente confrontado pelo investidor com a disponibilidade das instalações industriais, estando envolvidos nesta espécie de *trade-off* o custo e o risco do investimento.

Quadro 7.13
Factores de localização regional indicados no subsector
"têxteis, vestuário e couro" (CAE/73 - 32)

(n=12)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Tradição industrial	4	2	1	-	1	8
Disponibilidade de espaços industriais	-	-	-	1	-	1
Instalações industriais devolutas	3	2	4	1	-	10
Preço do terreno	-	1	-	1	1	3
Custos de transporte	-	-	-	-	3	3
Qualificação da mão obra	-	-	-	-	1	1
Disponibilidade de mão obra	-	2	2	3	-	7
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	1	-	-	-	2	3
Proximidade de porto de mar	1	-	-	-	-	1
Proximidade a aeroporto	1	-	1	-	-	2
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	1	2	3	1	1	8
Proximidade à fronteira espanhola	-	-	1	-	-	1
Naturalidade do D.G.	1	1	-	-	-	2
Proximidade centro urbano	-	1	-	1	-	2
Qualidade de vida e do ambiente	-	-	-	-	1	1
Presença de subcontratantes	-	-	-	1	-	1
Rede de fornecimento de água, electricidade,...	-	1	-	1	-	2

Nos restantes factores anota-se a diminuta relevância da proximidade à fronteira espanhola, da qualificação da mão de obra e da presença de subcontratantes. No seu conjunto, sugerem para este subsector o emprego de uma mão de obra com escassa qualificação profissional, um desinteresse do mercado espanhol e um esquecimento dos subcontratantes nacionais.

Quanto aos factores de localização mais valorizados pelo subsector químico (Quadro 7.14), destaca-se as infraestruturas de transporte

(aeroporto, porto de mar e autoestrada) e os espaços industriais, a que se adicionam os custos de transporte e o preço do terreno. A importância do acesso ao mercado consumidor (nacional e espanhol) e a presença de instalações industriais específicas explica o interesse pelas regiões com atmosfera industrial mais intensa.

Quadro 7.14

Factores de localização indicados no subsector "químico dos derivados do petróleo e do carvão e dos produtos de borracha e de plástico" (CAE/73 - 35)

(n=8)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Tradição industrial	2	-	-	-	-	2
Disponibilidade de espaços industriais	-	1	1	1	-	3
Instalações industriais devolutas	2	-	1	1	-	4
Preço do terreno	1	2	-	-	-	3
Custos de transporte	-	-	1	2	-	3
Qualificação da mão obra	-	1	-	-	-	1
Disponibilidade de mão obra	-	-	2	-	-	2
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	-	-	1	-	1	2
Proximidade a aeroporto	1	-	-	-	-	1
Proximidade de porto de mar	-	1	-	-	2	3
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	1	2	-	2	-	5
Proximidade à fronteira espanhola	1	-	-	-	-	1
Naturalidade do D.G.	-	-	1	-	-	1
Rede de fornecimento de água, electricidade,...	-	-	-	1	1	2
Acessibilidade (centro do país)	-	1	1	-	-	2

Na lista de prioridades seguem-se outros factores menos marcantes para o subsector como a disponibilidade e qualificação da mão de obra, as matérias primas ou subsidiárias, a origem do responsável da empresa, as infraestruturas industriais ou a centralidade geográfica.

No subsector da fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte (Quadro 7.15) os entrevistados deram relevo ao acesso às vias rodoviárias, à qualificação da mão de obra

susceptível de ser contratada no curto prazo, ao espaço industrial e às instalações devolutas. Esta atitude justifica-se por serem, na sua maioria, unidades de produção de componentes para a indústria automóvel, onde a mão de obra intensiva e a proximidade ou acesso rápido ao fabricante principal dos veículos é determinante. Por isso, também privilegiam a proximidade aos centros urbanos, os custos de transporte e a tradição industrial.

Quadro 7.15

Factores de localização indicados no subsector "fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte" (CAE/73 - 38)

(n=10)

Factores	1 ^a Esc.	2 ^a Esc.	3 ^a Esc.	4 ^a Esc.	5 ^a Esc.	Total
Tradição industrial	-	-	2	1	-	3
Disponibilidade de espaços industriais	1	1	-	1	1	4
Instalações industriais devolutas	-	2	3	-	-	5
Preço do terreno	-	1	-	-	2	3
Custos de transporte	-	-	1	1	1	3
Qualificação da mão obra	-	1	-	-	-	1
Disponibilidade de mão obra	2	-	1	2	1	6
Proximidade a aeroporto	1	-	-	-	-	1
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	3	4	1	-	1	9
Proximidade à fronteira espanhola	1	-	-	-	-	1
Existência de Universidade	-	-	-	1	-	1
Qualidade de vida e do ambiente	-	-	-	1	-	1
Importância do mercado local	2	-	-	-	-	2
Interesse da Câmara	-	1	-	-	-	1
Proximidade a centro urbano	-	-	2	2	-	4

Nos restantes subsectores sublinha-se o interesse da alimentação, bebidas e tabaco, e madeira e cortiça pelas matérias primas (tomate e cortiça), do papel, artes gráficas e edição de publicações pela proximidade a um centro urbano, dos produtos minerais não metálicos pela tradição industrial e da metalurgia de base pela existência de espaços industriais. A representatividade da amostra, no entanto, aconselha algumas cautelas nas

ilacções a retirar sobre a importância decisiva destes factores para estes subsectores.

7.3.3 - Origem do capital e factores de localização regional

Neste apartado estudam-se os factores de localização segundo a nacionalidade do empresário estrangeiro, tentando-se discernir até que ponto o país de origem da empresa influencia as suas preferências locativas.

Começando pelas nacionalidades mais representadas na amostra (Quadro 7.16), constata-se que os investidores alemães se dispersam por uma grande variedade de factores de localização, enquanto os espanhóis se concentram num grupo de factores mais restrito. Deste modo, no topo das preferências do investidor alemão figuram a tradição industrial, a disponibilidade de espaços industriais e as instalações industriais devolutas, enquanto no espanhol se encontra a proximidade a uma autoestrada ou itinerário principal.

Outros factores que foram indicados como prioritários pelos empresários alemães, logo a seguir ao principal, foram o preço do terreno e o acesso à rede rodoviária, também indicado em terceiro e quinto lugar. Em terceiro lugar são apreciadas as instalações industriais devolutas, e no lugar imediato a disponibilidade de mão de obra e os custos de transporte.

A proximidade a uma via rodoviária (2ª. escolha) e a disponibilidade de instalações industriais são os únicos factores corroborados por mais do que um empresário espanhol.

Nas restantes nacionalidades, a primeira escolha dos investidores suíços privilegia a disponibilidade de instalações industriais, a dos japoneses, o preço do terreno e acesso ao porto de mar, e a dos ingleses,

as infraestruturas de transporte (proximidade a porto de mar e autoestrada).

Quadro 7.16
Factores de localização regional indicados pelos investidores alemães (n=12) e espanhóis (n=6)

Factores	Alemanha					Espanha				
	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
Tradição industrial	3	-	1	-	-	1	-	1	-	-
Disponibilidade de espaços industriais	2	1	1	1	-	-	1	1	-	-
Instalações industriais devolutas	2	-	3	1	-	-	1	2	1	-
Preço do terreno	1	4	-	-	1	-	-	-	-	1
Disponibilidade de mão obra	1	1	1	3	1	-	-	-	1	-
Qualificação mão obra	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Existência de matérias primas e/ou subsidiárias	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1
Proximidade a aeroporto	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-
Proximidade autoestrada ou itinerário principal	1	2	3	-	1	2	3	1	-	-
Proximidade à fronteira espanhola	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Existência de Universidade	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Proximidade centro urbano	-	-	1	-	-	1	-	1	1	-
Importância mercado local	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-
Rede de fornecimento de água, electricidade,...	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Infraestruturas de telecomunicações	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Qualidade de vida e do ambiente	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-
Interesse da Câmara	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Acessibilidade (centro do país)	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Custos de transporte	-	-	-	2	1	-	-	-	1	-
Presença de subcontratantes	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-

Os empresários franceses e italianos manifestaram interesse pelo aprovisionamento local de matérias primas e subsidiárias, a que se acrescenta a tradição industrial e a nacionalidade do responsável da empresa, no primeiro caso, e a proximidade à fronteira espanhola e a autoestrada, no segundo.

7.4 - A POLÍTICA DE INCENTIVOS AO INVESTIMENTO E O COMPORTAMENTO DA EMPRESA ESTRANGEIRA

Para incrementarem a sua competitividade na atracção do investimento externo as entidades governamentais dos países interessados costumam usar os incentivos como instrumento da sua política industrial. Justificam a sua atribuição a empresas estrangeiras por razões de modernização e diversificação do tecido industrial, transferência tecnológica ou equilíbrio da balança comercial.

A concorrência pelo acolhimento do investimento externo não termina nos países, continuando nas regiões que competem pela instalação da empresa estrangeira no seu território, frequentemente no parque industrial do concelho. Com a chegada da empresa esperam aumentar o nível de emprego na região, ao mesmo tempo que diversificam a sua estrutura produtiva. Por isso, oferecem incentivos diversos no intuito de se tornarem mais atractivas e vencerem outras regiões concorrentes.

7.4.1 - O papel dos incentivos na captação de investimento externo

Os incentivos foram um instrumento de política que serviu para fixar no nosso país cerca de metade (45,9%) das empresas estrangeiras incluídas na amostra (Quadro 7.17). Nestes incentivos destacam-se os subsídios financeiros (14 empresas) e os apoios à formação da mão de obra (11 empresas). Este último tipo de incentivo tem a importância média mais reduzida (2,55), embora algumas empresas o possam considerar importante, como se verifica pelo valor mais elevado do desvio padrão.

Quadro 7.17
Importância dos diferentes tipos de incentivos na selecção do país e dos distritos

Tipo de Incentivos	Nº.	%	Média (b)	Desvio padrão
Nacionais				
Não	20	54,1	-	-
Sim (a):	17	45,9	-	-
Financeiro	14	-	3,57	1,02
Fiscal	3	-	3,67	1,15
Formação	11	-	2,55	1,29
Regionais				
Não	26	70,3	-	-
Sim (a):	11	29,7	-	-
Financeiro	1	-	5	-
Fiscal	5	-	2,8	1,48
Terrenos	9	-	3,89	1,05

Legenda: (a) Entre parêntesis é indicada a média aritmética da escala de atitude usada para avaliação da importância dos incentivos que vai de muito importante (5) até pouco importante (1). (b) Alguns entrevistados indicaram mais do que 1 tipo de incentivo.

As bonificações fiscais surgem como o incentivo com a importância média mais elevada (3,67), se bem que referido por apenas 3 inquiridos e com importância variável (desvio padrão de 1,15).

No cômputo geral, os subsídios financeiros apresentam-se como o mais importante instrumento de atracção do investimento externo, evidenciando uma importância média elevada (3,57) e homogénea (desvio padrão mais baixo).

Quanto aos incentivos atribuídos pelas autarquias, nota-se um menor interesse (cerca de 30%) em comparação com os de índole nacional. O incentivo mais usado é a oferta de terrenos por preços simbólicos (geralmente um escudo por metro quadrado), que funcionou em mais de 80% dos casos, com uma importância média de 3,89.

A atribuição de bonificações fiscais às empresas estrangeiras que se instalam no distrito (isenção ou redução da derrama) é um expediente utilizado com alguma frequência (45% dos casos), ainda que o investidor estrangeiro lhe confira uma importância média bastante reduzida (2,8). O

relativo desinteresse por este tipo de incentivo deve-se, na maioria dos casos, ao montante do benefício, que nunca chega a atingir valores elevados.

Finalmente, refere-se o caso particular da concessão de um subsídio financeiro em função do número de postos de trabalho criados que, em conjunto com o subsídio atribuído pelo governo central, foi determinante para a instalação da empresa estrangeira num dos concelhos mais desfavorecidos do país.

Quanto ao papel desempenhado pelos incentivos na selecção das regiões nacionais (Quadro 7.18), é de acentuar a sua escassa interferência na selecção das regiões de Lisboa e Porto. Só num caso se registou a concessão simultânea de incentivos nacionais e regionais num destes distritos, tendo a empresa recorrido a quase todos eles (excepção para o incentivo financeiro regional) e atribuído quase sempre a importância máxima.

Nos distritos do litoral (Setúbal, Braga, Leiria, Aveiro, Santarém e Viana do Castelo) 53% das empresas receberam incentivos nacionais, enquanto nos regionais essa percentagem desce para 23,5%. A outorga de subsídios financeiros foi qualificada como o instrumento de apoio nacional de maior importância para a empresa estrangeira, enquanto ao nível regional a oferta de terrenos se afigura determinante na captação do investimento externo.

Nos distritos do interior (Viseu, Castelo Branco, Portalegre e Vila Real) a maioria das empresas (87,5%) receberam apoio nacional sob a forma de subsídios financeiros ou de participação na formação da mão de obra. Repare-se que os subsídios financeiros nacionais e regionais são classificados nestes distritos de muito importantes (4,2 e 5), ao contrário do que acontecia em Lisboa e Porto (3) e nos distritos do litoral

(3,25). O caso excepcional da empresa que obtém um subsídio financeiro ao nível regional é detectado num dos distritos do interior.

Quadro 7.18
Incentivos nacionais e regionais por distritos

Tipo de incentivos	Lisboa e Porto (n = 12)	Distritos Litoral (n = 17)	Distritos Interior (n = 8)
Nacionais Sim:	1	9	7
Financeiro Importância (a)	1 (3)	8 (3,25)	5 (4,2)
Fiscal Importância	1 (5)	1 (3)	1 (3)
Formação Importância	1 (5)	5 (2)	5 (2,6)
Total (b)	3	14	11
Regionais Sim:	1	4	6
Financeiro Importância (a)	-	-	1 (5)
Fiscal Importância	1 (5)	1 (2)	3 (2,33)
Terrenos Importância	1 (5)	3 (3)	5 (4,2)
Total (b)	2	4	9

Legenda: (a) Entre parêntesis é indicada a média aritmética da escala de atitude usada para avaliação da importância dos incentivos que vai de muito importante (5) até pouco importante (1). (b) Alguns entrevistados indicaram mais do que 1 tipo de incentivo.

No que se reporta às características das empresas estrangeiras que receberam os incentivos, verifica-se que as unidades de distribuição não beneficiaram de quaisquer incentivos, enquanto as unidades produtivas e as *joint-ventures* foram apoiadas através de incentivos nacionais e regionais. Por seu turno, as empresas exportadoras foram favorecidas em relação àquelas que servem o mercado nacional, o mesmo já não sucedendo com a proveniência das matérias primas.

