U.PORTO

FEP FACULDADE DE ECONOMIA UNIVERSIDADE DO PORTO

O impacto do IDE no crescimento/desenvolvimento do Turismo em Portugal

João Filipe Rodrigues Martins

Dissertação

Mestrado em Economia e Gestão Internacional

Orientado por

Prof. Doutor Óscar Afonso

2020

Nota Biográfica

João Filipe Rodrigues Martins nasceu a 13 de Dezembro de 1994, natural de Viseu. Decorria o ano de 2012 quando completou o seu percurso no ensino secundário e, nesse mesmo ano, ingressou na Licenciatura em Economia na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, tendo terminado o curso no ano de 2016. De seguida, em Setembro desse mesmo ano, ingressou no Mestrado em Economia e Gestão Internacional na Faculdade de Economia da Universidade do Porto, servindo esta dissertação como trabalho final para a obtenção do grau de mestre.

Paralelamente ao percurso académico, iniciou a sua atividade profissional no ano de 2018 através de um estágio profissional, numa consultora da cidade de Viseu, executando funções como gestor de projetos. Nesse mesmo ano, deixou o estágio para abraçar um projeto mais ambicioso na empresa ERA Imobiliária, como Gestor Comercial, tendo sido promovido a Diretor Comercial no presente ano de 2020, na mesma empresa.

Agradecimentos

Depois de um longo, duradouro e custoso percurso na elaboração desta dissertação, não era possível começar sem um agradecimento a todos aqueles que, de uma maneira ou de outra, me auxiliariam em todo o meu percurso académico, principalmente durante os últimos anos.

Começo por agradecer, em primeiro lugar, aos meus pais, que sempre me apoiaram em todas as decisões, mesmo as mais arriscadas, e permitiram (e financiaram) que o meu percurso académico decorresse como eu sempre quis, tanto em Coimbra como no Porto. Sem a persistência deles, não seria possível alcançar este objetivo. Sem esquecer a minha irmã Joana, que nunca deixou de estar presente e de acompanhar todo o meu percurso, apesar de em paralelo viver o dela.

Aos meus amigos do grupo de jovens (JMV) que, principalmente durante a quarentena, foram um pilar importante e uma força constante para não desistir e concluir esta etapa, ajudando-me sempre em tudo aquilo que solicitei. Aos meus amigos em Viseu, que entenderam a minha constante ausência nos últimos tempos, em todas as reuniões e encontros, por não poder sair e estar com eles enquanto escrevia esta dissertação.

Gostaria de agradecer especialmente a três pessoas que, no percurso final desta dissertação, me ampararam e estiveram sempre disponíveis para despender do seu tempo e para me ajudar em detrimento dos seus próprios interesses, o Santos, a Marta e a Maria Duarte.

Ao professor Óscar Afonso pela ajuda, apoio e disponibilidade prestada durante a execução deste trabalho, sempre que solicitado. Agradeço também à Faculdade de Economia da Universidade do Porto por me abrir as suas portas e me dar a oportunidade de alargar o meu leque de conhecimentos, enquanto frequentei o mestrado.

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer a todos os meus familiares e amigos mais próximos, que me acompanharam em todo o meu percurso académico.

Muito obrigado!

Resumo

A presente dissertação foi realizada com o objetivo de concluir o Mestrado em Economia e Gestão Internacional na Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

As principais questões discutidas neste trabalho estão cingidas às relações existentes entre o Turismo e o IDE, assim como às suas repercussões na economia de Portugal.

Com o crescimento turístico sentido em grande parte dos países desenvolvidos, e pelo facto desse crescimento se mostrar notório em Portugal, nos últimos anos, torna-se importante perceber de que modo a internacionalização tem impacto neste setor. Aliando a abertura cada vez maior dos países ao resto do Mundo à facilitação das trocas internacionais, o IDE desenvolveu-se como um método ponderado - mas eficaz - das empresas se expandirem para fora do seu país de origem e de se tornarem multinacionais de sucesso.

Assim, juntando estes dois fatores, o IDE e o Turismo, e analisando a possível relação entre eles, pretende-se, com esta dissertação, perceber qual o contributo do IDE para o crescimento do Turismo em Portugal e de que forma este aumento teve impacto no valor do IDE, assim como perceber o impacto destes junto do crescimento económico de Portugal.

Através da análise de vários indicadores no período temporal entre o ano de 2000 e de 2018, espera-se perceber qual a relação entre estes dois conceitos (IDE e Turismo) e qual o contributo de ambos para o crescimento e desenvolvimento económico de Portugal, colocando o país na órbita de diversos prémios internacionais relacionados com o Turismo.

Os resultados mostram que existe uma relação estatisticamente significativa entre o Turismo e o IDE, assim como com o crescimento económico, concluindo-se que o Turismo influencia ambos. Por outro lado, como as variáveis não apresentam significância estatística, nada se pode concluir com a relação entre o IDE e o crescimento económico de Portugal.

Palavras-chave: Internacionalização, Investimento Direto Estrangeiro, Turismo, Turistas, Crescimento económico.

Abstract

This dissertation was created with the objective of completing the Master's degree in Economics and International Management at the Faculty of Economics of the University of Porto.

The main issues discussed in this paper are related to the relationship between Tourism and FDI, as well as its repercussions on the economy of Portugal.

With the tourism growth felt in most developed countries, and the fact that this growth has been notorious in Portugal in recent years, it is important to understand how internationalization has an impact in this sector. Considering that most countries are increasing their openness to the rest of the world by the easiness of international trade, FDI has developed as a thoughtful - but effective - method of companies expanding outside their home countries and becoming successful multinationals.

By combining these two factors, FDI and Tourism, and analyzing the possible relationship between them, the aim of this dissertation is to understand the contribution of the FDI to the growth of Tourism in Portugal and how this increase managed the capture of FDI, as well as to perceive the impact of these on the economic growth of Portugal.

Through the analysis of several indicators in the time period between 2000 and 2018, it is expected to understand the relationship between these two concepts (FDI and Tourism) and what is the contribution of both to the growth and economic development of Portugal, since the country has several international tourism-related awards.

The results show that there is a statistically significant relationship between Tourism and FDI, as well as with economic growth, being possible to conclude that Tourism influences both. On the other hand, as the variables do not present statistical significance, nothing can be concluded with the relationship between FDI and economic growth of Portugal.

Keywords: Internationalization, Foreign Direct Investment, Tourism, Tourists, Economic Growth.

Índice

Nota Biográfica ii
Agradecimentos iii
Resumo iv
Abstract v
Lista de Abreviaturas viii
Índice de Tabelas ix
Índice de Figuras x

1. Introdução 1

2. Revisão da Literatura 4
2.1. Internacionalização 4
2.2. Investimento Direto Estrangeiro 7
2.3. Turismo 13
2.3.1. Conceitos Básicos 13
2.3.2 Importância do Turismo na Economia 15

3. Caso Português 18
3.1. IDE em Portugal 18
3.2. Turismo em Portugal 23
3.2.1. Desenvolvimento do Turismo em Portugal 24

4. Considerações metodológicas 30
4.1. Especificação do modelo 30
4.1.1. Estacionaridade 30
4.1.2. Variável Dependente – IDE (Investimento Direto Estrangeiro) 32
4.1.3. Variáveis Explicativas 34
4.2. Hipóteses em estudo 39
4.3. Estudos empíricos 40
4.4. Seleção da Amostra e Estatísticas Descritivas 40
4.5. Estatísticas Descritivas 41

5. Estimação do modelo 45
5.1. Correlação entre as variáveis 45
5.2. Resultados 46
5.2.1 Heterocesdaticidade 48
5.2.2 Autocorrelação 49
5.2.3. Especificação 49
5.2.4. Mudança Estrutural 50
5.3. Estimação do modelo com *dummy* 50
5.3.1 Estimação do modelo com dummy 51
5.4. Estimação do modelo com modelo VAR 52
5.4.1. Modelo VAR 52
5.5. Análise das Hipóteses em estudo 56

6. Conclusões 60

7. Bibliografia 63
7.1. Webgrafia 68

8. Anexos 69

Lista de Abreviaturas

PIB – Produto Interno Bruto

PIBpc – Produto Interno Bruto per capita

IDE – Investimento Direto Estrangeiro

AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

I&D – Investigação e Desenvolvimento

OMT - Organização Mundial de Turismo

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OLS – Ordinary Least Squares (Método dos Mínimos Quadrados)

VAR – Vector Autoregression (Modelo Vetorial Autogressivo)

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Aspetos Positivos e Negativos do Turismo em Portugal……26

Tabela 2 - Descrição das variáveis e sinal esperado das mesmas…….....…31

Tabela 3 - Descrição das hipóteses em estudo……..……..39

Tabela 4 - Análise dos estudos empíricos……..…..…40

Tabela 5 - Estatísticas descritivas das variáveis…….……..41

Tabela 6 - Matriz de Correlação das Variáveis…….……..44

Tabela 7 - Resultados da Regressão (OLS)**…….....……**47

Tabela 8 - Resultado da regressão com inserção da variável *dummy*…….....……51

Tabela 9 - Resultados da regressão com modelo VAR para a variável dependente txIDE....52

Tabela 10 - Resultados da regressão com modelo VAR para a variável dependente nº de turistas……...53

Tabela 11 - Resultados da regressão com modelo VAR para a variável dependente receitas do Turismo……....54

Tabela 12 - Resultados da regressão com modelo VAR para a variável dependente PIBpc de Portugal ……...……55

Índice de Figuras

Figura 1 - Evolução do Investimento Direto Estrangeiro em Portugal (2000-2018)….....33

Figura 2 - Evolução do número de turistas estrangeiros em Portugal (2000-2018)…….34

Figura 3 – Evolução das Receitas do Turismo em Portugal (2000-2018)…….....36

Figura 4 – Evolução do PIB per capita em Portugal (2000-2018)…….37

Figura 5 - Evolução do PIB per capita dos 5 principais parceiros de Portugal (2000-2018)…….....……38

1.Introdução

Com o passar dos anos, a crise económica vivida no Mundo, o desenvolver de diversas tecnologias que facilitam as trocas comerciais entre as empresas e, principalmente, entre empresas internacionais, surgem novos conceitos, métodos de negociação e métodos de financiamento, tal como modelos de negócio que chegam a todo o Mundo para serem utilizados em qualquer parte deste. Como resultado, surgem métodos bastante diferenciados de internacionalização que englobam tanto a necessidade de um grande investimento de capital como outros, em que não é necessário um investimento tão elevado para as empresas se conseguirem internacionalizar.

Um desses métodos de internacionalização é o IDE (Investimento Direto Estrangeiro). Este é "definido como um investimento que envolve uma relação de longo prazo e reflete um interesse duradouro e controlo por um residente numa economia numa empresa residente numa economia diferente da do investidor" (UNCTAD, 2007, p. 245).

Uma vez que o Mundo se encontra cada vez mais interligado devido ao grande crescimento dos meios de transporte, comunicação e acessibilidades, resulta daqui uma fácil circulação de capitais, mercadorias, pessoas, etc. Como o Turismo é uma das principais causas da fácil movimentação de pessoas, este conceito define-se como "um fenómeno social, cultural e económico que diz respeito às atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, com fins de lazer, negócios e outros" (UNWTO, 2008, p. 1).

Diversos estudos analisam a influência do Turismo no crescimento económico, o impacto do IDE no mesmo, e vice-versa. Contudo, existe uma lacuna na literatura quando o objetivo é analisar as três variáveis em simultâneo e, desta forma, torna-se pertinente analisar a relação entre elas. Para tal, neste estudo existem três questões que possibilitam, à partida, perceber estas relações. São elas:

1- De que modo o IDE contribuiu para o crescimento do Turismo em Portugal?
2- De que modo o desenvolvimento do Turismo contribuiu para a captação de IDE?
3- De que modo estes dois conceitos têm influência no crescimento económico do país?

O Turismo tem tido um crescimento notório em Portugal e um grande impacto na Economia portuguesa, levando a uma previsão de aumento do PIB de 2,2% em 2018 (Turismo de Portugal, 2017a). Também a abertura cada vez maior do nosso país ao

estrangeiro e as facilidades de trocas comerciais com outros países destacam Portugal como sendo, no ranking "*Doing Business 2018",* elaborado pelo Banco Mundial, o 29º país no Mundo e o 17º na Europa onde é mais fácil começar um negócio, sendo assim apontado como um país a ter em consideração quando as empresas estrangeiras pretendem recorrer ao IDE.

Assim, em primeiro lugar, de modo a responder às questões acima mencionadas, é realizada uma revisão da literatura. De seguida, de modo a analisar as relações existentes entre os conceitos, realizam-se diversas estimações de modelos econométricos. Na revisão da literatura começa-se por explicar o conceito de internacionalização, dada a sua importância, e a sua contribuição para os dois conceitos principais desta dissertação (IDE e Turismo). De seguida, faz-se uma ligação entre os métodos de internacionalização existentes e o IDE, terminando este capítulo com uma explicação acerca do IDE e os métodos utilizados para uma empresa o realizar. No passo seguinte, explica-se o conceito de Turismo e demonstra-se a sua variedade, tendo como objetivo final perceber a sua importância para o crescimento económico. Como se pretende que esta análise seja feita para Portugal, é relevante perceber o comportamento destes conceitos no caso Português. Assim sendo, na secção seguinte são analisados alguns dados sobre o Turismo e o IDE em Portugal. Depois de explicadas e relacionadas as variáveis, dá-se por concluída a revisão da literatura.