Quanto à influência da dimensão da empresa na concessão dos incentivos nacionais e regionais, observa-se que as empresas de reduzida dimensão não foram contempladas com quaisquer incentivos, enquanto as

restantes empresas valorizam mais os incentivos financeiros do que a formação ou a oferta de terrenos. No que se refere às vantagens competitivas detidas pela empresa estrangeira verifica-se que só as autoridades regionais parecem discriminar negativamente as empresas que exploram vantagens baseadas nos custos, o mesmo não sucedendo com as autoridades nacionais.

Os subsectores industriais mais apoiados pelos organismos centrais foram os têxteis, vestuário e couro (CAE 32) e a fabricação de produtos metálicos e de máquinas, equipamento e material de transporte (CAE 38), onde os subsídios financeiros e as ajudas à formação profissional são os instrumentos mais utilizados, enquanto as bonificações ou isenções fiscais só pontualmente se verificam. No apoio prestado pelas entidades regionais predomina a oferta de terrenos, que é mais apreciado pelo subsector "35" (química) e "38". Num plano secundário destacam-se as bonificações fiscais, que aparecem mais concentradas no subsector "38".

Por nacionalidades, destacam-se as empresas alemães que foram contempladas com incentivos nacionais e regionais em 60% dos casos e as espanholas e japonesas que outorgaram grande importância aos subsídios financeiros e à oferta de terrenos.

7.4.2 - Os incentivos e a localização da empresa estrangeira

Para conhecer em que medida a atribuição de um incentivo nacional e/ou regional pode aumentar a probabilidade da empresa estrangeira se localizar fora dos grandes centros urbanos (H9 e H10), resolveu-se fazer uso de um modelo *logit*, em que a variável dependente é dicotómica (0 ou 1) e as variáveis independentes quantitativas.

No caso presente, a probabilidade da empresa se instalar numa área metropolitana (Porto, Lisboa e Setúbal) é representada da seguinte forma:

$$1 / [1 + e^{(-Y)}]$$

onde: $Y = 1$ se a empresa está instalada numa área metropolitana (Porto, Lisboa e Setúbal) e 0 no caso contrário. Daqui resulta a especificação do seguinte modelo:

$$Y_i = b_0 + b_1 \text{ICAP} + b_2 \text{IMO} + b_3 \text{INCNF} + b_4 \text{INCRT} + u_i$$

onde: $Y_i = 1$ se pertence a uma área metropolitana (Porto, Lisboa e Setúbal) e $Y_i = 0$ se não pertence; ICAP = intensidade em capital (capital social da empresa); IMO = intensidade em mão de obra (número de trabalhadores ao serviço da empresa); INCNF = incentivo nacional financeiro e INCRT = incentivo regional sob a forma de oferta de terreno (escala de atitude modificada, entre 0 e 5, e depois estandardizada); b_0 e u_i são a constante e o erro da estimação, respectivamente.

Repare-se que na escolha das variáveis relativas aos incentivos se teve em conta o número de referências realizadas pelos inquiridos, tendo sido eleito como incentivo nacional o financeiro (14), e como incentivo regional a oferta de terrenos industriais ou a sua venda a preços simbólicos (9).

A priori é de esperar que b_1 seja positivo, pois quanto maior for a intensidade em capital da empresa maior será a propensão para se localizar numa região central que ofereça condições de instalação e de acessibilidade mais favoráveis. Repare-se, a este propósito, que os dois projectos de investimento estrangeiro de maior intensidade em capital se localizaram em Setúbal (FORD/VW) e no Porto (SIEMENS).

O sinal negativo aguardado em b2 significa que a intensidade em mão de obra da empresa a predispõe a localizar-se fora das áreas metropolitanas, onde a contratação dos assalariados se torna mais simples devido à abundância daquele factor.

Quanto a b3 e b4 o sinal esperado é negativo, pois supõe que quanto maior for a importância atribuída ao incentivo nacional e/ou regional, maior se torne a possibilidade da empresa se localizar nas regiões que tradicionalmente oferecem maiores garantias de concessão do incentivo.

Antes de se proceder à análise das regressões, comentam-se os resultados das estatísticas sumárias (média e desvio padrão) e da matriz de correlações de Pearson (Quadro 7.19).

Quadro 7.19
Estatística descritiva e matriz de correlações de Pearson

Variáveis	Média	D.P.	2	3	4	5
ICAP (1)	363,2	809,2	0,105	-0,033	-0,068	0,276
IMO (2)	81,43	112,8		0,336*	0,122	-0,228
INCNF (3)	1,351(a)	1,85 (a)			0,599*	-0,405*
INCRT (4)	0,945(a)	1,763(a)				-0,318
REG (5)	0,432	0,502				1

(a) - valores da escala, entre 0 e 5, não estandardizada. (*) significativo a 5% (teste bicaudal). REG - 1 se a empresa está localizada na área metropolitana (Porto, Lisboa ou Setúbal), 0 se não está. As restantes variáveis foram identificadas na especificação do modelo.

Como se observa, as únicas correlações significativas (5%) ocorrem entre a variável INCNF e as variáveis IMO, INCRT e REG, o que antecipa a importância do incentivo nacional financeiro quando a empresa se propõe empregar um número assinalável de trabalhadores e alguma sobreposição entre o incentivo atribuído pelos organismos nacionais com o das Câmaras Municipais. No caso da variável dicotómica REG, apenas

se pode constatar a sua associação negativa com os distritos, faltando saber se a sua influência se faz notar mais nas áreas não metropolitanas. Por seu turno, os coeficientes de correlação entre as variáveis analisadas são fracos, não se vislumbrando, portanto, grandes problemas de multicolinearidade.

No trabalho econométrico que se vai seguir foi usado o método da máxima verosimilhança [NORUSIS, 1994 a)], incluído no procedimento *logistic* do programa SPSS, versão 6.1. Em conjunto com esta técnica estatística foi usada a análise discriminante (procedimento *discriminant analysis*) do mesmo programa e versão [NORUSIS, 1994 b)]. Como os resultados a que se chegou não são contraditórios, optou-se por apresentar aqui apenas os que se referem ao modelo *logit* (Quadro 7.20). Quando se afigure pertinente, os resultados obtidos na análise discriminante podem servir para reforçar o teor dos comentários produzidos.

A dimensão da amostra e a natureza das variáveis incluídas no modelo aconselham, porém, alguma prudência nas conclusões a retirar. Isto mesmo se pode comprovar pela fraca qualidade do ajustamento dos modelos. O mesmo se aplica ao valor de $-2\text{Log } L$ (HAIR JR. *et al.*, 1995, p. 132), e à bondade do ajustamento, embora o indicador de concordância registre uma elevada percentagem de casos correctamente classificados. No quadro de resultados são apresentados os coeficientes da regressão antes da sua transformação (antilog).

Quanto aos resultados do trabalho econométrico observa-se que as variáveis exibem os sinais esperados, sendo de salientar pela acuidade estatística evidenciada as variáveis ICAP e INCNF. Na primeira, o sinal positivo aumenta a probabilidade (superior a 0,5) da empresa estrangeira intensiva em capital localizar-se nas áreas metropolitanas (Lisboa, Porto e Setúbal). Na segunda, o sinal negativo confirma a probabilidade (inferior a 0,5) da empresa estrangeira se localizar numa área não metropolitana

(categoria base 0) se lhe for concedido um incentivo nacional financeiro. Acrescente-se que, na análise discriminante realizada, esta variável revelou-se a mais apropriada para a classificação dos dois grupos de distritos.

Quadro 7.20
Resultados da análise *logit* (método da máxima verosimilhança)

Variáveis independentes	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Constante	-2,069 (1,398)	-2,054 (1,382)	-0,603 (0,201)
ICAP	0,822 (4,434)**	0,834 (4,676)**	0,505 (3,006)*
IMO	-0,599 (2,44)	-0,618 (2,733)*	-0,58 (2,926)*
INCNF	-1,381 (3,927)**	-1,441 (5,189)**	-
INCRT	-0,112 (0,039)	-	-0,762 (2,417)
Concordante	70,27%	70,27%	70,27%
-2Log L	36,72	36,76	41,95
Bondade ajust.	30,65	30,72	34,99

Nota: A variável dependente é Y [1 se é da área metropolitana (Porto, Lisboa e Setúbal), 0 se não é]; ICAP é o logaritmo do valor do capital social da empresa; IMO é o logaritmo do número das pessoas ao serviço da empresa; INCNF é a importância atribuída ao incentivo nacional financeiro, numa escala de atitude entre 0 e 5, estandardizada; INCRT é a importância atribuída ao incentivo regional sob a forma de oferta de terreno, numa escala de atitude entre 0 e 5, estandardizada. Os valores entre parêntesis são a estatística do qui quadrado de Wald. *** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,10$; $n = 37$.

A oferta de terrenos pelas autarquias locais (INCRT), embora na regressão apresente o sinal desejado, carece de significância estatística. Esta situação pode ser explicada pela natureza do incentivo, que representando normalmente uma percentagem pouco significativa do montante do investimento a realizar, só é considerado no momento em que já se optou por um dos distritos da área não metropolitana. Neste sentido, o incentivo regional afigura-se capaz de produzir efeitos na concorrência entre os distritos da área não metropolitana, mas já é

duvidoso que o consiga, quando se trata de escolher entre Lisboa, Porto e Setúbal e os outros distritos.

Quanto ao sinal evidenciado pela variável IMO, permite comprovar que o interesse da empresa estrangeira em localizar-se numa área não metropolitana aumenta quando os postos de trabalho a preencher são em maior número. No entanto, a precária significância estatística da variável associada ao escasso poder discriminante levanta algumas dúvidas quanto à sua influência na selecção do distrito para localizar a empresa estrangeira.

Da análise efectuada sai validada a hipótese (H9), segundo a qual a concessão de incentivos nacionais financeiros aumenta a possibilidade da empresa estrangeira se localizar fora da área metropolitana do país. Por outro lado, parece poder afirmar-se que a hipótese (H10), que preconiza a atribuição de um incentivo pelas autarquias locais (oferta de terrenos), apesar de importante, não é suficientemente relevante para determinar a opção por uma área não metropolitana em detrimento da área metropolitana.

CONCLUSÃO

Os afluxos de investimento externo para a economia portuguesa atingiram o seu apogeu no início dos anos 90, se bem que a partir da integração do nosso país na então Comunidade Europeia essas entradas tenham vindo a assumir uma importância crescente na dinamização do tecido empresarial português. Apesar disso, poucos estudos se conhecem em Portugal que tenham por objectivo identificar os factores de localização internacional e regional da empresa estrangeira.

O estudo que aqui se empreendeu procurou ajudar a preencher essa lacuna, tendo-se alargado a abordagem tradicional da localização industrial da empresa estrangeira à rede de contactos de índole social, intraempresarial, interempresarial e institucional (*network approach*) que fornecem a informação relevante para instalação da empresa estrangeira em dado país e região. Numa segunda fase identificaram-se os principais factores que interferiram na localização internacional da empresa estrangeira e, ao mesmo tempo, na escolha das regiões nacionais.

Do estudo realizado retem-se um perfil da empresa estrangeira presente em Portugal, onde predominam as vantagens de *marketing* ou organizacionais, a aposta num único produto, a presença internacional num número reduzido de países e a ausência de despesas em publicidade e investigação e desenvolvimento.

No que se refere à abordagem relacional da localização, a rede social (amigos e empresários, nacionais e estrangeiros), a rede intraempresarial (fornecedores e empresas estrangeiras já instaladas em Portugal) e a rede interempresarial (empresas de consultoria e câmaras de comércio) exerceram influência, não só na escolha de Portugal no

contexto internacional, como também na selecção da região para instalação da empresa. No mesmo plano se situou a acção das instituições públicas regionais (Câmaras Municipais) que conseguiram desempenhar um papel relevante na captação de empresas estrangeiras para as suas regiões.

Desvalorizada pelos inquiridos foi a intervenção das instituições públicas nacionais (rede institucional nacional) que, embora responsáveis pela promoção de Portugal no estrangeiro (ICEP) ou pela concessão de incentivos ao investimento externo (IAPMEI, IEFEP), não parecem reunir os meios necessários para condicionarem a decisão internacional de localização.

Quanto aos factores que determinaram a localização da empresa estrangeira em Portugal, os custos comparativamente mais baixos da sua mão de obra e a possibilidade de exploração do mercado nacional foram os mais apreciados. Outros factores de relevo foram o acesso a outros mercados (ibérico ou europeu) e a imagem favorável do país. Com importância inferior à esperada aparecem os custos de transporte e a disponibilidade e qualificação da mão de obra.

Ao nível regional os factores críticos de decisão foram a tradição industrial e a proximidade às infraestruturas de transporte (autoestrada ou itinerário principal, aeroporto, porto de mar). Complementarmente foram indicados a disponibilidade de instalações devolutas e de espaços industriais, o preço do terreno e a disponibilidade de mão de obra na região. Inesperadas foram as escassas referências aos custos de transporte e às infraestruturas de telecomunicações e a não indicação, por nenhum dos entrevistados, dos custos salariais.

Quanto aos incentivos ao investimento externo, constata-se que os subsídios financeiros desempenharam um papel relevante nas decisões de escolha do país, o mesmo sucedendo ao nível regional, onde a oferta de

terrenos foi o instrumento de apoio mais apreciado pelo investidor estrangeiro.

Os resultados acabados de enunciar sugerem algumas medidas de política que podem ser tomadas ao nível nacional e regional.

No âmbito nacional, salienta-se a escassa importância dos contactos estabelecidos entre as instituições nacionais de promoção (ICEP) e apoio (IAPMEI e IEFP) ao investimento e os responsáveis da empresa estrangeira. Esta atitude dos inquiridos deixa transparecer alguma desarticulação na actuação dos organismos públicos envolvidos, a merecer uma reflexão séria.

O estabelecimento prioritário de ligações rodoviárias transfronteiriças, é outra das medidas nacionais que resultam do estudo, pois, como se teve ocasião de referir, a instalação de empresas estrangeiras no interior de Portugal visa, por um lado, aproveitar os diferenciais de custos salariais e, por outro, ter acesso mais rápido ao mercado ibérico ou europeu.