Para responder às questões é necessário, como referido anteriormente, realizar um estudo econométrico. Assim, foi necessário encontrar uma amostra e encontrar as variáveis indicadas para obter conclusões acerca da relação. Foram recolhidos dados entre o período de 2000 a 2018 para as variáveis IDE, número de turistas, receitas do Turismo, PIBpc em Portugal e o PIBpc dos cinco principais parceiros (Brasil, Alemanha, Espanha, França e Reino Unido).

Esta dissertação encontra-se estruturada da seguinte forma: em primeiro lugar, encontramos um breve enquadramento teórico acerca da internacionalização e de algumas das suas teorias e características. De seguida, entrando mais assertivamente no tema em si, sucede-se um enquadramento teórico acerca dos principais conceitos desta dissertação: IDE e Turismo. Na análise ao conceito do IDE, podemos encontrar a sua definição e as suas principais características, focando também nos seus principais modos de estabelecimento e dificuldades. No que diz respeito ao Turismo, encontramos nesta dissertação um enquadramento teórico acerca desta matéria, onde importa evidenciar a sua definição e o impacto que este tem nas economias dos países onde possui um papel importante na

dinamização económica. Também é importante referir que existe um capítulo onde podemos encontrar as repercussões de ambos os conceitos em Portugal.

Depois de analisados os conceitos em separado, o passo seguinte é relacioná-los e procurar a importância, a contribuição e causalidade que estes têm entre si, baseando-se na análise de trabalhos empíricos e de estatísticas já existentes. Com o objetivo de encontrar e perceber qual a relação entre estes dois conceitos e o seu impacto no caso Português, efetua-se uma análise quantitativa com a elaboração de um modelo que nos permite encontrar o impacto e perceber de que modo o IDE contribui para o crescimento do Turismo, para além de se compreender de que forma este aumento progressivo do Turismo teve influência na captação de IDE em Portugal. Uma vez que, durante o período analisado (2000-2018), o Mundo sofreu uma das maiores crises da história (2008), para analisar o seu impacto, o modelo é novamente estudado com a inserção da variável *dummy* "crise", permitindo assim uma maior compreensão dos dados obtidos. Contudo, esta análise não é suficiente e, para dar resposta ao objetivo do estudo, recorreu-se a uma nova estimação: desta vez, um modelo autorregressivo para perceber a causalidade entre as variáveis. Seguidamente, são analisados os resultados obtidos através destas estimações, que permitem que as hipóteses sejam ou não validadas.

Na conclusão são apresentados os resultados e as suas conclusões, especificando também quais as suas limitações e o seu contributo. Também se apresentam algumas sugestões para trabalhos futuros acerca deste tema.

2. Revisão da Literatura

2.1. Internacionalização

A internacionalização é um tema de debate constante dentro de uma empresa, por diversas razões. Por um lado, as empresas que alcançam sucesso veem a internacionalização como uma maneira de evoluir e de aumentar os seus lucros, enquanto aquelas que não conseguem ser bem-sucedidas no seu país de origem entendem a internacionalização como uma maneira de diversificar mercados, riscos e uma hipótese de manter a empresa sustentável.

Apesar do termo "internacionalização" não poder ser determinado com clareza, podemos encontrar-lhe várias definições. Assim, a internacionalização pode ser vista como "o processo crescente do envolvimento em operações internacionais" (Welch & Luostarien, 1988, p. 36). Outros autores defendem que este termo se refere "à atitude das empresas em envolverem-se em atividades estrangeiras ou a realização efetiva de atividades no exterior" (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975, p. 306). Meyer (1996), ao longo do seu trabalho, define internacionalização como o "processo pelo qual uma empresa incrementa o nível das suas atividades de valor acrescentado fora do país de origem", tal como Freire (1997) que defende que a "internacionalização de uma empresa consiste na extensão das suas estratégias de produtos-mercados e de integração vertical para outros países, de onde resulta uma replicação total ou parcial da sua cadeia operacional".

Existem, assim, diferentes definições de vários autores sobre o que é a internacionalização e os motivos que levam a que este fenómeno aconteça e que seja cada vez mais recorrente nas empresas espalhadas pelo Mundo. Contudo, é transversal que as empresas tomem esta atitude com o intuito de se tornarem presentes fora do seu país de origem. Na base para essa decisão, podem referir-se quatro principais motivos para as empresas optarem por se internacionalizar. São eles: (i) entrada em mercados externos; (ii) gestão ou reforço de redes de relações; (iii) acesso a recursos produtivos; e (iv) acesso a outro tipo de competências (Simões et al., 2013).

Tendo em conta os recursos necessários para avançar para este processo, a decisão necessita de ser tomada estrategicamente já que esta é uma deliberação fulcral para o crescimento futuro da empresa e, principalmente, para o sucesso nos mercados selecionados. Existem, portanto, vários métodos que podem ser utilizados nesta escolha. Porém, esta precisa de ser uma decisão tomada com bastante prudência pelas empresas pois o

investimento realizado e o método escolhido são determinantes para o seu sucesso ou insucesso fora do país de origem (Agarwal & Ramaswami, 1992).

Existem diversas teorias e modelos de internacionalização: as Teorias Clássicas do Comércio Internacional de Adam Smith (Smith, 1776) e David Ricardo (Ricardo, 1817), a Teoria da Vantagem Competitiva de Michael Porter (Porter, 1990), a Teoria do Ciclo de Vida do Produto (Vernon, 1966), a Teoria do Paradigma Eclético (Dunning, 1988), a Teoria da Internalização (Buckley & Casson, 1976) (Rugman, 1979), a Teoria das Redes Internacionais (Johanson & Mattsson, 1988), o Modelo de Uppsala (Johanson & Vahlne, 1977), a Teoria das Born Global (Rennie, 1993) e das International New Venture (Oviatt e McDougall, 1994), entre outras.

Quando as empresas tomam esta decisão e procuram encontrar a melhor hipótese para se internacionalizar, estas diferentes teorias podem pressupor que as empresas têm o intuito de estabelecer um interesse duradouro numa empresa residente fora do seu país de origem e realizar um investimento nesse país (OCDE, 2008) ou, então, que não há esse investimento fora do país de origem apesar do interesse em se internacionalizarem.

Tendo em conta o âmbito desta dissertação, apenas interessa definir e explicar as teorias que à partida pressupõe um investimento de determinada empresa fora do seu país de origem, como a Teoria do Paradigma Eclético e o Modelo de Uppsala.

Teoria do Paradigma Eclético (Paradigma PLI)

A Teoria do Paradigma Eclético foi concebida com a intenção de oferecer a possibilidade de explicar a internacionalização das empresas e procura associar algumas das teorias anteriores já existentes, como a Teoria das Imperfeições de Mercado (Hymer, 1976), a Teoria da Internalização (Buckley & Casson, 1976) (Rugman, 1979) e a Teoria do Ciclo de Vida do Produto (Vernon, 1966). Dunning (1988) defendia que as empresas deviam ter em conta três vantagens:

- Vantagens de Propriedade (*Ownership advantages*): vantagens específicas de propriedade da empresa relativamente a empresas de outra nacionalidade, posse ou acesso privilegiado a ativos que aumentem a capacidade de criação de riqueza da empresa;
- Vantagens de Localização (*Location advantages*): dizem respeito às vantagens associadas a uma determinada localização (por comparação com o país de origem), que permitem

diminuir custos de transporte, acesso mais fácil às matérias-primas e políticas governamentais mais favoráveis;

- Vantagens de Internalização (*Internalization advantages*): se for mais eficiente ser a própria empresa a explorar a vantagem de propriedade, em vez de utilizar uma solução de mercado.

No início dos anos 2000, o autor considerou necessária uma atualização e reconfigurou esta teoria, acrescentado algumas características devido às alterações políticas e tecnológicas como o *Investment Development Path* (IDP), criação de alianças com empresas estrangeiras sem necessidade de investimento direto estrangeiro, facilidade em adquirir vantagens competitivas através de IDE, entre outras (Dunning, 2001).

Modelo de Uppsala e Modelo de Uppsala Revisto

Neste modelo, a internacionalização de uma empresa, como referido anteriormente, é vista como um "processo em que a empresa gradualmente aumenta o seu envolvimento no mercado internacional". Assim, é "criado um modelo em que a empresa se concentra no desenvolvimento da empresa individual, passando de seguida para a integração e uso do conhecimento acerca do mercado e operações externas no seu crescente compromisso com estes mercados" (Johanson & Vahlne, 1977, p.23).

Este processo é realizado de forma sequencial e tende a seguir os seguintes passos: exportações esporádicas (exportação indireta); exportações através de outros agentes (exportações indiretas); subsidiárias que apenas realizam a venda dos produtos (comerciais); e o último, em que passa a existir, fora do país de origem, uma subsidiária que se dedica à produção e manufaturação.

Estes quatro passos têm especial importância pois permitem que, ao longo do processo, a empresa aumente os seus recursos e tenha um maior conhecimento sobre o mercado estrangeiro (Johanson, & Wiedersheim, 1975).

Com o avançar dos anos e com todas as alterações que a economia e os mercados comportaram, este modelo sofreu alterações por parte dos seus autores, no fim da primeira década de 2000. Assim, no Modelo de Uppsala Revisto, os autores passam a considerar a rede de relacionamentos como um elemento central para a entrada em mercados estrangeiros, tendo um papel fulcral na seleção do mercado e no modo de entrada escolhido. Desta forma, a internacionalização depende da rede e do relacionamento das empresas. Estas

apenas se dirigem para o estrangeiro com base nas suas relações com os parceiros mais importantes e com quem estão mais comprometidas no desenvolvimento dos negócios através da internacionalização (Johanson, & Vahlne, 2009).

Depois de introduzido o conceito de internacionalização e as teorias que as empresas seguem para este processo, é necessário analisar a importância do Turismo e do IDE para este momento fulcral de desenvolvimento das empresas.

2.2. Investimento Direto Estrangeiro

Como resultado da globalização, os mercados tornam-se cada vez mais interligados entre si. Para além disso, também o aumento da facilidade de trocas comerciais entre si assim o permite. O rápido crescimento desta facilidade de integração leva a um aumento do número de empresas no mercado e, portanto, obriga a que estas se desenvolvam e que exista, consequentemente, uma maior atração de investidores externos. Assim, o Investimento Direto Estrangeiro "é um elemento chave para este rápido envolvimento internacional" (OCDE, 2008, p. 14).

O Investimento Direto Estrangeiro (IDE) é definido como "uma categoria de investimento em que o objetivo é estabelecer uma relação longa e duradoura de uma empresa de uma determinada economia noutra empresa fora do seu país de origem. Esta relação pressupõe um significante grau de influência por parte da empresa que investe fora do seu mercado" (OCDE, 2008, p. 17).

Apesar de existirem várias definições, estas acabam por ser bastante idênticas. Por exemplo, estamos perante o fenómeno de IDE quando "uma empresa de um determinado país obtém ativos produtivos num país diferente do seu país de origem, pode envolver a aquisição (ou fusão) de empresas já existentes nesse mercado ou estabelecimento de uma nova instalação" (Lagendijk & Hendrikx, 2009, p. 243).

No caso específico do Investimento Direto Estrangeiro em Portugal, a AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal) define-o como uma "aplicação de capitais efetuada com o fim de adquirir uma posição duradoura, ou mesmo o controlo, numa empresa que exerce a sua atividade no estrangeiro. Um fluxo de investimento direto em Portugal pode corresponder à criação de uma empresa em Portugal por parte de um investidor estrangeiro, caso existe uma aquisição de pelo menos 10% de capital de uma sociedade portuguesa anteriormente existente, ao reinvestimento dos lucros por uma filial da

empresa estrangeira em Portugal ou a operações entre a casa-mãe no estrangeiro e uma filial em Portugal (aumentos de capital, empréstimos diversos, adiantamentos, etc.) " (AICEP, 2018).

Apesar de, à primeira vista, o IDE ser uma forma de internacionalização que leva facilmente ao sucesso, as consequências podem não ser assim tão promissoras. Para uma empresa tomar a decisão de recorrer ao investimento fora do seu país de origem, torna-se necessário ponderar todas as vantagens e riscos a que estas estão inerentes.

Como verificámos anteriormente, existem várias teorias de internacionalização e formas das empresas entrarem nos mercados externos. Contudo, para estas se focarem no IDE, é necessário destacar essencialmente duas teorias, que são aquelas que permitem perceber como é que o IDE pode ser identificado como o melhor método para as empresas se internacionalizarem. Diversos autores que estudam o IDE identificam o Paradigma Eclético de Dunning (1988) como forma de a empresa perceber se o IDE é o método de internacionalização que consegue dar resposta às suas necessidades. Assim, se as três condições seguintes forem cumpridas, o IDE será a melhor opção.