A manutenção da política de incentivos nacionais, no contexto concorrencial comunitário pelo investimento externo, é uma espécie de pré-requisito, sem o qual nenhum país da periferia da Europa se qualificaria para a recepção de IDE. Porém, é preciso não esquecer que o montante do incentivo reduz o tempo de recuperação do investimento efectuado pela empresa estrangeira, aumentando a possibilidade de deslocalização. No que se refere à gestão do sistema de incentivos ao investimento externo, as suas preocupações não podem focar-se exclusivamente na política industrial (fortalecimento da base tecnológica, modernização industrial, etc.), mas devem também privilegiar o ponto de vista do desenvolvimento regional, servindo de instrumento de política, sempre que possível, à localização da empresa estrangeira nas regiões mais desfavorecidas.

A diminuição do ciclo de vida dos produtos na maioria dos bens de grande consumo (automóveis, por exemplo) ou o fracasso comercial de um novo produto são ameaças à permanência da empresa estrangeira no país de acolhimento, uma vez que as mudanças ou ajustamentos do produto podem ser acompanhadas pela transferência do processo produtivo para outro país. A aposta deverá, assim, orientar-se para a atracção de indústrias com fortes ligações a montante à indústria nacional (valor acrescentado nacional elevado) e tecnologicamente evoluídas, que possam melhorar o nível de formação da mão de obra e proporcionar o acesso e difusão de novas tecnologias e processos de produção.

Um bom exemplo é o da presença da indústria automóvel em Portugal que, para além da transferência de novas tecnologias (robotização), permitiu o desenvolvimento de um conjunto de indústrias nacionais a montante (moldes, instrumentos de medição, etc.) e aumentou o nível de exigência ao nível da gestão (certificação de qualidade, cumprimento de prazos, *just in time*).

A finalizar o leque de medidas de âmbito nacional, defende-se a manutenção do apoio à internacionalização das empresas portuguesas, pois os contactos destes empresários com o exterior potencia o desenvolvimento de redes sociais, intraempresariais e interempresariais, o que pode vir a favorecer a instalação de novas empresas estrangeiras em Portugal.

Ao nível regional, a importância atribuída pelos investidores estrangeiros aos contactos com as Câmaras Municipais sugere a necessidade de constituir "gabinetes do investidor" no âmbito das autarquias, de modo a que os esforços de promoção e captação dos investimentos extra-regionais e estrangeiros possam ser melhor dirigidos e surtir os efeitos desejados. Neste sentido, os responsáveis autárquicos devem ser selectivos na captação dos investimentos, tentando especializar

o seu município no tipo de actividade mais adequada à carteira de factores que possa oferecer ou que demonstre capacidade para vir a possuir. A construção de uma base regional de recursos físicos e humanos deve assentar nas especificidades territoriais do município e não ser uma simples reposição dos recursos encontrados nas regiões mais desenvolvidas.

Apesar das lacunas que o presente trabalho visou suprir, ficaram ainda por abordar variados temas que se oferecem de interesse para investigações futuras.

O primeiro resulta directamente do presente trabalho e questiona a convergência dos comportamentos locativos do empresário nacional e estrangeiro. Na mesma linha de investigação está a atitude que ambos revelam face à oferta de incentivos nacionais e regionais e aos efeitos que a sua concessão tem sobre a decisão de localizar a empresa numa região mais desfavorecida.

O investimento externo realizado em Portugal, por via da aquisição de empresas nacionais, é outra questão que se oferece pertinente dado o crescimento que esta forma de investimento externo tem vindo a registar no nosso país e a nível internacional.

Como houve já oportunidade de referir, a via econométrica tem sido pouco explorada na análise da localização da empresa estrangeira no território nacional. Esta alternativa metodológica pode agora ser usada com maior pertinência para testar os factores de localização regional avançados neste trabalho.

No que se reporta ao papel que as redes social, intraempresarial, interempresarial e institucional, desempenham no processo de localização da empresa estrangeira, sugere-se imprescindível estudar o processo de formação, desenvolvimento e consolidação destas redes.

De especial acuidade para a compreensão da localização da empresa nacional se afigura a análise da intervenção da rede social, enquanto as redes intraempresarial e interempresarial se apresentam mais promissoras para analisar o processo de localização das empresas multinacionais de prestação de serviços às empresas (agências de publicidade e estudos de mercado, empresas de auditoria, etc.) ou as realocações efectuadas pelas empresas em território nacional.

BIBLIOGRAFIA

- ABLAS, L. A. Q. (1982), A teoria do lugar central: bases teóricas e evidências empíricas, Instituto de Pesquisas Económicas, São Paulo.
- AGMON, Tamir e KINDLEBERGER, Charles P. (Eds.) [1977], Multinationals from small countries, MIT Press, Cambridge, Mass.
- ALONSO, W. (1964), "Location Theory", em NEEDLEMAN, L. (Ed.) [1968], Regional analysis: selected readings, Penguin Books, London, pp. 337-366.
- ALZONA, Gianluigi e RONDI, Laura (1993), "La localizzazione degli investimenti diretti italiani nella CEE nella prospettiva del mercato unico", L'Industria, Anno XIV, n.º. 1, pp. 13-34.
- ANDERSEN, Otto (1993), "On the internationalization process of firms: a critical analysis", Journal of International Business Studies, Vol. 24, n.º. 2, pp. 209-231.
- ARPAN, J. S.; FLOWERS, E. B. e RICKS, D. A. (1981), "Foreign direct investment in the United States: the state of knowledge in research", Journal of International Business Studies, Vol. XII, n.º. 1, pp. 137-154.
- ATALIK, Gündüz e BAYCAN LEVENT, Tüzin (1995), "An interpretation of the impact of regional science in terms of philosophy of science", 35th European Congress of the Regional Science Association, 22-25 August, Odense, Denmark.
- ATAMER, Tugrul (1993), "Stratégies d'européanisation dans les industries multidomestiques", Revue Française de Gestion, n.º. 93, pp. 95-105.

- AURIOLLES, J. e PAJUELO, A. (1988), "Factores determinantes de la localización industrial en España", Papeles de Economía Española, nº. 35, pp. 188-207.
- AXELSSON, B. e EASTON, G. (1992), Industrial networks: a new view of reality, Routledge, London.
- AZEVEDO, Belmiro (1992), "Investimento estrangeiro não deve ser receado", Cadernos de Economia, Ano V, nº. 19, Abr/Jun, pp. 59-63.
- AYDALOT, P. (1985), Economie régionale et urbaine, Economica, Paris.
- AYDALOT, P. (Ed.) [1986], Milieus innovateurs en Europe, GREMI, Paris.
- BACHTLER, J. e CLEMENT, K. (1990), "Inward investment in the UK and the single european market", Regional Studies, Vol 24, nº. 2, pp. 173-184.
- BAGNASCO, Arnaldo e SABEL, C. F. (Dir.) [1994], PME et développement économique en Europe, Éditions La Découvert, Paris.
- BAILLY, A. S. e COFFEY, W. J. (1994), "Regional science in crisis: a plea for a more open and relevant approach", The Journal of the RSAI, Vol. 73, nº. 1, pp. 3-14.
- BAILLY, Antoine S.; COFFEY, William J. e GIBSON, Lay J. (1996), "Regional science: back to the future?", The Annals of Regional Science, Vol. 30, nº. 2, pp. 153-163.
- BAJO RUBIO, O. e LÓPEZ PUEYO, C. (1996), "La inversión extranjera directa en la industria manufacturera española, 1986-1993", Papeles de Economía Española, nº. 66, pp. 176-208.
- BALASUBRAMANYAM, V. N. e GREENAWAY, D. (1992), "Economic integration and foreign direct investment: japanese investment in the E.C.", Journal of Common Market Studies, Vol. XXX, nº. 2, June, pp. 175-193.

- BANCO DE PORTUGAL (1995), Relatório do conselho de administração, gerência de 1994, Departamento de Estatística e Estudos Económicos, Lisboa.
- BANCO DE PORTUGAL [1995 a)], Boletim estatístico, Departamento de Estatística e Estudos Económicos, Abril, Lisboa.
- BARBET, P. e BENZONI, L. (1993), "'Mercantilisme technologique' et politique commerciale stratégique: réflexions sur la localisation de l'industrie mondiale des semi-conducteurs", Revue Économique, Vol. 44, nº. 4, pp. 755-777.
- BARKLEY, D. L. e McNAMARA, K. T. (1994), "Local input linkages: a comparasion of foreign-owned and domestic manufacturers in Georgia and South Carolina", Regional Studies, Vol. 28, nº. 7, pp. 725-737.
- BARKLEY, D. L. e McNAMARA, K. T. [1994 a)], "Manufacturers' location decisions: do surveys provide helpful insights?", International Regional Science Review, Vol. 17, nº. 1, pp. 23-47.
- BARQUERO, António V. (1989), "Localizzazione industriale e dinamica regionale", L'Industria, Anno X, nº. 3, pp. 455-472.
- BARQUERO, António V. (1995), "Innovacion y cualificacion de los recursos humanos en el desarrollo local", XXI Reunion de Estudios Regionales "Factores de Desarrollo en Regiones Periféricas", 15-17 Noviembre, Vigo, España.
- BARTLETT, C. A. e GHOSHAL, S. (1989), Managing across borders: the transnational solution, Harvard Business School Press, Boston, Mass. (tradução espanhola de 1991, La empresa sin fronteras: la solución transnacional, McGraw-Hill, Madrid).
- BARTMESS, A. D. (1994), "The plant location puzzle", Harvard Business Review, Vol. 72, nº. 2, pp. 20-37.

- BEAVON, K. S. O. (1977), Central place theory: a reinterpretation, Longman, London.
- BECATTINI, Giacomo (1979), "Dal settore industrial al distretto industrial: alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industrial", Rivista di Economia e Politica Industrial, n.º. 1, pp. 1-11.
- BECATTINI, Giacomo (1989), "Sectors and/or districts: some remarks on the conceptual foundations of industrial economies", em GOODMAN, Edward *et al.* (Eds.) [1989], Small firms and industrial districts in Italy, Routledge, London, Cap. 4, pp. 123-135.
- BECATTINI, Giacomo (1991), "The industrial district as a creative milieu", em BENKO e DUNFORD (Eds.) [1991], Industrial changes & regional development, Belhaven Press, London, Cap. 5, pp. 102- 114.
- BECATTINI, Giacomo (1992), "O distrito marshalliano: uma noção socioeconómica", em BENKO e LIPIETZ (1992), Les régions qui gagnent - districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique, P.U.F., Paris (tradução portuguesa de 1994, As regiões ganhadoras - distritos e redes: os novos paradigmas da geografia económica, Celta Editora, Oeiras), Cap. 2, pp. 19-31.
- BELLANDI, Marco (1989), "The industrial district in Marshall", em GOODMAN, Edward *et al.* (Eds.) [1989], Small firms and industrial districts in Italy, Routledge, London, Cap. 5, pp. 136-152.
- BENITO, G. R. G. e GRIPSRUD, Geir (1992), "The expansion of foreign direct investments: discrete rational location choices or a cultural learning process?", Journal of International Business Studies, Vol. 23, n.º. 3, pp. 461-476.
- BERGMAN, E. M.; MAIER, G. e TÖDTLING, F. (Eds.) [1991], Regions reconsidered: economic networks, innovation and local development in industrialized countries, Mansell, London.
- BERRY, B. J. L.; CONKLING, E. C. e RAY, D. M. (1993), The global economy: resource use, locational choice, and international trade, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

- BESCHORNER, Dieter e MUELLER, Christine (1993), "Investment strategies of Japanese firms in the new federal states (former GDR)", International Business Review, Vol. 2, n°. 3, pp. 309-343.

- BESSA, Daniel (1986), "O uso das estatísticas em economia", em SANTOS SILVA, A. e MADUREIRA PINTO, J. (Org.) [1986], Metodologia das ciências sociais, Edições Afrontamento, Porto, Cap. III, pp. 79-99.

- BLACKBOURN, A. (1978), Multinational enterprises and regional development: a comment, Regional Studies, Vol. 12, n°. 1, pp. 125-127.

- BENKO, Georges e DUNFORD, Mick (Eds.) [1991], Industrial changes & regional development, Belhaven Press, London.

- BENKO, Georges e LIPIETZ, Alain (1992), Les régions qui gagnent - districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique, P.U.F., Paris (tradução portuguesa de 1994, As regiões ganhadoras - distritos e redes: os novos paradigmas da geografia económica, Celta Editora, Oeiras).

- BIRLEY, Sue (1989), "The start-up", em BURNS, Paul e DEWHURST, Jim (Eds.) [1989], Small business and entrepreneurship, MacMillan, London, Cap. 2, pp. 8-31.

- BONIN, Bernard (1987), Le Monde des multinationales, Les Éditions D'Organisation, Paris.

- BONIN, B. e VERREAULT, R. (1987), The multinational firm and regional development, em COFREY, W.J. e POLESE, M. (Eds.) [1987], Still living together: recent trends and future directions in canadian regional development, The Institute for Research on Public Policy, Canada, pp. 159-202.

- BOUREILLE, Bernard e GUESNIER, Bernard (Dir.) [1994], Dynamique des activités et evolution des territoires, ADICUEER, Poitiers.

- BOYER, M.; LAFFONT, J. J.; MAHENC, P. e MOREAUX, M. (1994), "Location distortions under incomplete information", Regional Science & Urban Economics, Vol. 24, n.º. 4, pp. 409-440.
- BRANDEAU, M. L. e CHIU, S. S. (1989), "An overview of representative problems in location research", Management Science, Vol. 35, n.º. 6, June, pp. 645- 674.
- BRASS, D. J. e BURKHARDT, M. E. (1992), "Centrality and power in organizations", em NOHRIA, Nitin e ECCLES, R. G., (Eds.) [1992], Networks and organizations: structure, form, and action, Harvard Business School Press, Boston, Mass., Cap. 7, pp. 191-215.
- BROWN, Brad e BUTLER, J. E. (1993), "Networks and entrepreneurial development: the shadow of borders", Entrepreneurship & Regional Development, n.º. 5, pp. 101-116.
- BRUINSMA, Frank R. e RIETVELD, Piet (1996), "A stated preference approach to measure the relative importance of location factors: a case study for the eastern part of the Netherlands", 36th European Congress of the Regional Science Association, 26-30 August, Zurich, Switzerland.
- BRUSCO, Sebastiano (1990), "El concepto de distrito industrial: su genesis", em PIKE, F. ; BECATTINI, G. e SENGENBERGER, W. (Eds.) [1990], Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy, ILO, Genebra (tradução espanhola de 1992, Los distritos industriales y las pequeñas empresas: distritos industriales y cooperación interempresarial en Itália, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid), Cap. 2, pp. 25-37.
- BRYSON, John *et al.* (1993), Business networks, small firm flexibility and regional development in U.K. business services, Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 5, n.º. 3, pp. 265-277.
- BUCKLEY, P. J. (1988), The limits of explanation: testing the internalization theory of the multinational enterprise, Journal of International Business Studies, Vol. 19, n.º. 2, pp. 181-193.