Em primeiro lugar, as vantagens de propriedade, ou seja, as vantagens específicas de propriedade da empresa têm de ser mais competitivas do que as empresas do país para onde se internacionaliza. Estas vantagens dizem respeito a uma maior facilidade na aquisição de certos conhecimentos e capacidade de gestão dos recursos humanos, marketing, métodos de trabalho, progresso tecnológico, sistemas de segurança e códigos de conduta já implementados e custos de transação menores devido ao facto de estarem presentes em determinado mercado.

Em segundo lugar, as vantagens de localização. Como o próprio nome indica, dizem respeito às vantagens trazidas pela atuação de determinada empresa numa economia fora do seu país de origem. Estamos a falar de facilidades no que diz respeito à obtenção de determinados recursos e matérias-primas, custos de transporte e comunicação mais reduzidos, menores barreiras tarifárias e, diversas vezes, a intervenção das políticas legais de cada país e de cada economia.

Em último lugar, as vantagens de internacionalização. Estas dizem respeito à necessidade da empresa querer evitar falhas de mercado como elevados custos de negociação, intervenção dos Governos, etc. Para combater estas dificuldades, a empresa opta por estar presente na economia fora do seu país de origem e controla diretamente todos os seus negócios sem esperar pela intervenção do mercado (Dunning, 2000).

Para os autores Dunning e Lundam (2008) as empresas apenas devem optar por se internacionalizar através do IDE se conseguirem juntar todas estas vantagens. Caso contrário, este não é o método mais vantajoso de entrada num novo mercado.

Tendo em conta o caso específico do IDE, torna-se relevante abordar a Teoria das Redes Internacionais (Johanson & Mattsson, 1988, p. 114) que refere que a "economia contém várias empresas que se encontram interligadas na produção ou distribuição de bens e serviços". Assim, os autores explicam os mercados como "redes de relacionamento entre empresas, em que as mesmas são dependentes uma da outra e as suas atividades necessitam de ser coordenadas" (Johanson & Mattsson, 2015, p. 114).

Apesar deste propósito, as empresas mantêm relações que apenas são ocasionalmente estabelecidas ou que acabam sem qualquer razão aparente. Contudo, o grande interesse das empresas é manter e apostar nas relações duradouras para que estas as possam ajudar no seu crescimento e desenvolvimento (Johanson & Mattsson, 2015). Estas podem estabelecer relações a "nível social, técnico, planeamento, conhecimento ou mesmo a nível de questões legais" (Johanson & Mattsson, 2015, p. 115).

Segundo esta teoria, "a internacionalização das empresas é feita através das relações que estabelecem com outras fora do seu país de origem e estas podem ser alcançadas através da criação de relações com novas empresas, estendendo a produção para estas, para desenvolverem uma posição de aumento de recursos em que elas já são fortes ou, então, uma relação em que ambas sejam fortes no mesmo setor mas em diferentes alturas de produção e podendo, assim, complementar-se" (Johanson & Mattsson, 2015, p. 118). Resumidamente, a vantagem competitiva de uma empresa é medida através dos seus recursos e da sua capacidade de mobilizar e coordenar recursos de outros (fornecedores, clientes, concorrentes, centros de I&D, etc.) (Johanson & Mattsson, 1988).

Com o avançar dos anos e com as alterações que ano após ano afetavam a Economia, os modelos de internacionalização também foram sendo revistos e alterados para conseguirem dar resposta às necessidades das empresas. Assim, como já foi descrito anteriormente, o modelo de Uppsala é fulcral para conseguirmos compreender o IDE, modelo este que sofreu alterações por parte dos seus autores no fim da primeira década de 2000. Completando assim este ponto, o modelo de Uppsala revisto (Johanson & Vahlne, 2009) mantém a base de que o conhecimento do mercado externo é fulcral para a internacionalização das empresas mas passa a considerar a rede de relacionamentos como um elemento central para a entrada em mercados estrangeiros, tendo um papel importante

na seleção do mercado e no modo de entrada escolhido. Assim, as empresas tomam a decisão de se internacionalizar e definem a melhor estratégia tendo em conta as atitudes das empresas que são parte integrante da sua rede de negócios, pois assim podem conseguir aumentar as suas forças e fazer diminuir as suas fraquezas no momento da internacionalização (Johanson & Vahlne, 2009). Estas decidem internacionalizar-se para "economias onde ambas veem oportunidades ou num mercado onde uma delas já tenha uma posição forte" (Johanson & Vahlne, 2009, p. 1425).

A conclusão que se retira da análise a este novo modelo revisto pelos autores é que, para se internacionalizarem, as empresas continuam a utilizar um processo de crescimento continuado e progressivo mas sempre com a base do conhecimento dos mercados externos e das relações económicas que mantêm com os seus atuais ou possíveis parceiros, que podem encontrar no país onde se tentam internacionalizar (Johanson & Vahlne, 2009).

Relacionando estas teorias de internacionalização com o IDE, já se encontra identificado anteriormente que apenas estamos perante um fenómeno de IDE caso exista um investimento com interesse duradouro num mercado fora do país de origem. Assim, através destas duas teorias, é possível perceber quando as empresas alcançam esse objetivo. Quando uma empresa pretende investir fora do seu país, ela pode fazê-lo através da entrada no mercado em conjunto com outra empresa através da formação de uma *Joint-Venture* ou, então, apostar na criação de uma subsidiária a 100% em que esta é controlada inteiramente pela empresa-mãe e se torna uma subdivisão da mesma fora do seu país de origem (OCDE, 2008).

Existem, portanto, diferentes modos das empresas se estabelecerem no mercado através do IDE: investimentos de raiz, *Greenfield*, através de fusão ou aquisição de uma empresa produtiva do país ou cooperar com uma empresa do país através de uma *Joint-Venture* (Raff et. al, 2009).

Assim uma *Joint-Venture* é um "acordo entre duas ou mais partes que se comprometem a realizar um negócio em que ambas partilham lucros e percas, assim como capital e conhecimento. É semelhante a uma parceria; contudo, as *Joint-Ventures* têm a particularidade das empresas não terem intenção de continuar o acordo para além do negócio que estipulam" (OCDE, 2008, p. 237). Normalmente, as empresas optam por este caminho quando o risco associado é maior e é necessário um investimento de capital superior, mas também porque existe uma maior facilidade no acesso ao funcionamento do mercado de trabalho, maior partilha de conhecimentos e de recursos pois, assim, as empresas envolvidas conseguem

dividir o montante a investir, quando o risco de falhar é mais elevado. Contudo, também existem desvantagens nas *Joint-Ventures* pois, ao optar por este método, as empresas estão a partilhar conhecimentos e a repartir ganhos. Posto isto, interesses estratégicos diferentes por parte dos parceiros podem gerar possíveis desentendimentos de gestão.

Estamos perante um investimento de raiz, *Greenfield*, quando as empresas-mãe estabelecem operações num determinado país a partir do zero, ou seja, a empresa pode construir uma unidade de produção, uma loja de vendas, etc. Esta é uma forma de entrada no mercado que permite às empresas obterem o maior grau de controlo das operações no mercado externo. Neste caso, compara-se a uma subsidiária a 100% que resultou de uma fusão ou aquisição de uma empresa já existente no mercado. Contudo, nos investimentos de raiz, as empresas-mãe podem receber mais apoios por parte do país através de medidas de captação de investimento estrangeiro.

Assim, as principais vantagens recaem no facto de, através deste método, as empresas-mãe terem um maior controlo do negócio, da produção, do método de trabalho utilizado, um maior controlo sobre a marca e a imagem passada e a criação de novos postos de emprego no país de destino. As desvantagens prendem-se no facto de, assim, a empresa-mãe correr um risco mais elevado, pois o capital investido é maior e existe a possibilidade das barreiras de acesso ao mercado serem difíceis de transpor. A regulação do Governo também pode ser uma barreira caso este não promova o recurso ao investimento estrangeiro, assim como os possíveis custos fixos elevados no estabelecimento de uma empresa nova na economia de determinado país (CPI, 2020).

Analisando com mais pormenor as possibilidades que as empresas têm quando se internacionalizam recorrendo ao IDE, estas podem fazê-lo através de uma fusão ou aquisição de onde resulta uma subsidiária. Estamos perante uma aquisição quando "existe um negócio entre duas empresas não relacionadas e em que uma delas compra os ativos e as responsabilidades da outra, grande parte das vezes resultam subsidiárias desta transação" (OCDE, 2008, p. 227). Enquanto uma fusão ocorre "quando duas ou mais empresas acordam em se fundir apenas numa para criar sinergias nos negócios" (OCDE, 2008, p. 238). As subsidiárias, resultantes destes processos, podem ser controladas a 100% pela empresa-mãe ou estas terem uma participação maioritária que permite que tenham um maior controlo sob a empresa. Podem ser empresas associadas, em que a empresa-mãe detém entre 10% e 50%, e assim o poder de decisão já se encontra mais repartido. Por fim, estas podem funcionar como "*quasi corporation*", ou seja, são empresas que funcionam em conjunto, com

balanços e contas comuns, que produzem bens e serviços numa determinada economia mas não têm qualquer relação legal nessa mesma economia e que estão separadas das empresas-mãe (OCDE, 2008). De notar que, caso a empresa-mãe não detenha pelo menos 10% da empresa fora do país de origem, a OCDE não a considera como IDE mas como um parceiro comum de negócios (OCDE, 2008).

Existem determinadas características e fatores que influenciam a decisão das empresas se internacionalizarem para determinado país de destino.

Os autores Eicher & Kang (2005) consideram, no seu estudo, que as empresas utilizam o funcionamento do mercado e a sua dimensão, custos fixos associados ao IDE, tarifas, taxas, custos de transporte e competitividade para escolherem o método de entrada no mercado. Enquanto Chang & Rosenzweig (2001) optam por subdividir as razões que levam a escolher determinado tipo de abordagem começando por uma análise aos custos de transação e transporte e, de seguida, tendo em conta os fatores culturais e nacionais típicos de cada país de destino. Mais ao pormenor, englobam-se nestes grupos fatores como o conhecimento do país de destino, da sua cultura, da sua sociedade, dos apoios oferecidos pelos Governos para o investimento estrangeiro, entre outros. Enquanto Mattoo et al. (2004) consideram que as empresas têm de ter em conta a competitividade do mercado, o desenvolvimento da tecnologia e a facilidade com que o mercado de destino tem acesso à mesma.

Assim, conclui-se que existem diversos trabalhos e estudos sobre os fatores a ter em conta para a escolha do método de entrada. Estes fatores diferem de empresa para empresa e variam consoante o tipo de bem ou serviço que a empresa pretende produzir. A escolha do método de entrada tem uma grande importância para a vida da empresa pois tanto pode trazer diversos benefícios como riscos; geralmente, o primeiro método de entrada escolhido leva a que as empresas escolham sempre esse método como forma de se expandir (Chang & Rosenzweig, 2001).

Resultado disto, não existe uma forma 100% eficaz de entrar num mercado e a empresa ter sucesso, pois é necessária uma adaptação ao tipo de produto e ao mercado. No estudo dos autores Xiu et al. (2010), estes concluem que as empresas locais preferem *Joint-Venture* a *Greenfield* se este investimento for uma ameaça para elas, enquanto as empresas-mãe preferem as *Joint-Ventures* ou Fusões, caso os custos fixos associados ao *Greenfield* ou o investimento forem muito elevados. Se o investimento *Greenfield* for muito elevado, os custos fixos forem altos e, caso este também se torne numa ameaça para a empresa local, ambas acordam que a

Joint-Venture é a melhor solução; isto também acontece caso os custos de transações comerciais sejam baixos. Por outro lado, Raff et al. (2009) referem que as empresas têm em conta os custos da exportação do seu produto em relação ao investimento de raiz na economia estrangeira na hora de optar pela fusão ou aquisição. Caso o investimento de raiz seja mais lucrativo do que a exportação, a empresa-mãe vai reduzir o preço que está disposta a pagar por uma fusão ou aquisição, pois as empresas percebem que o investimento de raiz seria o mais vantajoso, e só reduzindo o preço desta aquisição é que poderia compensar. Contudo, estes autores referem que pode existir uma maior dificuldade num acordo para uma *Joint-Venture* entre as empresas e isso pode levar a empresa-mãe a optar por uma fusão ou aquisição se este custo for reduzido. Por outro lado, Mattoo et al. (2004) têm mais em conta o papel do Governo e as facilidades tecnológicas para a escolha do método.