- BUCKLEY, P. J. (1989), The multinational enterprise; theory and applications, Macmillan, London.
- BUCKLEY, P. J. (1990), "Problems and developments in the core theory of international business", Journal of International Business Studies, Vol. 21, n°. 4, pp. 657-664.
- BUCKLEY, P. J. (1993), "Contemporary theories of international direct investment", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 725-736.
- BUCKLEY, P.J. e CASSON, M. (1976), The future of the multinational enterprise, Macmillan, London.
- BUCKLEY, P.J. e CASSON, M. (1985), The economic theory of the multinational enterprise, Macmillan, London.
- BUCKLEY, P. J., BERKOVA, Z. e NEWBOULD, G. D. (1983), Direct investment in the United Kingdom by smaller european firms, Macmillan, London.
- BUCKLEY, P. J., NEWBOULD, G. D. e THURWELL, J. C. (1988), Foreign direct investment by smaller U.K. firms: the sucess and failure of first-time investors abroad, Macmillan, London.
- BUCKLEY, P. J.; PASS, C. L. e PRESCOTT, Kate (1992), Servicing international markets: competitive strategies of the firm, Blackwell, Oxford.
- BURNS, Paul e DEWHURST, Jim (Eds.) [1989], Small business and entrepreneurship, MacMillan, London.
- CADIMA RIBEIRO, J. (1990), "Peripherie et nouveaux facteurs de localisation industrielle: le cas portugais", Revue de Economie Regionale et Urbaine, n°. 4, pp. 503-510.
- CADIMA RIBEIRO, J. [1990 a)], O empresário minhoto: contribuição para um perfil, EEG, Universidade do Minho.

- CALVET, A.L. (1981), "A synthesis of foreign direct investment theories and theories of the multinational firm", Journal of International Business Studies, Spring/Summer, pp. 43-59.

- CAMAGNI, Roberto (Ed.) [1991], Innovations networks: spatial perspectives, Belhaven Press, London.

- CAMPA, J. M. e GUILLÉN, M. F. (1996), "Evolución y determinantes de la inversión directa en el extranjero por empresas españolas", Papeles de Economía Española, nº. 66, pp. 235-247.

- CANALS, Jordi (1994), La internacionalización de la empresa, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid.

- CAPELLO, Roberta (1994), "Towards new industrial and spatial systems: the role of new technologies", The Journal of the RSAI, Vol. 73, nº. 2, pp. 189-208.

- CAPPELLIN, Riccardo (1995), "Regional embeddeness and international integration: the case of SME's in north Italy", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- CARLOS GIL, António (1988), Técnicas de pesquisa em economia, Editora Atlas, São Paulo.

- CARRIÈRE, J. P. (1994), Les impacts regionaux des investissements a mobilite internationale dans les pays d'Europe du sud, Rapport Intermediaire, Centre D'Études Supérieures D'Amenagement, Tours.

- CARRIÈRE, J. P. e REIX, V. (1989), "Investissements étrangers au Portugal et leurs incidences sur les disparités regionales", Estudos de Economia, Vol. X, nº. 1, pp. 51-73.

- CARRIÈRE, J. P. e ALBERGARIA, H. (1990), "Investissements directs étrangers et dynamique littoral-interieur", Cahiers du GRERBAM, nº. 2, Mai.

- CASTELLS, Manuel e HALL, Peter (1994), Technopoles of the world: the making of 21st century industrial complexes, Routledge, London.
- CAVES, R.E. (1971), "International corporations: the industrial economics of foreign investment", Economica, Vol. 38, n°. 149, pp. 1-27.
- CAVES, R.E. (1982), Multinational enterprise and economic analysis, Cambridge University Press, Cambridge.
- CCE - COMISSÃO COMUNIDADES EUROPEIAS (1996), Os fundos estruturais em 1994 - Sexto relatório anual, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, Luxemburgo.
- CEC - COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (1993), New location factors for mobile investment in Europe, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.
- CENTI, César (1993), "Les enjeux du modèle niçois: l'approche localiste du développement en question", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 685-712.
- CHAPMAN, Keith e WALKER, D. F. (1990), Industrial Location, 2nd edition, Blackwell, Oxford.
- CHANDLER, A. D. (1980), "Estados Unidos da América: o berço do capitalismo de gestão", em CHANDLER, A. D. e DAEMS, H. (Orgs.) [1980], Managerial hierarchies - comparative perspectives on the rise of the modern industrial enterprise, Harvard University Press, Cambridge, Mass. (tradução portuguesa de 1994, Hierarquias de gestão - perspectivas comparativas sobre o desenvolvimento da moderna empresa industrial, Celta Editora, Oeiras), Cap. 1, pp. 9-36.
- CHAUCHEFOIN, Pascal (1995), "Reseaux, systemes productifs, territoires: un examen critique du concept de reseau productif en science regionale", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- CHARAN, Ram (1991), "How networks reshape organizations - for results", Harvard Business Review, Sep/Oct, pp. 104-115.
- CHESNAIS, François (1994), La mondialisation du capital, Syros, Paris.
- CHRISTALLER, Walter (1966), Central Places in the Southern Germany, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- COASE, R. H. (1937), "The nature of the firm", Economica, 4, November, pp. 386-405.
- COFFEY, W. J. (1990), "Panacea or problem? the role of services and high technologies", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n°. 5, pp. 715-734.
- COLLIS, Clive e NOON, David (1994), "Foreign direct investment in the UK regions: recent trends and policy issues", Regional Studies, Vol. 28, n°. 8, pp. 843-848.
- CONTRACTOR, F. J. e LORANGE, Peter (1988), "Why should firms cooperate? the strategy and economics basis for cooperative ventures", em CONTRACTOR, F. J. e LORANGE, Peter (Eds.), [1988], Cooperative strategies in international business, Lexington Books, Lexington, Mass., Cap. 1, pp. 3-28.
- COSTA, J. S. e SILVA, M. R. (1993), Modelo empresarial e dinâmica de inovação, Relatório Final, Associação Industrial Portuense, Porto.
- COUGHLIN, C. C. ; TERZA, J. V. e ARROMDEE, V. (1991), "State characteristics and the location of foreign direct investment within the United States", The Review of Economics and Statistics, Vol. LXXIII, pp. 675-683.
- COURLET, Claude (1995), "Districts industriels, systemes productifs localises et developpement", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- CREVOISIER, Olivier (1990), "Functional logic and territorial logic and how they inter-relate in the region", em CICIOTTI, E.; ALDERMANN, N. e THWAITES, A. (Eds.) [1990], Technical change in a spatial context, Springer-Verlag, Berlin, pp. 17-36.

- CREVOISIER, Olivier (1993), "Spatial shifts and the emergence of innovative milieus: the case of the Jura region between 1960 and 1990", Environment and Planning C: Government and Policy, Vol. 11, pp. 419-430.

- CREVOISIER, Olivier (1995), "Proximity, territory and economic development", 35th European Congress of the Regional Science Association, 22-25 August, Odense, Denmark.

- CREVOISIER, Olivier e MAILLAT, Denis (1991), "Milieu, industrial organization and territorial production system: towards a new theory of spatial development", em CAMAGNI, Roberto (Ed.) [1991], Innovation networks: spatial perspectives, Belhaven Press, London, Cap. 1, pp. 13-34.

- CRUZ, Valdemar (1995), "Miranda do Douro: o 'el dorado' chinês", Expresso, Suplemento Economia de 21 de Outubro, p. 4.

- CUADRADO ROURA, J. R. e AURIOLES, J. (1990), "The entrepreneurial decision in the location of new industries", Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 2, nº. 2, pp. 139-152.

- CUADRADO ROURA, J. R. (Dir.) [1990], El crecimiento regional español ante la integracion europea, Informes del Instituto de Estudios de Prospectiva, Secretaria de Estado de Economia, Ministerio de Economia y Hacienda, Madrid.

- CUADRADO ROURA, J. R. (1995), "Crecimiento regional y competitividad territorial", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- CULEM, Claudy G. (1988), "The locational determinants of direct investments among industrialized countries", European Economic Review, Vol. 32, pp. 885-904.

- CUTANDA, A. e PARICIO, J. (1993), "Infrastructure and regional economic growth: the spanish case", Regional Studies, Vol. 28, n°. 1, pp. 69-77.

- DARRÉON, J. L. e FAIÇAL, Serge (1993), "Les enjeux des partenariats stratégiques entre grandes entreprises et PME", Revue Française de Gestion, n°. 95, Sep/Oct, pp. 104-115.

- DELAPLACE, Marie (1993), "High tech et facteurs de localisation: une revue de la littérature", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n°. 4, pp. 679-704.

- DELAPLACE, Marie (1995), "L'heterogeneite des comportements innovateurs dans l'espace: le concept d'horizon spatio-relationnel", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- DELAPIERRE, Michel e MILELLI, Christian (1995), Les firmes multinationales, Libraire Vuibert, Paris.

- DENEKAMP, Johannes G. (1995), "Intangible assets, internalization and foreign direct investment in manufacturing", Journal of International Business Studies, Vol. 26, N°. 3, pp. 493-504.

- DERYCKE, Pierre-Henry (1995), "Espaces, proximites, reseaux: reflexions sur quelques concepts integrateurs entre economie spatiale et economie industrielle", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- DIETSCH, Michel (1993), "Localisation et concurrence dans la banque", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 779-790.

- DOUGLAS, Susan P. e CRAIG, Samuel C. (1983), International marketing research, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

- DRUCKER, P. F. (1989), "The do's and don'ts of industrial location: the management view", International Congress on Regional Policy in the Europe of the Nineties, Junho, Madrid.

- DUNNING, J. H. (1972), The location of international firms in an enlarged EEC: an exploratory paper, Manchester Statistical Society, London.

- DUNNING, J. H. (1973), "The determinants of international production", Oxford Economic Papers, Vol. 25, pp. 289-336.

- DUNNING, J. H. (1981), International production and the multinational enterprise, Allen and Unwin, London.

- DUNNING, J. H. (1988), "The eclectic paradigm of international production: a restatement and possible extensions", Journal of International Business Studies, Vol. XIX, n°1, pp. 1-31.

- DUNNING, J. H. (1993), The globalization of business, Routledge, London.

- DUNNING, J. H. (1995), " Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism", Journal of International Business Studies, Vol. 26, n° 3, pp. 461-491.

- DUPUY, Claude e GILLY, Jean-Pierre (1995), "Les stratégies territoriales des grandes groupes industriels", em RALLET, Alain e TORRE, André (Dir.) [1995], Économie industrielle et économie spatiale, Economica, Paris.

- DUPUY, Claude e GILLY, Jean-Pierre [1995 a)], "Apprentissage organisationnel et dynamiques territoriales: une nouvelle approche des rapports entre groupes industriels et systèmes locaux d'innovation", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- DURÁN, J. J. (Coord.) [1996], Multinacionales españolas I: algunos casos relevantes, Ediciones Pirámide, Madrid.

- EASTON, Geoffrey (1992), "Industrial networks: a review", em AXELSSON, Björn e EASTON, Geoffrey (Eds.) [1992], Industrial networks: a new view of reality, Routledge, London, Cap. 1, pp. 1-27.

- EASTON, Geoffrey e ARAUJO, Luís (1992), "Non-economic exchange in industrial networks", em AXELSSON, Björn e EASTON, Geoffrey (Eds.) [1992], Industrial networks: a new view of reality, Routledge, London, Cap. 4, pp. 62-84.

- EUROPEAN PARLIAMENT (1992), "Investment and the regions", Working Document, Regional Policy Series, W1, Directorate General for Research.

- FERNANDES, Abílio (1996), "Um suiço no Alto Minho", Expresso, Secção Privado, Edição de 8 de Junho, p. 3.

- FERRÃO, João (1985), "Alguns elementos acerca das questões de investimento industrial no concelho de Viseu", Desenvolvimento Regional, nº. 20, 1º semestre, pp. 25-62.

- FERRÃO, João (1992), Serviços e inovação: novos caminhos para o desenvolvimento regional, Celta Editora, Oeiras.

- FERREIRA, E.M.F. (1984), Foreign direct investment in Portugal: the present structure, determinants and future evolution after the accession to the EEC, tese de doutoramento não publicada, University of Reading, Reading.

- FERREIRA, E.M.F. (1988), "Investimento estrangeiro em Portugal, um novo enquadramento criado pela adesão à Comunidade Económica Europeia", I Encontro de Economistas Luso-Brasileiros, 9-11 de Novembro, São Paulo.

- FISCHER, André (1994), Industrie et espace géographique, Masson, Paris.

- FONSECA, M. L. e FERRÃO, J. (1990), "Investimento estrangeiro e desenvolvimento regional: o caso do investimento espanhol em Portugal", 1.º Encontro da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional, Aveiro.
- FONTOURA, M. P. (1995), "O efeito do IDE na composição das exportações da indústria transformadora portuguesa", Estudos de Economia, Vol. XV, n.º. 2, Jan-Mar, pp. 123-141.
- FORTUNA (1996), "AutoEuropa: fornecedores com sotaque", n.º. 56, Ano 5, Novembro, pp. 52-56.
- FOUCARDE, Colette (Dir.) [1987], Industries et régions, Economica, Paris.
- FREITAS SANTOS, J. (1993), Determinantes estruturais do investimento directo estrangeiro em Portugal, dissertação de mestrado não publicada, Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, Braga.
- FREITAS SANTOS, J. e CADIMA RIBEIRO, J. (1992), "Determinants structurels de l'investissement direct étranger: le cas du Portugal", Revue de Economie Régionale et Urbaine, n.º. 4, pp. 601-617.
- FREITAS SANTOS, J. e CADIMA RIBEIRO, J. (1994), "Factores de localização do investimento directo na Península Ibérica", Cadernos de Economia, Ano VIII, n.º. 29, Out/Dez, pp. 11-17.
- FREITAS SANTOS, J. E CADIMA RIBEIRO, J. (1996), "Factores de localização industrial e investimento directo estrangeiro em Portugal: uma revisão de estudos de caso", Actas do II Encontro de Economistas de Língua Portuguesa, Primeira Parte, Instituto de Economia Industrial/Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, pp. 148-156.
- FREUND, Bobo (1985), "Firmas estrangeiras no desenvolvimento económico e regional de Portugal", em FERREIRA, E. S. *et al.* (1985),

Portugal-Países Africanos-CEE: cooperação e integração, GRADIVA/CEDEP, Lisboa, pp. 59-70.

- FRIDÉN, Lennart e GORDON, Ian (1996), "Locational factors and territorial competition", 36th European Congress of the Regional Science Association, 26-30 August, Zurich, Switzerland.
- FROEHLICHER, Thomas e WALLISER, Björn (1996), "Inter-firm cooperation and social networks", Euroconference "European Management in Face of Knowledge Driven Competition", 19 - 21 de Setembro, Porto.
- GABSZEWICZ, J. J. *et al.* (1986), Location theory, Harwood Academic Publishers, Geneve.
- GACHELIN, Charles (1977), La localisation des industries, P.U.F., Paris.
- GADDE, L. E. e HAKANSSON, Hakan (1992), "Analysing change and stability in distribution channels - a network approach", em AXELSSON, Björn e EASTON, Geoffrey (Eds.) [1992], Industrial networks: a new view of reality, Routledge, London, Cap. 9, pp. 166-179.
- GAFARD, J. L. e ROMANI, P. M. (1990), "A propos de la localisation des activités industrielles: le district marshallien", Révue Française D'Économie, Vol. V, n°. 3, Verão, pp. 171-185.
- GALBRAITH, J. K. (1985), The new industrial state, 4th edition (tradução portuguesa de 1989, O novo estado industrial, Publicações Europa América, Mem Martins).
- GARRIDO, Carlos (1985), "Factores de localização das indústrias transformadoras portuguesas", Planeamento, Vol. 7, n°.3, pp. 117-125.
- GASPAR, Jorge *et al.* (1984), Factores de localização industrial na região centro, Comissão de Coordenação da Região Centro, Coimbra.

- GHOURI, Pervez; GRONHAUG, Kjell e KRISTIANSUND, Ivar (1995), Research methods in business studies: a practical guide, Prentice Hall, Hertfordshire.

- GHOSHAL, Sumantra e BARTLETT, C. A. (1990), "The multinational corporation as an interorganizational network", Academy of Management Review, Vol. 15, n°. 4, pp. 603-625.

- GIAOUTZI, M.; NIJKAMP, P. e STOREY, D. (Eds.) [1988], Small and medium enterprises and regional development, Routledge, London.

- GLICKMAN, N. J. e WOODWARD, D. P. (1988), "The location of foreign direct investment in the United States: patterns and determinants", International Regional Science Review, Vol. 11, n°. 2, pp. 137-154.

- GLICKMAN, N. J. e WOODWARD, D. P. (1989), The new competitors: how foreign investors are changing the U.S. economy, Basic Books, New York.

- GOLD, David (1993), "World investment report 1993: transnational corporations and integrated international production. an executive summary", Transnational Corporations, Vol. 2, n°. 2, pp. 99-123.

- GOLDBERG, M. A. *et al.* (1989), "The location of international financial activity: an interregional analysis", Regional Studies, Vol. 23, n°. 1, pp. 1-7.

- GONÇALVES, Octávio M. D. F. e GUIMARÃES, Paulo F. (1996), "O investimento estrangeiro na indústria transformadora portuguesa: uma abordagem sectorial e regional através do emprego para o período 1982-1992", Documentos APDR, n°. 5, Abril.

- GOODMAN, Edward *et al.* (Eds.) [1989], Small firms and industrial districts in Italy, Routledge, London.

- GRABHER, Gernot (Ed.) [1993], The Embedded firm: on the socioeconomics of industrial networks, Routledge, London.

- GRANT, R. M. (1991), "The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation", California Management Review, Vol. 33, nº. 3, pp. 114-135.
 - GREENHUT, M. L. (1970), A Theory of the firm in economic space, Meredith Corporation, New York.
 - GRUBAUGH, S. G. (1987), "Determinants of direct foreign investment", Revue of Economics and Statistics, nº. 69, pp. 149-152.
 - GRUVER, G. W. e XU, D. (1994), "Optimal location and production: a profit function analysis in cartesian space", Journal of Urban Economics, 35, pp. 46-70.
- GUERRA, A. J. C. (1992), "R. Coase, a teoria das FMN e os acordos internacionais interfirmas", 1º. Encontro Nacional de Economia Industrial, 2 e 3 de Outubro, Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, Braga.
- GUERRA, A. J. C. (1993), "Formas e determinantes da internacionalização da indústria automóvel", Estudos de Economia, Vol. XIV, nº. 1, pp. 27-50.
 - GUJARATI, Damodar N. (1988), Basic econometrics, Second edition, McGraw-Hill International Editions.
 - GUTIÉRREZ, R. M. (1994), "Decentralización económica y nuevas localizaciones industriales", Integración y Revitalización, XIX Reunión de Estudios Regionales, Asociación Castellano-Leonesa de Ciencia Regional, pp. 51-76.
 - HAIGH, Robert (1990), "Selecting a US plant location: the management decision process in foreign companies", Columbia Journal of World Business, Vol. XXV, nº. 3, Fall 1990, pp. 22-31.
 - HAIR, JR., Joseph F. *et al.* (1995), Multivariate data analysis, Fourth edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

- HALL, Richard (1992), "The strategic analysis of intangible resources", Strategic Management Journal, Vol. 13, pp. 135-144.
- HAKANSSON, Hakan (Ed.) [1982], International marketing and purchasing of industrial goods: an interaction approach, John Wiley & Sons, Chichester.
- HAKANSSON, Hakan e JOHANSON, Jan (1988), "Formal and informal cooperation strategies in international industrial networks", em CONTRACTOR, F. J. e LORANGE, Peter (Eds.) [1988], Cooperative Strategies in International Business, Lexington Books, Lexington, Mass., Cap. 21, pp. 369-379.
- HAKANSSON, Hakan e JOHANSON, Jan (1992), "A model of industrial network", em AXELSSON, Björn e EASTON, Geoffrey (Eds.) [1992], Industrial Networks: a New View of Reality, Routledge, London, Cap. 2, pp. 28-34.
- HAKANSSON, Hakan e SNEHOTA, Ivan (Eds.) [1995], Developing Relationships in Business Networks, Routledge, London.
- HARA, George e KANAI, Toshihiro (1994), "Entrepreneurial networks across oceans to promote international strategic alliances for small businesses", Journal of Business Venturing, Vol. 9, nº. 6, pp. 489-507.
- HARRISON, R. e MASON, C. M. (1991), "Informal networks: a case study from the United Kingdom", Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 3, nº.3, pp. 269-279.
- HASSE FERREIRA, Joel (1991), "Factores de atracção do investimento em Setúbal", Cadernos de Economia, Ano IV, nº. 14, pp. 66-70.
- HATEM, Fabrice e TORDJMAN, Jean-Daniel (1995), La France face à l'investissement international, Economica, Paris.
- HEFNER, F. L. e GUIMARÃES, P. P. (1991), "Backward and forward linkages in manufacturing location decisions", North American Regional Science Association International Meetings, New Orleans, November 7-10.

- HENDRICKX, Céline (1995), "Transferts de technologie inter-firms et reseaux", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- HENNART, J. F. e PARK, Y. R. (1994), "Location, governance, and the strategic determinants of japanese manufacturing investment in the United States", Strategic Management Journal, Vol. 15, pp. 419-436.
- HENRIQUES, J. M. (1990), Municípios e desenvolvimento, Escher, Lisboa.
- HENRY, Jérôme (1993), "La localisation des investissements français dans trois zones de l'OCDE: une analyse économétrique des balances des paiements depuis 1979", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 737-753.
- HERAN, Frédéric e KRIFA, Hadjika (1995), "Strategies de globalisation des firmes et logiques d'insertion territoriale", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- HERRIN, A. N. e PERNIA, E. M. (1987), "Factors influencing the choice of location: local and foreign firms in the Philippines", Regional Studies, Vol. 21, n°. 6, pp. 531-541.
- HILL, Stephen e MUNDAY, Max (1992), "The UK regional distribution of foreign direct investment: analysis and determinants", Regional Studies, Vol. 26, n°. 6, pp. 535-544.
- HINTERHUBER, H. H. e LEVIN, B. M. (1994), "Strategic networks: the organization of the future", Long Range Planning, Vol. 27, n°. 3, pp. 43-53.
- HOARE, A. G. (1978), "Industrial linkages and the dual economy: the case of Northern Ireland", Regional Studies, Vol. 12, n°. 2, pp. 167-180.

- HODGSON, Geoffrey (1988), Economics and institutions - a manifesto for a modern institutional economics, Polity Press, Cambridge [tradução portuguesa de 1994, Economia e instituições - manifesto por uma economia institucionalista moderna, Celta Editora, Oeiras].
- HOOD, Neil e YOUNG, Stephen (1979), The economics of multinational enterprise, Longman, Londres.
- HOOD, Neil e TRUIJENS, Thorsten (1993), "European locational decisions of japanese manufacturers: survey evidence on the case of the UK", International Business Review, Vol. 2, n.º. 1, pp. 39-63.
- HORNELL, E. e VAHLNE, J. E. (1986), Multinationals: the swedish case, Croom Helm, London.
- HORST, T. (1972), Firm and industry determinants of the decisions to invest abroad, Review of Economics and Statistics, Vol. LIV, n.º. 3, pp. 258-266.
- HORSTMANN, I. J. e MARKUSEN, J. R. (1989), "Firm-specific assets and the gains from direct foreign investment", Economica, n.º. 56, pp. 41-48.
- HOTELLING, H. (1929), "Stability in competition", Economic Journal, n.º. 39, pp. 41-57.
- HUGHES, Kirsty e OUGHTON, Christine (1992), "Foreign and domestic multinational presence in the UK", Applied Economics, Vol. 24, n.º. 7, pp. 745-749.
- HYMER, S. H. (1976), The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment, MIT Press, Cambridge, Mass.
- HYMER, S. H. (1979), The multinational corporation: a radical approach, Cambridge University Press, Cambridge.
- ICEP - INVESTIMENTOS, COMÉRCIO E TURISMO DE PORTUGAL (1995), Dados não publicados, Direcção de Informação e Publicações, Lisboa.

- ILLERIS, Sven (1989), Services and regions in the Europe, Gower House, London.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1990), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1991), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1992), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1993), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1994), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INCM - IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA (1995), Diários da República, III Série, Lisboa.
- INE - INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (1995), Dados não publicados, Serviço de Venda de Informação por Encomenda, Porto.
- JACINTO, R. (1983), "Factores de localização industrial na região centro - a perspectiva dos empresários", Perspectivas do desenvolvimento industrial português, APEC, Lisboa, pp. 403-426.
- JARILLO, J. C. (1993), Strategic networks: creating the borderless organization, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- JAYET, Hubert (1996), "The logic of territorial competition", 36th European Congress of the Regional Science Association, 26-30 August, Zurich, Switzerland.
- JENSEN, M. C. e MECKLING, W. H. (1976), "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", Journal of Financial Economics, Vol. 3, nº. 4, pp. 305-360.

- JENSEN, M. C. (1993), "The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems", Journal of Finance, Vol. XLVIII, n°. 3, July, pp. 831-880.

- JEON, Yoong-Deok (1992), "The determinants of korean foreign direct investment in manufacturing industries", Weltwirtschaftliches Archiv, Band 128, Heft 3, pp. 527-541.

- JOHANSSON, Börje (1991), "Economic networks and self-organization", em BERGMAN, E. M.; MAIER, G. e TÖDTLING, F. (Eds.) [1991], Regions reconsidered: economic networks, innovation and local development in industrialized countries, Mansell, London, Cap. 2, pp. 17-34.

- JOHANSON, Jan e WIEDERSHEIM-Paul, Finn (1975), "The internationalization of the firm - four swedish cases", em BUCKLEY, P. J. *et al.* (1993), The internationalization of the firm: a reader, Academic Press, London, pp. 16-31.

- JOHANSON, Jan e VAHLNE, Jan-Erik (1977), "The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments", em BUCKLEY, P. J. *et al.* (1993), The internationalization of the firm: a reader, Academic Press, London, pp. 32-44.

- JOHANSON, Jan e MATTSSON, L. G. (1988), "Internationalization in industrial systems: a network approach", em BUCKLEY, P. J. *et al.* (1993), Internationalization of the firm: a reader, Academic Press, London, pp. 303-321.

- JONES, Geoffrey (Ed.) [1986], British Multinationals: Origins, Management and Performance, Gower, Aldershot.

- KAHN, René (1993), "Facteurs de localisation, competitivite et collectivites territoriales", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n°. 2, pp. 309-326.

- KAMANN, D. F. (1991), "The distribution of dominance in networks and its spatial implications", em BERGMAN, E. M.; MAIER, G. e TÖDTLING, F. (Eds.) [1991], Regions reconsidered: economic networks, innovation and local development in industrialized countries, Mansell, London, Cap. 3, pp. 35 - 58.

- KAMANN, Dirk-Jan F. (1996), "Spatial network approaches and knowledge creation", Euroconference "European Management in Face of Knowledge Driven Competition", 19 a 21 de Setembro, Porto.

- KAMANN, D. F. e STRIJKER, D. (1991), "The network approach: concepts and applications", em CAMAGNI, Roberto (Ed.) [1991], Innovation networks: spatial perspectives, Belhaven Press, London, Cap. 8, pp. 145-173.

- KANTER, Rosabeth Moss (1995), World class: thriving locally in the global economy, Simon & Schuster, New York.

- KEMPER, W. (1985), "Investimentos estrangeiros em Portugal: o ponto de vista de um investidor estrangeiro", Economia, Vol IX, nº.1, pp. 125-135.

- KNAAP, B. e HERON, R. (Eds.) [1995], Human Resources and industrial spaces: a perspective on globalization and localization, Wiley, Chichester.

- KOOLIJ, Eric Van (1990), "Industrial networks in Japan: technology transfer to SMEs", Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 2, nº. 3, pp. 279-301.

- KOTLER, Philip; HAIDER, D. H. e REIN, Irving (1993), Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations, Free Press, New York (tradução brasileira de 1995, Marketing público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países, Makron Books, São Paulo).

- KRUGMAN, Paul (1992), Geography and trade, (tradução espanhola de 1992, Geografía y comercio, Antoni Bosch editor, Barcelona).