2.3. Turismo

2.3.1. Conceitos Básicos

O Turismo viu um grande desenvolvimento nos últimos 30 anos, beneficiando da evolução da economia, do aumento do poder de compra dos consumidores e dos custos de transporte serem menores. O impacto deste fenómeno na economia dos países é cada vez maior, levando a impactos significantes nos mesmos e contribuindo para uma maior "diversificação da economia, resultado disso os Governos constantemente implementam medidas de desenvolvimento turístico e têm como preocupação melhorar os pontos turísticos do país e descobrir novos" (Barros et al., 2011, p. 141). A cadeia de valor do Turismo permite entender que, aliadas a este, existem várias atividades primárias que são fundamentais para este setor como o desenvolvimento, a distribuição e a venda de produtos específicos, a sua promoção e o marketing em torno destes. Para além destas, também atividades de suporte como o transporte e as infraestruturas, desenvolvimento humano e tecnológico e outros bens e serviços complementares que, apesar do Turismo não ser o seu principal foco, acabam por ter também um papel importante (UNWTOa, 2019).

No ano de 2019, o Turismo, mais propriamente o número de turistas a nível mundial, aumentou cerca de 4%, o que representa o décimo ano de aumento consecutivo. Neste caso, houve um aumento de 54 milhões de turistas do ano de 2018 para 2019 (UNWTOb, 2019). A Europa é o destino mais frequente, seguido da Ásia e, depois, da América.

Antes de continuar a analisar este fenómeno, é fulcral conhecer um pouco mais acerca deste conceito. Assim, o Turismo é definido pela OMT (Organização Mundial de Turismo) como um "fenómeno social, cultural e económico que diz respeito às atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, sendo o lazer predominantemente a maior motivação turística" (UNWTO, 2008, p. 1). As "pessoas" a que se refere a definição dizem respeito aos turistas, ou seja, "visitantes que ficam num determinado local mais de uma noite, ou visitam vários locais durante o mesmo dia, ou seja, uma excursão" (UNWTO, 2008, p.11).

A qualidade do destino turístico também se torna uma chave para este ser competitivo. Esta resulta da satisfação que os turistas têm dos produtos e dos serviços, a segurança, higiene, a facilidade das comunicações, entre outros fatores. Esta competitividade permite também que os países possam aproveitar as suas potencialidades culturais, humanas, etc., para se desenvolverem e crescerem trazendo benefícios não só para os turistas que visitam o país mas também para todos os seus habitantes (UNWTOa, 2019).

Segundo a OMT, existem diversos tipos de Turismo. São eles (UNWTOa, 2019):

- Turismo Cultural: Turismo que tem como motivação aprender, descobrir, experienciar atrações e produtos culturais, seja históricos, de arquitetura, música, etc.
- Ecoturismo: Turismo que tem como principal foco observar, aprender, descobrir e experienciar o meio ambiente, a biodiversidade, etc.
- Turismo Rural: Turismo baseado numa grande variedade de produtos relacionados com a natureza como a agricultura, estilo de vida dos trabalhadores do campo, caracterizado também por se encontrar normalmente distanciado das grandes cidades, numa zona rural.
- Turismo de Aventura: Turismo em que o destino é, geralmente, um local que permita a realização e esteja associado à prática de atividades físicas.
- Turismo de Saúde, de Bem-estar e medicinal: estes três tipos de Turismo estão relacionados com a saúde e com um estilo de vida saudável por parte de quem o pratica, seja por ordem médica e necessária para o tratamento de alguma doença ou simplesmente para manter a saúde ao nível emocional, físico, intelectual, etc.
- Turismo de Negócio: Turismo em que as pessoas se deslocam com fins de trabalho, seja para reuniões, feiras, apresentações de produtos, etc.

- Turismo Gastronómico: Turismo que tem como principal motivação as diferentes experiências culinárias que há no Mundo e que pode, também, estar associado a eventos gastronómicos ou aulas presenciais de culinária.
- Turismo Marítimo: baseia-se no facto dos turistas se deslocarem com o intuito de realizar mergulho, surf, desportos e atividades relacionados com o mar e a costa.
- Turismo Urbano: Turismo realizado apenas em zonas urbanas e cujo intuito é conhecer e analisar a arquitetura, a tecnologia, os produtos e os negócios de determinado centro urbano.
- Turismo de Montanha: este Turismo está limitado a uma zona geográfica apenas montanhosa e é realizado com o intuito de conhecer as diferentes montanhas, o meio ambiente, a natureza e a biodiversidade.
- Turismo de Educação: Turismo que tem como principal motivação experienciar e aprender, que permita um crescimento a nível intelectual e a melhoria das capacidades de quem o realiza. Podem ser viagens de estudo, cursos de línguas, etc.
- Turismo Desportivo: Turismo em que as pessoas se deslocam com o objetivo de participar numa competição desportiva, seja esta profissional ou não.

2.3.2 Importância do Turismo na Economia

O Turismo e toda a sua envolvente tem sido o foco de vários estudos nos últimos anos (Lee & Chang (2008) devido ao seu impacto na economia mundial e ao facto de, em vários países, este setor ser aquele que gera mais emprego (Balaguer & Cantavella-Jorda (2002). Assim, o Turismo Internacional tem vindo a aumentar por anos consecutivos, como já verificámos anteriormente, e, com ele, também a importância do setor do Turismo para diversos países (Oh, 2005).

Contudo, para perceber a relação existente entre o Turismo e o crescimento da Economia, é necessário considerar os fatores que influenciam esta relação, como a atração de turistas internacionais, que contribui para a economia do destino turístico, pois estes podem levar a um ganho na troca de moeda (câmbio), o que obriga a que existam melhores infraestruturas e, consequentemente, uma maior criação de emprego. Existem efeitos diretos como o acréscimo do número de vendas, empregos, receitas fiscais, etc., mas também efeitos indiretos como alterações nos preços dos produtos, aumento da quantidade e qualidade dos bens e serviços disponibilizados, impactos nas taxas, impostos e no meio ambiente (Li et al.

2018). Além disso, uma maior eficiência e produtividade no Turismo leva a que os recursos da economia sejam melhor utilizados e permite que os setores relacionados com o Turismo reduzam os preços e, assim, promover um maior desenvolvimento do Turismo e aumentar a sua competitividade (Li et al., 2018). Também se podem encontrar ganhos em economias de escala que geram oportunidades para os setores que não estão relacionados com o Turismo ou a exportação através de externalidades positivas (Pablo-Romero & Molina, 2013).

Geralmente, se o peso do Turismo na economia for elevado, a economia vai estar mais dependente deste setor. Assim, quando o Turismo sofre variações positivas, este tem um maior impacto nos setores com ele relacionados e, consequentemente, com a economia geral do país (Pablo-Romero & Molina, 2013).

Apesar de tudo, a relação entre o Turismo e o crescimento ainda é inconclusiva, especialmente no que toca ao Turismo Internacional, tendo em conta que este é visto como um grande impulsionador de promoção do país e das suas regiões turísticas devido ao facto deste contribuir com a promoção de emprego, desenvolvimento das infraestruturas, etc.