- KUHN, Thomas (1962), The Structure of Scientific Theories, University of Chicago Press, Chicago.
- LECOQ, Bruno (1991), "Organisation industrielle, organisation territoriale: une approche integree fondee sur le concept de reseau", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n°. 3/4, pp. 321-341.
- LECOQ, Bruno (1993), "Dynamique industrielle, histoire et localisation: Alfred Marshall revisité", Revue Française D'Économie, Vol. VIII, n°. 4, Automne, pp. 195-234.
- LEONIDOU, L. C. e KATSIKEAS, C. S. (1996), "The export development process: an integrative review of empirical models", Journal of International Business Studies, Vol. 27, n°. 3, pp. 517-551.
- LESSARD-HÉBERT, Michelle; GOYETTE, Gabriel e BOUTIN, Gérald (1990), Recherche Qualitative: Fondements et Pratiques, Éditions Agence d'Arc (tradução portuguesa de 1994, Investigação Qualitativa: fundamentos e práticas, Instituto Piaget, Lisboa).
- LI, Feng (1995), The geography of business information, Wiley, Chichester.
- LIOUVILLE, J. e NANOPOULOS, C. (1993), "Les implantations allemandes en France", Revue Française de Gestion, n°. 94, Juin/Août, pp. 24-37.
- LLOYD, P. E. e DICKEN, P. (1972), Location in space: a theoretical approach to economic geography, Harper & Row, New York.
- LOASBY, J. B. (1994), "Organisational capabilities and interfirm relations", Metroeconomica, Vol. 45, n°. 3, pp. 248-265.
- LOMBARDI, Mauro (1994), "L'evoluzione del distretto industriale come sistema informativo: alcuni spunti di riflessione", L'Industria, Anno XV, n°. 3, pp. 523-535.

- LONGHI, C. e QUÉRÉ, M. (1993), "Systèmes de production et d'innovation, et dynamique des territoires", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 713-724.

- LOPEZ-LOPEZ, A. e MARQUEZ, J. M. (1989), "Inversiones directas extranjeras y dinamica regional en España", Cahiers du GRERBAM, n°. 1, Mars 1990.

- LOREE, David W. e GUISSINGER, Stephen E. (1995), "Policy and non-policy determinants of U.S. equity foreign direct investment", Journal of International Business Studies, Vol. 26, n°. 2, pp. 281-299.

- MAGALHÃES, João Baptista (1996), A ideia de progresso em Thomas Kuhn no contexto da "Nova Filosofia da Ciência", Edições Contraponto, Porto.

- MAILLAT, Denis; CREVOISIER, Olivier e LECOQ, Bruno (1991), "Reseaux d'innovation et dynamique territoriale: un essai de typologie", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n°. 3/4, pp. 407-432.

- MAILLAT, Denis (1995), "Systemes territoriaux de production, milieux innovateurs et politiques régionales", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- MAILLAT, Denis [1995 a)], "Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy", Entrepreneurship & Regional Development, n°. 7, pp. 157-165.

- MARCH, J. G. (1978), "Bounded rationality, ambiguity, and the engineering of choice", em MARCH, J. G. (1988), Decisions and Organisations, Blackwell, Oxford, pp. 265-293.

- MARCH, J. G. e SIMON, H. A. (1961), Organizations, Wiley, Nova York (tradução espanhola de 1987, Teoría de la organización, Editorial Ariel, Barcelona).

- MARIOTTI, Sergio e PISCITELLO, Lucia (1994), "Le determinanti dei differenziali di attrazione territoriale degli investimenti diretti esteri in Italia", L'Industria, Anno XV, n.º. 2, pp. 223-260.
- MARIOTTI, Sergio e PISCITELLO, Lucia (1995), "Information costs and location of FDI's within the host country: empirical evidence from Italy", Journal of International Business Studies, Vol. 26, n.º. 4, pp. 815-841.
- MARSHALL, Alfred (1920), Principles of Economics, 8ª edição, Macmillan, London, Reimpressão de 1974.
- MARTIN, Carmela e VELAZQUEZ, F. J. (1996), "Factores determinantes de la inversión directa en los países de la OCDE: una especial referencia a España", Papeles de Economía Española, n.º. 66, pp. 209-219.
- MARTINS, Natalino e MENDES, Tiago (1995), "Globalização, mercado único e estratégias de localização empresarial: algumas reflexões sobre o caso português", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.
- MARUCA, R. F. (1994), "The right way to go global: an interview with Whirlpool CEO David Whitwam", Harvard Business Review, Vol. 72, n.º. 2, pp. 134-145.
- MASSARD, Nadine e VINCENT, Maurice (1995), "Globalisation et competition des territoires", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- MATOS, Elisabeth (1994), "A industrialização nascente em Viseu", Cadernos de Economia, Ano VIII, n.º. 29, Out/Dez, pp. 31-38.
- MAYNARD, Benoît (1993), "L'analyse des criteres de localisation des activites technologiques - un point de depart", Revue D'Économie Régionale et Urbaine, n.º. 5, pp. 849-861.

- MELIN, Leif (1992), "Internationalization as a strategy process", Strategic Management Journal, Vol. 13, pp. 99-118.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, Bernadette (1991), La localisation des industries, Éditions Nathan, Paris.
- MESS - MINISTÉRIO DO EMPREGO E DA SEGURANÇA SOCIAL (1995), Dados não publicados, Departamento de Estatística, Lisboa.
- MICHALET, C. A. *et al.* (1973), La multinationalisation des entreprises françaises, Gauthiers-Villars, Paris.
- MICHALET, C. A. (Dir.) [1984], L'Intégration de L'Economie Française dans L'Economie Mondiale, Economica, Paris.
- MILGROM, P. e ROBERTS, J. (1992), Economics, organization and management, Prentice Hall (tradução espanhola de 1993, Economía, organización y gestión de la empresa, Editorial Ariel, Barcelona).
- MIRZA, Hafiz; BUCKLEY, Peter, J. e SPARKES, John R. (1995), "European direct investment in Japan", Management International Review, Vol. 35, Special Issue, pp. 21-34.
- MOORE, Michael O. (1993), "Determinants of german manufacturing direct investment: 1980-1988", Weltwirtschaftliches Archiv, Band 129, Heft 1, pp. 120-138.
- MOOLE, Willem e VERKENNIS, Atze (1995), "Regional development and changing location factors: a challenge for regional and local authorities", Revue Européenne du Développement Régional, n°. 2, pp. 42-47.
- MUCCHIELLI, Jean-Louis (1985), Les firmes multinationales: mutations et nouvelles perspectives, Economica, Paris.
- MUEGGE, Herman *et al.* (Ed.) [1987], International economic restructuring and the regional community, Avebury, Aldershot.

- NAISBITT, John (1984), Megatrends: ten new directions transforming our lives, Warner Books (tradução portuguesa de 1988, Macrotendências: dez novas orientações que transformam as nossas vidas, Editorial Presença, Lisboa).
- NEEDLEMAN, L. (Ed.) [1968], Regional analysis: selected readings, Penguin Books, London.
- NELSON, R. e WINTER, S. (1982), "De una teoria evolutiva del cambio económico", em PUTTERMAN, Louis (Ed.) [1986], The economic nature of the firm: a reader, Cambridge University Press, (tradução espanhola de 1994, La naturaleza económica de la empresa, Alianza Editorial, Madrid), Capítulo 14, pp. 225-238.
- NIJKAMP, Peter (Ed.) [1986], Handbook of regional and urban economics, Volume I e II, North-Holland, Amesterdam.
- NITSCH, Detlev; BEAMISH, Paul e MAKINO, Shige (1995), "Characteristics and performance of japanese foreign direct investment in Europe", European Management Journal, Vol. 13, nº. 3, pp. 276-285.
- NOHRIA, Nitin e ECCLES, R. G. (Eds.) [1992], Networks and organizations: structure, form, and action, Harvard Business School Press, Boston, Mass.
- NOHRIA, Nitin e ECCLES, R. G. [1992 a)], "Face-to-face: making network organizations work", em NOHRIA, Nitin e ECCLES, R. G. (Eds.) [1992], Networks and organizations: structure, form, and action, Harvard Business School Press, Boston, Mass., Cap. 11, pp. 288-308.
- NORUSIS, Marija J. (1994), SPSS 6.1 Base System User's Guide, Part 2, SPSS Inc., Chicago, Illinois.
- NORUSIS, Marija J. [1994 a)], SPSS Advanced Statistics 6.1, SPSS Inc., Chicago, Illinois.
- NORUSIS, Marija J. [1994 b)], SPSS Professional Statistics 6.1, SPSS Inc., Chicago, Illinois.

- ODMARK, Aslög e PERSSON, Lars Olof (1995), "Latent actors for territorial competitiveness in Sweden", 35th European Congress of the Regional Science Association, 22-25 August, Odense, Denmark.
- O'FARRELL, P. N. (1980), "Multinational enterprises and regional development: Irish evidence", Regional Studies, Vol. 14, n° 2, pp. 141-150.
- O'FARRELL, P. N. e CROUCHLEY, R. (1979), "The locational pattern of new manufacturing establishments: an application of discriminant analysis", Regional Studies, Vol. 13, n° 1, pp. 39-59.
- O'FARRELL, P. N., WOOD, P. A. e ZHENG, J. (1996), "Internationalization of business services: an interregional analysis", Regional Studies, Vol. 30, n° 2, pp. 101-118.
- Ó HUALLACHÁIN, B. (1985), "The role of foreign direct investment in the development of regional industrial systems: current knowledge and suggestions for a future american research agenda", Regional Studies, Vol. 20, n° 2, pp. 151-162.
- OLIVEIRA NEVES, A. (1992), "Indústria e desenvolvimento regional: factores de localização e estratégias de promoção municipal", 1º Encontro de Economia Industrial, Universidade do Minho, Braga.
- ONIDA, F. e VIESTI, G. (1988), The italian multinationals, Croom Helm, London.
- OSTGAARD, T. O. e BIRLEY, Sue (1994), "Personal networks and firm competitive strategy: a strategic or coincidental match?", Journal of Business Venturing, Vol. 9, n° 4, pp. 281-305.
- OVIATT, Benjamin M. e MCDOUGALL, Patricia C. (1994), "Toward a theory of international new ventures", Jornal of International Business Studies, Vol. 25, n° 1, pp. 45-64.
- PAELINK, J. H. P. (1983), "Investment and the development of backward regions", em HEERTJE, A. (Ed.) [1983], Investing in europe's future, Basil Blackwell, London, pp. 152-187.

- PECQUEUR, Bernard (1995), "Sur les determinants territoriaux de la competitivite des entreprises", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- PEDERSEN, P. O. (1991), "A network approach to the small enterprise" em BERGMAN, E. M.; MAIER, G. e TÖDTLING, F. (Eds.) [1991], Regions reconsidered: economic networks, innovation and local development in industrialized countries, Mansell, London, Cap. 5, pp. 79-102.

- PERRAT, Jacques (1995), "Dynamique de l'innovation et repositionnements strategiques des groupes industriels et des territoires: de la proximité technologique a la proximité institutionnelle?", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- PERREUR, Jacky (1988), "La localisation des unités de production", em PONSARD, Claude (Dir.) [1988], Analyse économique spatiale, P.U.F., Paris, Cap. 3, pp. 93-157.

- PETERS, Melvyn (1990), "Tecnologia da informação e a distribuição", em COOPER, James (Coord.) [1990], Logistics and distribution planning, Kogan Page, Londres (tradução portuguesa de 1990, Logística e planeamento da distribuição, Edições CETOP, Mem Martins), Cap. 16, pp. 207-221.

- PFEFFER, J. e SALANCIK, G. R. (1978), "The design and management of externally controlled organizations", em PUGH, D. S. (Ed.) [1990], Organization theory: selected readings, 3th edition, Penguin Books, London, Cap. 9, pp.146-177.

- PINDER, David (Ed.) [1990], Western Europe: challenge and change, The Institute of British Geographers (tradução portuguesa de 1994, Europa ocidental: desafios e mudanças, Celta Editora, Oeiras).

- PIKE, F. e SENGENBERGER, W. (Eds.) [1992], Industrial Districts and Local Economic Regeneration, ILO, Geneve.

- PIKE, F. ; BECATTINI, G. e SENGENBERGER, W. (Eds.) [1990], Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy, ILO, Genebra (tradução espanhola de 1992, Los distritos industriales y las pequeñas empresas: distritos industriales y cooperación interempresarial en Itália, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid).

- PIORE, Michael J. e SABEL, Charles F. (1984), The second industrial divide: possibilities for prosperity, Basic Books, New York (tradução espanhola de 1990, La segunda ruptura industrial, Alianza Universidad, Madrid).

- PONSARD, Claude (1983), History of spatial economic theory, Springer-Verlag, Berlim (versão revista da edição francesa de 1958, Histoire des théories économiques spatiales, Armand Collin, Paris).

- PONSARD, Claude (Dir.) [1988], Analyse économique spatiale, P.U.F., Paris.

- PORTER, M. E. (1980), Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors, Free Press, New York.

- PORTER, M. E. (Ed.) [1986], Competition in global industries, Harvard Business School Press, Boston, Mass.

- PORTER, M. E. (1990), The competitive advantage of nations, Free Press, New York (tradução brasileira de 1993, A vantagem competitiva das nações, Editora Campus, Rio de Janeiro).

- PORTER, M. E. (Dir.) [1994], Construir as vantagens competitivas de Portugal, Cedintec, Lisboa.

- POSE, Andrés R. (1995), Reestructuración socioeconómica y desequilibrios regionales en la Unión Europea, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

- PRAHALAD, C. K. e HAMEL, G. (1990), "The core competences of the corporation", Harvard Business Review, May-June, pp. 79-91.
- PROULX, Marc-Urbain (1995), "Reseaux d'information et analyse regionale", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- PUGH, D. S. (Ed.) [1990], Organization theory: selected readings, 3th edition, Penguin Books, London.
- PUTTERMAN, Louis (Ed.) [1986], The economic nature of the firm: a reader, Cambridge University Press, (tradução espanhola de 1994, La naturaleza económica de la empresa, Alianza Editorial, Madrid).
- QUÉVIT, Michel (1991), "Innovative environments and local/international linkages in enterprise strategy: a framework for analysis", em CAMAGNI, Roberto (Ed.) [1991], Innovation networks: spatial perspectives, Belhaven Press, London, Cap. 3, pp. 55-70.
- QUINET, Catherine (1994), "Herbert Simon et la rationalité", Revue Française D'Économie, Vol. IX, n°. 1, Hiver, pp. 134-181.
- QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc Van (1988), Manuel de recherche en sciences sociales, Bordas, Paris (tradução portuguesa de 1992, Manual de investigação em ciências sociais, Gradiva Publicações, Lisboa).
- RALLET, Alain (1994), "Délocalisations, télétravail et aménagement du territoire", em BOUREILLE, Bernard e GUESNIER, Bernard (Dir.) [1994], Dynamique des activités et evolution des territoires, ADICUEER, Poitiers, Cap. 9, pp. 177-196.
- RALLET, Alain e TORRE, André (Dir.) [1995], Économie industrielle et économie spatiale, Economica, Paris.
- RATTI, Remigio (1991), "Small and medium-size enterprises, local synergies and spatial cycles of innovation", em CAMAGNI, Roberto

(Ed.) [1991], Innovation networks: spatial perspectives, Belhaven Press, London, Cap. 4, pp. 71-88.

- RATTI, Remigio (1995), "L'espace actif: une réponse paradigmatique des régionalistes au débat local-global", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- REICH, Robert B. (1991), The work of nations: preparing ourselves for 21st century capitalism, Knopf., New York (tradução portuguesa de 1993, O trabalho das nações: preparando-nos para o capitalismo do século XXI, Quetzal Editores, Lisboa).
- REIS, José (1986), "A recolha de informação não estatística em economia", em SANTOS SILVA, A. e MADUREIRA PINTO, J. (Org.) [1986], Metodologia das ciências sociais, Edições Afrontamento, Porto, Cap. VIII, pp. 197-213.
- REIS, José (1992), Os espaços da indústria, Edições Afrontamento, Porto.
- RENDÓN, M. G. (1994), Estrategias de politica industrial, Consejo Economico y Social, Madrid.
- REVE, Torger (1990), "The firm as a nexus of treaties", em WIT, Bob e MEYER, Ron (Eds.) [1994], Strategy, process, content, context: an international perspective, West Publishing Company, Minneapolis/St. Paul, pp. 343-350.
- RICHARDSON, H. W. (1969), Regional economics, location theory, urban structure and regional change, Weidenfield Nicholson, London (tradução brasileira de 1981, Economia regional, teoria da localização, estrutura urbana e crescimento regional, Zahar Editores, Rio de Janeiro).
- RICHARDSON, H. W. (1978), Regional and urban economics, Penguin Book, London (tradução espanhola de 1986, Economia regional y urbana, Alianza Editorial, Madrid).

- RICHONNIER, Michel (1985), Les métamorphoses de l'Europe, Flammarion, Paris (tradução portuguesa de 1986, As metamorfoses da Europa, Publicações Dom Quixote, Lisboa).
- ROBBINS, S. P. (1993), Organizational behavior, 6th edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- ROMAN, M. P. E. e PUEYO, C. L. (1991), "Un estudio sobre la distribución geográfica de la inversión extranjera directa en España", Información Comercial Española, nºs 696/697, pp. 105-118.
- RUBINSTEIN, Ariel (1989), "New directions in economic theory - bounded rationality", XIV Simposio de Analisis Económico, 20 de Diciembre, Barcelona, España.
- RUMELT, R. P.; SCHENDEL e TEECE, D. J. (1991), "Strategic management and economics", Strategic Management Journal, Vol. 12, pp. 5-29.
- SÁ MARQUES, Teresa (1995), "Condições e impactes territoriais do investimento directo estrangeiro na região norte litoral - o exemplo da área metropolitana do Porto", VI Colóquio Ibérico de Geografia - Actas, A Península Ibérica - um espaço em mutação, Vol. I, Publicações da Universidade do Porto, Porto, pp. 345-355.
- SANTOS SILVA, A. e MADUREIRA PINTO, J. (Org.) [1986], Metodologia das ciências sociais, Edições Afrontamento, Porto.
- SARAIVA, Ana Margarida (1993), "Investimento estrangeiro em Portugal no período de 1986 a 1992", Boletim Trimestral do Banco de Portugal, Vol. 15, nº. 4, pp. 103-123.
- SAVARY, Julien (1981), Les multinationales françaises, PUF/IRM, Paris.
- SCAPERLANDA, Anthony E. e MAUER, Laurence J. (1969), "The determinants of U.S. direct investment in the E.E.C.", American Economic Review, Vol. 5, pp. 558-568.

- SCHOENBERGER, Erica (1988), "Multinational corporations and the new international division of labour: a critical appraisal", International Regional Science Review, Vol. 11, nº. 2, pp. 105-119.

- SCOTCHMER, S. e THISSE, J. F. (1993), "Les implications de l'espace pour la concurrence", Revue Économique, Vol. 44, nº. 4, Juillet, pp. 653-669.

- SEMPLE, R. K. (1987), "The multinational firm and regional development", em COFFEY, W. J. e POLESE, Mario (Eds.) [1987], Still living together: recent trends and future directions in canadian regional development, The Institute for Research on Public Policy, Canadá, pp. 203-235.

- SENGENBERGER, W.; LOVEMAN, G. W. e PIORE, M. J. (Eds.) [1990], The re-emergence of small enterprises: industrial restructuring in industrialised countries, ILO, Geneve (tradução espanhola de 1992, Los distritos industriales y las pequeñas empresas: el resurgimiento de la pequeña empresa, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid).

- SEYMOUR, Daniel T. (1988), Marketing research, Probus Publishing, U.S.A. (tradução portuguesa de 1993, Estudos de mercado: métodos qualitativos para os profissionais de marketing, Edições CETOP, Mem Martins).

- SHEEHAN, M. (1993), The investment decision-making process and investment determinants in the Northern Ireland manufacturing sector, Regional Studies, Vol. 28, nº. 5, pp. 511-520.

- SIEGEL, Sidney (1956), Nonparametric statistics for the behavioral sciences, McGraw-Hill (tradução brasileira de 1975, Estatística não-paramétrica, McGraw-Hill, Brasil).

- SILVA, Mário Rui (1987), Développement industriel et espaces productifs locaux: étude sur la Vallée de l'Ave", Investigação Economia, nº. 13, Faculdade de Economia do Porto.

- SILVA, Mário Rui (1995), "Eficiência estática e dinâmica no modelo do distrito industrial", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para

o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- SILVA LOPES, J. (1996), "A economia portuguesa depois de 1960", em BARRETO, António (Org.) [1996], A situação social em Portugal, 1960-1995, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Lisboa, pp. 233-246.
- SIMÕES, V. C. (1982), "Caracterização sectorial do investimento directo estrangeiro: resultados de um inquérito", Investimento e Tecnologia, nº.2, Lisboa, pp. 1-17.
- SIMÕES, V. C. (1983), "Origem do capital e vocação exportadora do investimento estrangeiro na indústria portuguesa", Investimento e Tecnologia, nº.2, pp. 11-27.
- SIMÕES, V.C. (1985), "Investimento estrangeiro em Portugal: panorama genérico", Economia, Vol. IX, nº. 2, pp. 329-379.
- SIMÕES, V. C. (1989), "Investimento estrangeiro em Portugal e mercado único europeu", Estudos de Economia, Vol. IX, nº. 3, pp. 285-322.
- SIMÕES, V. C. e CRISTOVÃO, A. (1982), "Características e comportamento das maiores empresas industriais com capital estrangeiro: uma análise comparativa", Investimento e Tecnologia, nº. 2, pp. 33-42.
- SIMÕES LOPES, A. (1983), "O espaço na teoria económica", Estudos de Economia, Vol. III, nº. 3, pp. 361-374.
- SIMÕES LOPES, A. (1987), Desenvolvimento regional: problemática, teoria, modelos, 3ª. edição, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- SIMÕES LOPES, A. (1995), "Estudos regionais e territoriais: passado, presente e futuro da investigação em Portugal", III Encontro Nacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Faculdade de Economia do Porto, 27/29 de Abril de 1995.

- SIMON, H. A. (1957), Administrative behaviour: a study of decision-making processes in administrative organization, Macmillan, New York.
- SISODIA, R. S. (1992), "Singapore invests in the nation-corporation", Harvard Business Review, Vol. 70, n° 3, pp. 40-50.
- SMITH, D. F. J. e FLORIDA, R. (1994), "Agglomeration and industrial location: an econometric analysis of japanese-affiliated manufacturing establishments in automotive-related industries", Journal of Urban Economics, n° 36, pp. 23-41.
- SOLOCHA, A.; SOSKIN, M. D. e KASOFF, M. J. (1990), "Determinants of foreign direct investment: a case of canadian direct foreign investment in the United States", Management International Review, Vol. 30, n° 4, pp. 371-385.
- STANTON, R. (1979), "Foreign investment and host country politics: the irish case", em SEERS, D. *et al.* (Eds.) [1979], Underdevelop Europe, Humanities Press, New Jersey, pp. 103-123.
- STHÖR, W. B. (1986), "Territorial innovation complexes", em AYDALOT, P. (Ed.) [1986], Millieux innovateurs en Europe, GREMI, Paris, pp. 29-54.
- STORPER, Michael (1995), "Regional economies as relational assets", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- SUZUKI, Yohtaro (1994), "Multinationalization of japanese manufacturing international locational practices", Discussion Papers in International Investment and Business Studies, Series B, Vol. VI (1994/95), Department of Economics, University of Reading, Reading.
- SZANYI, Miklós (1994), "Experiences with foreign direct investment in Hungary", Working Paper, n° 32, Institute for World Economics, Hungarian Academy of Sciences, Budapest.

- SZYMANSKI, Miguel (1996), "Nova fábrica da Grohe vai para Albergaria-a-Velha", Semanário Económico, nº. 512, 31 de Outubro, p.19.
- TALBOT, Damien (1995), "Les groupes et l'articulation local-global: une approche institutionnaliste", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- TEECE, David J. (1986) "Transactions cost economics and the multinational enterprise: an assessment", Journal of Economic Behavior and Organization, Vol. 7, pp. 21-45.
- TERPSTRA, V. e YU, C. M. (1988), "Determinants of foreign investment of U.S. advertising agencies", Journal of International Business Studies, Vol. XIX, nº. 1, pp. 33-46.
- THORELLI, H. B. (1990), "Networks: the gay nineties in international marketing" em THORELLI, H. B. e CAVUSGIL, S. T. (Eds.) [1990], International Marketing Strategy, Third Edition, Pergamon Press, Oxford.
- TIIHONEN, Jarmo e VIRTANEN, Markku (1991), "Location decisions of firms using new technology in eastern Finland", Actas do 31º. European Congress of Regional Science Association, 27-30 Agosto, Lisboa, pp. 608-627.
- TOFFLER, Alvin (1980), The third wave, W. Collins, New York.
- TORRE, André (1995), "Dynamiques locales et coordination des acteurs", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.
- TOWNROE, P. M. (1983), "Location factors in the decentralization of the industrie: a survey of metropolitan São Paulo, Brazil", World Bank Staff Working Papers, nº. 517, Washington D.C.

- ULGADO, Francis M. e YU, J. C. M. (1991), "The location of manufacturing foreign direct investment in the United States: the effects of nationality and firm-specific variables", Faculty Working Paper, n°. 91-166, Bureau of Economic and Business Research, College of Commerce and Business Administration, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- ULGADO, Francis M. (1996), "Location characteristics of manufacturing investments in the U.S.: a comparison of american and foreign based firms", Management International Review, Vol. 36, n°. 1, pp. 7-26.
- UNCTC - UNITED NATIONS CENTRE ON TRANSNATIONAL CORPORATIONS (1992), The determinants of foreign direct investment: a survey of the evidence, United Nations, New York.
- VALE e VASCONCELOS, A. (1984), Economia urbana, Rés, Porto.
- VALOR (1995), "IDE alemão cresce 14% em Portugal", Suplemento Alemanha, n°. 213, 30 de Novembro, pp.10-12.
- VAN DOREN, Pascale (1993), "Perspectives de recomposition des territoires ruraux europeens dans une dynamique de reconciliation entre l'urban et le rural", XIX Reunión de Estudios Regionales, Asociación Castellano-Leonesa de Ciencia Regional, pp. 13-22.
- VANHOVE, N. e KLAASSEN, L. H. (1980), Regional policy: a european approach, Saxon House, London.
- VELTZ, Pierre (1993), "D'une geographie des coûts à une géographie de l'organisation: quelques thèses sur l'évolution des rapports entreprises/territoires", Revue Économique, Vol. 44, n°. 4, Juillet, pp. 671-684.
- VERNON, R. (1966), "International investment and international trade in the product cycle", em BUCKLEY, P. J. *et al.* (1993), The internationalization of the firm: a reader, Academic Press, London, pp. 3-15.

- VERNON, R. (1971), Sovereignty at bay: the multinational spread of U.S. enterprises, Basic Books, New York (tradução brasileira de 1978, Soberania ameaçada: a expansão multinacional das empresas americanas, Livraria Pioneira Editora, São Paulo).

- VERNON, R. (1979), The product cycle hypothesis in a new international environment, Oxford Bulletin of Economics and Statistics, n°. 41 (4), pp. 255-267.

- VEUGELERS, Reinhilde (1991), "Locational determinants and ranking of host countries: an empirical assessment", Kyklos, Vol. 44, Fasc. 3, pp. 363-382.

- WALKER, Gordon (1988), "Network analysis for cooperative interfirm relationships", em CONTRACTOR, F. J. e LORANGE, Peter (Eds.) [1988], Cooperative Strategies in International Business, Lexington Books, Lexington, Mass., Cap. 13, pp. 227-240.

- WALLEMACQ, Anne (1995), "A la recherche d'une representation de l'espace", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

- WANG, Zhen Quan e SWAIN, Nigel J. (1995), "The determinants of foreign direct investment in transforming economies: empirical evidence from Hungary and China", Weltwirtschaftliches Archiv, Band 131, Heft 2, pp. 359-382.

- WILLIAMSON, O. E. (1975), Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications, Free Press, New York.

- WILLIAMSON, O. E. (1985), The economics institutions of capitalism, Free Press, New York.

- WILLIAMSON, O. E. (1986), Economic organization: firms, markets and policy control, Wheatsheaf, Sussex.

- WOLF, B. M. (1977), "Industrial diversification and internationalization: some empirical evidence", The Journal of Industrial Economics, Vol. XXVI, n° 2, pp. 177-191.
- WOODCOCK, Patrick C. et al. (1994), "Ownership-based entry mode strategies and international performance", Journal of International Business Studies, Vol. 25, N° 2, pp. 253-273.
- WOODWARD, Douglas P. e ROLFE, Robert J. (1993), "The location of export-oriented foreign direct investment in the Caribbean Basin", Journal of International Business Studies, Vol. 24, n° 1, pp. 121-144.
- YAMAWAKI, Hideki (1991), "Location decisions of japanese multinational firms in european manufacturing industries", Working Paper, Department of Economics, Catholic University of Louvain, Louvain-la-Neuve.
- YANNOPOULOS, G. N. e DUNNING, J. H. (1976), Multinational enterprise and regional development: an explanatory paper, Regional Studies, Vol. 10, n° 4, pp. 389-399.
- YOUNG, S.; HOOD, N. e HAMILL, J. (1988), Foreign multinationals and the british economy, Croom Helm, London.
- YOUNG, S.; HOOD, N. e DUNLOP, S. (1988), "Global strategies, multinational subsidiary roles and economic impact in Scotland", Regional Studies, Vol. 22, n° 6, pp. 487-497.
- YOUNG, S. *et al.* (1989), International market entry and development: strategies and management, Harvester Wheatsheaf, London.
- YOUNG, S.; HOOD, N. e PETERS, E. (1994), "Multinational enterprises and regional development", Regional Studies, Vol. 28, n° 7, pp. 657-677.
- YU, J. Chwo-Ming (1990), "The experience effect and foreign direct investment", Weltwirtschaftliches Archiv, Band 126, Heft 3, pp. 561-580.

- ZIMMERMANN, Jean-Benoît (1995), "La problématique du nomadisme ou l'ancrage territorial des activités industrielles et technologiques", Colloque International de L'Association de Science Régionale de Langue Française - "Dynamiques Industrielles, Dynamiques Territoriales", 30/31 Août et 1er Septembre, Toulouse, France.

ANEXOS

ANEXO I

Inquérito

UNIVERSIDADE DO MINHO

Escola de Economia e Gestão

Questionário sobre os factores de localização das empresas estrangeiras em Portugal

NOTA

Toda a informação recolhida será tratada de forma confidencial, sendo impossível identificar no tratamento final da informação o nome da empresa ou da pessoa que forneceu a informação

Entrevistador:

Entrevistado:

Nome responsável contactado

Data da entrevista:

____|____|____

Posição ocupada na empresa

Designação social da empresa

Hora de início e fim da entrevista:

____H____ H____

Morada

Distrito _____

Distância da empresa à auto-estrada
mais próxima: _____ Km

Telefone _____ Fax _____

15. Origem das matérias primas e subsidiárias utilizadas na fabricação dos produtos finais?

a) Mercado nacional (percentagem) |__|__|__|

b) Importação (nacionalidade e percentagem dos 3 primeiros países fornecedores):

_____	__ __ __
_____	__ __ __
_____	__ __ __

16. Vantagem competitiva percebida face aos concorrentes:

Tecnológica (produto ou processo de fabrico inovador)

Marketing (marca, publicidade, método de venda, etc.)

Organizacional (métodos de gestão, qualidade, etc.)

Outra (especificar) _____

17. Ligação à empresa-mãe:

Sucursal

Filial

Outra (especificar) _____

18. De que estrutura organizativa depende a empresa instalada em Portugal?

Divisão internacional de uma empresa instalada noutro país

Divisão regional da empresa-mãe

Divisão por produto da empresa mãe

Outra (especificar) _____

19. Grau de autonomia em relação à empresa-mãe?

Grande

Limitada

Nenhuma

II - MACROLOCALIZAÇÃO (Escolha do país)

20. Identifique o factor mais importante que o levou a escolher Portugal para investir? _____

21. Antes de ser tomada a decisão final de investir em Portugal foram considerados incentivos oferecidos pelo governo?

Sim Não (passe para a pergunta 22)

21.1. Se respondeu afirmativamente, que importância lhes atribuiu na decisão final?

a) Incentivos financeiros

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

b) Benefícios fiscais

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

c) Incentivos à formação profissional

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

d) Outros (especifique) _____

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

22. [Mostrar cartão nº. 1] Ordene, por ordem de importância, os outros factores que interferiram no processo de escolha? (atribua 1 ao mais importante, 2 ao seguinte, e assim sucessivamente, até ao **máximo de cinco**)

- Custos da mão de obra
 - Disponibilidade e qualificação da mão de obra
 - Sistema educativo e de formação eficaz
 - Custos de transporte
 - Acesso a recursos naturais
 - Mercado importante para a empresa
 - Possibilidade de acesso a outros mercados
 - Direitos aduaneiros elevados ou contingentação
 - Normas técnicas proteccionistas
 - Facilidade de repatriamento de lucros
 - Clima político e social estável
 - Deficiente regulamentação sobre marcas e patentes
 - Tributação favorável dos lucros da empresa
 - Legislação laboral flexível
 - Proximidade geográfica e cultural
 - Imagem positiva do país
 - Qualidade de vida e do ambiente
 - Atitude favorável aos estrangeiros
 - Outros (especifique) _____
- _____
- _____

23. Que países alternativos procurou antes de investir em Portugal?

24. Que razões o levaram a preferir Portugal aos outros países?

25. Durante quanto tempo considerou aqueles países como alternativa?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

III - MICROLOCALIZAÇÃO (Escolha da região)

26. Identifique o factor mais importante que o levou a escolher esta região para investir? _____

27. Antes de ser tomada a decisão final de investir nesta região foram considerados incentivos oferecidos pela autarquia?

Sim

Não (passe à pergunta 28)

27.1 Se respondeu afirmativamente, que importância lhes atribuiu na decisão final?

a) Incentivos financeiros

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

b) Benefícios fiscais

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

c) Oferta de terrenos infra-estruturados

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

d) Outros (especifique) _____

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

28. [Mostar cartão n.º. 2] Ordene, por ordem de importância, os outros factores que intervieram no processo de escolha? (atribua 1 ao mais importante, 2 ao seguinte, e assim sucessivamente, até ao **máximo de cinco**)

- Disponibilidade de espaços industriais ou instalações devolutas
 Preço dos terrenos
 Custo da mão de obra
 Custos de transporte
 Disponibilidade e qualificação da mão de obra
 Existência de matérias primas e subsidiárias
 Infraestruturas de telecomunicações
 Presença de: Equipamentos culturais e de lazer
 Empresas de serviços especializados
 Hospitais ou centros de saúde
 Existência de universidade ou centro de investigação
 Proximidade de: Aeroporto Porto de mar
 Auto-estrada Centro urbano
 Rede de fornecimento de energia eléctrica, água e saneamento
 Acesso rápido à rede de transportes públicos
 Outros (especifique) _____

29. Que outras regiões alternativas procurou antes de investir nesta região?

30. Que razões o levaram a preferir esta região às outras regiões?

31. Durante quanto tempo considerou aquelas regiões como alternativa?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

32. Quais foram os maiores problemas que encontrou na instalação da sua empresa na região escolhida?

IV - FACTORES DE REDE (Network Factors)

IV. A - REDE SOCIAL

33. Antes do investimento tomou contacto pessoal com a **região**?

Sim Não (passe à pergunta 35)

34. Com quem estabeleceu os contactos pessoais?

- Amigos portugueses
 Amigos estrangeiros (nacionalidade) _____
 Empresários portugueses
 Empresários estrangeiros (nacionalidade) _____
 Experiência própria
 Laços familiares
 Outros (especifique) _____

34.1 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

< 1 ano Entre 1 e 5 anos > 5 anos

34.2 Qual a frequência dos contactos?

Diária Semanal Mensal
 Trimestral Anual Ocasional

34.3 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita particular
 Viagem de negócios
 Correspondência pessoal
 Outra (especifique) _____

34.4 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da **região** para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
 Importância Importância

IV.B - REDE INTRAORGANIZACIONAL

35. Antes de efectuar o investimento a empresa manteve contactos comerciais em Portugal com:

- Clientes (responda à pergunta 36)
 Fornecedores (responda à pergunta 37)
 Agentes Comerciais (responda à pergunta 38)
 Empresas Subcontratantes (responda à pergunta 39)
 Empresas Estrangeiras (responda à pergunta 40)

36. Se tinha **Clientes** em Portugal, esclareça:

36.1 Quantos clientes possuía? |_|_|_|_|

36.2 Em que regiões se situavam e que nacionalidade detinham?

Mencione os 4 mais importantes

Regiões	Nacionalidades

36.3 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

< 1 ano Entre 1 e 5 anos > 5 anos

36.4 Qual a frequência dos contactos?

Diária Semanal Mensal
 Trimestral Anual Ocasional

36.5 Qual a forma de contacto mais utilizada?

Visita de negócios
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Outra (especifique) _____

36.6 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha do país para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

36.7 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da região para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

37. Se tinha Fornecedores em Portugal, esclareça:

37.1 Quantos fornecedores possuía? |__|__|__|

37.2 Em que regiões se situavam e que nacionalidade detinham?

Mencione os 4 mais importantes

Regiões	Nacionalidades

37.3 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

|__| < 1 ano |__| Entre 1 e 5 anos |__| > 5 anos

37.4 Qual a frequência dos contactos?

|__| Diária |__| Semanal |__| Mensal

|__| Trimestral |__| Anual |__| Ocasional

37.5 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita de negócios
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Outra (especifique) _____

37.6 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha do país para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

37.7 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da região para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

38. Se tinha **Agentes Comerciais** em Portugal, esclareça:

38.1 Quantos agentes ou representantes possuía? |_|_|_|_|

38.2 Em que regiões se situavam e que nacionalidade detinham?

Mencione os 4 mais importantes

Regiões	Nacionalidades

38.3 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

|_| < 1 ano |_| Entre 1 e 5 anos |_| > 5 anos

38.4 Qual a frequência dos contactos?

- Diária Semanal Mensal
 Trimestral Anual Ocasional

38.5 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita de negócios
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Outra (especifique) _____

38.6 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha do país para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
 Importância Importância

38.7 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da região para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
 Importância Importância

39. Se tinha **Empresas Subcontratantes** em Portugal, esclareça:

39.1 Quantos subcontratantes possuía? |__|__|__|

39.2 Em que regiões se situavam e que nacionalidade detinham?

Mencione os 4 mais importantes

Regiões	Nacionalidades

39.3 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

< 1 ano Entre 1 e 5 anos > 5 anos

39.4 Qual a frequência dos contactos?

Diária Semanal Mensal
 Trimestral Anual Ocasional

39.5 Qual a forma de contacto mais utilizada?

Visita de negócios
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Outra (especifique)_____

39.6 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha do país para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

39.7 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da região para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância			Muita Importância	

40. Se chegou a ter contacto com alguma **Empresa Estrangeira** instalada em Portugal, esclareça:

40.1 Quantas empresas estrangeiras contactou? |_|_|_|

IV.C - REDE INTERORGANIZACIONAL

41. Antes de investir em Portugal que **instituições públicas nacionais** contactou? (Se NÃO contactou nenhuma, passe à pergunta 42)

- ICEP (Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal)
 IAPMEI (Instituto de Apoio à Pequena e Média Empresa Industrial)
 IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional)
 Embaixada de Portugal no estrangeiro
 Outras (especifique) _____
- _____
- _____

41.1 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

41.2 Qual a frequência dos contactos?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Ocasional Elevada

41.3 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita pessoal
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência oficial
 Manifestação comercial (feira, exposição, etc.)
 Visita governamental ou presidencial
 Outra (especifique) _____

41.4 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha do país para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
 Importância Importância

42. Que **instituições públicas regionais** contactou? (Se NÃO contactou nenhuma, passe à pergunta 43)

- Câmara municipal (Qual?) _____
- Agência governamental regional (Qual?) _____
- Embaixada (Qual?) _____
- Outras (especifique) _____
- _____
- _____

42.1 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

42.2 Qual a sua frequência?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Ocasional Elevada

42.3 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita pessoal
- Telefone/Fax/Telex
- Correspondência oficial
- Manifestação comercial (feira, exposição, etc.)
- Visita governamental ou presidencial
- Outra (especifique) _____

42.4 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da **região** para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
Importância Importância

43. Antes de investir em Portugal que **instituições privadas nacionais** contactou? (Se NÃO contactou nenhuma, passe à pergunta 44)

- Bancos
 Companhias de seguros
 Empresas de consultoria ou consultores
 Câmaras de comércio (Qual?) _____
 Associações comerciais ou industriais (Qual?) _____
 Promotores imobiliários
 Outras (especifique) _____

43.1 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

43.2 Qual a frequência dos contactos?

1	2	3	4	5	6
Ocasional			Elevada		

43.3 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita pessoal
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Manifestação comercial (feira, exposição, etc.)
 Visita governamental ou presidencial
 Outra (especifique) _____

43.4 Qual a importância que atribui a estes contactos na escolha do **país** para investir?

1	2	3	4	5
Pouca Importância		Muita Importância		

44. Que instituições privadas regionais contactou?

- Bancos
 Companhias de seguros
 Empresas de consultoria ou consultores
 Câmaras de comércio (Qual?) _____
 Associações comerciais ou industriais (Qual?) _____
 Promotores imobiliários
 Outras (especifique) _____

44.1 Durante quanto tempo se mantiveram esses contactos?

- < 6 meses Entre 6 e 12 meses > 12 meses

44.2 Qual a frequência dos contactos?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Ocasional Elevada

44.3 Qual a forma de contacto mais utilizada?

- Visita pessoal
 Telefone/Fax/Telex
 Correspondência comercial
 Manifestação comercial (feira, exposição, etc.)
 Visita governamental ou presidencial
 Outra (especifique) _____

44.4 Qual a importância que atribuiu a estes contactos na escolha da região para investir?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Pouca Muita
 Importância Importância

Fim do Inquérito

Muito Obrigado pela sua Colaboração

ANEXO II

Modelo de carta enviada às empresas

Braga, 17 de Junho de 1996

Ex.mo(a) Senhor(a)
Director Geral
Apolo Cerâmicas, S.A.
Landiosa - Aguada de Baixo -
Aguada de Cima - Ap. 150
3750 ÁGUEDA

N/ Ref^a: 9606/01-08

Assunto: Pedido de entrevista

Ex.mo Senhor:

Um grupo de investigadores da Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho está a desenvolver um estudo sobre os factores de localização das empresas com capital estrangeiro instaladas em Portugal nos últimos cinco anos (1990-1994). Este projecto de investigação mereceu o patrocínio e financiamento do Ministério do Planeamento e Administração do Território, Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano.

Na selecção da amostra, a empresa que V. Ex^a. dirige foi considerada para entrevista, pelo que tomámos a liberdade de contactá-lo no sentido de saber da sua disponibilidade para responder a um inquérito, com a duração máxima de meia hora. A informação prestada no decurso da entrevista é estritamente confidencial, sendo apresentada no relatório final de forma agregada, pelo que a identificação da empresa inquirida se torna absolutamente impossível.

Para maior facilidade de agenda, será em breve contactado telefonicamente para indicação do dia e hora da sua conveniência para receber a equipa de entrevistadores desta Universidade.

Agradecendo antecipadamente a atenção e colaboração prestadas, colocamo-nos ao seu inteiro dispor para quaisquer esclarecimentos adicionais na seguinte morada:

Prof. Dr.º J. Cadima Ribeiro
Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão
Campus de Gualtar
4700 BRAGA
Telef.- (053) 604226
Fax - (053) 676375

Atentamente

J. Cadima Ribeiro
(Prof. Associado c/ Agregação)