Li et al. (2018), na sua análise, concluem que, na maior parte das circunstâncias, o Turismo promove e potencia o crescimento económico. Contudo, por vezes também pode provocar choques negativos na economia. Os fatores chave que influenciam o impacto do Turismo na economia são: o trabalho, o capital, a tecnologia, o meio ambiente e, resultado da forma como estes fatores são utilizados, geram-se ganhos ou percas para a economia, como se pode analisar no impacto que este tem na economia externa do país, na captação de IDE, nas taxas de câmbio, no aumento das troca, etc. Também o Governo tem um impacto substancial naquele que pode ser o papel do Turismo na economia, através de políticas que promovam a eficiência deste setor e melhorem a sua competitividade, através de medidas de atração de IDE, subsídios às empresas de Turismo, encorajamento à utilização de tecnologia cada vez mais avançada e, assim, conseguir fomentar o mercado do Turismo. Contudo, para além daquilo que o país pode fazer para melhorar o setor do Turismo, existem fatores da economia externa que o podem afetar positiva ou negativamente como as taxas de câmbio, o interesse dos investidores estrangeiros em realizar IDE, potenciais crises económicas ou financeiras, o número de trocas comerciais e a globalização.

Para Pablo-Romero & Molina (2013), o impacto do Turismo na economia mede-se através do volume do aumento das receitas na economia. Contudo, refere que este impacto do Turismo na economia de um determinado país está relacionado com a dimensão do

mesmo e, a partir daí, existem estudos que dizem que o impacto do Turismo é elevado e outros que revelam que o impacto do Turismo na economia não é tão significativo. Isto deve-se ao facto de que quanto menor for o país, e mais ele especializado no Turismo for, mais impacto vai surgir na economia consoante as variações do Turismo. Este autor refere também que o Turismo é um setor vulnerável devido ao número de variáveis exógenas que o afetam como a estabilidade política, o terrorismo, desastres naturais, epidemias, pandemias e a crise económica mundial.

Lee & Chang (2008) analisam no seu estudo o impacto do desenvolvimento do Turismo na economia a longo prazo, nos países pertencentes à OCDE e nos não pertencentes. Para isso, utilizam o PIB per capita de cada país e os números de desenvolvimento ligados ao Turismo como o valor das receitas, o número de turistas, etc. Os autores concluem, assim, que existem uma relação unidirecional entre o Turismo e o crescimento económico nos países da OCDE em que o aumento deste leva a um crescimento económico, enquanto que nos países não pertencentes à OCDE esta relação é bilateral, ou seja, com o aumento do Turismo estes países têm um crescimento económico e com o crescimento económico do país o setor do Turismo também é atingido.

Depois de analisados alguns autores, é percetível que o impacto do Turismo na economia é real e está presente, de forma geral, em todos os países do Mundo. Assim, é razoável percebermos que o Turismo, geralmente, contribui de forma positiva para a economia mas, para tal acontecer, é necessário que tanto o setor público, setor privado e o próprio Governo giram este setor de modo a conseguirem maximizar os ganhos com o Turismo (Oh, 2005).

3. Caso Português

O objetivo desta dissertação é perceber as relações existentes entre o Turismo e o Investimento Direto Estrangeiro (IDE) e qual o seu impacto na Economia portuguesa. Para ser possível responder a esta questão, é necessário analisar as características tanto do IDE como do Turismo em Portugal. Esta análise será realizada considerando as estatísticas, a evolução, as maiores dificuldades, o potencial e as oportunidades de ambos os fenómenos, entre outros fatores.

3.1. IDE em Portugal

Apesar do conceito de IDE estar presente há imensos anos em Portugal, até ao início dos anos 90 a Economia portuguesa caracterizava-se por uma fraca abertura ao exterior, vivendo numa economia muito fechada sobre si mesma. Devido ao regime que se vivia em Portugal durante grande parte do séc. XX, a Economia portuguesa caracterizava-se por um grande nacionalismo em que as grandes empresas eram detidas pelo Estado. Só com o avançar dos anos, e mais próximo dos anos 80, é que Portugal, com o fim do regime de ditadura, tomou medidas de abertura da economia aos países estrangeiros de forma gradual (Moreira & Dias, 2008).

O Investimento Direto Estrangeiro permitiu que a "Economia portuguesa melhorasse a sua competitividade internacional, particularmente com os países da União Europeia mais próximos de si" (OCDE, 1994, p. 7), sendo que estes se tornaram os seus principais parceiros de negócios. Com este abrir de fronteiras para o mercado e para a economia externa, no início dos anos 90, as áreas onde Portugal poderia apostar e atrair um maior número de investidores estrangeiros eram as seguintes (OCDE, 1994, p. 36):

- Tecnologia da informação, incluindo componentes eletrónicos, equipamentos de escritório e de comunicação;
- Biotecnologia, pois Portugal destacava-se pela sua capacidade de pesquisa nesta área, com grande relevância para os produtos farmacêuticos, testes de equipamento de laboratório, etc.;
- Cerâmicas e plásticos;
- Hospitais e equipamento cirúrgico;
- Fábricas de componentes de automóveis ou produção dos mesmos;

- Turismo.

Portugal era um país altamente regulado pelo Governo e pelas políticas que este tomava. Assim, para as potencialidades do IDE poderem ser aproveitadas, era necessário haver uma liberalização por parte do Governo, criando assim novas oportunidades para os investidores estrangeiros e permitindo que este aumento do investimento estrangeiro levasse a um crescimento económico no país (OCDE, 1994). Contudo, depois da entrada na União Europeia e, principalmente, depois de 1992, o Governo Português tomou medidas de liberalização e daí resultou um progresso substancial no que diz respeito à facilidade de investimento no país. Estas medidas foram tomadas de modo a que Portugal tivesse um maior impacto na Economia da União Europeia e também na economia global (OCDE 1994). Nesta altura, Portugal, para além de ser um país recetor de IDE, tentava crescer como emissor (Moreira & Dias, 2008). Leitão et al. (2011) também referem que Portugal continua como um grande recetor de IDE.

Sendo Portugal uma "pequena economia sujeita a um grande risco de endividamento e constantes ajustes estruturais, está particularmente vulnerável às variações que podem existir nos fluxos de IDE devido a crises económicas ou outras razões estruturais" (Júlio et al., 2013, p. 216). Assim, a insegurança internacional que se vivia no início dos anos 2000 devido ao terrorismo e aos conflitos que daí resultavam, influenciou a retração dos investimentos e os preços do petróleo e, como principal consequência, houve um retrocesso nos mercados energéticos, turísticos e económicos, afetando fortemente Portugal.

É importante destacar que, nesta altura, as principais características do IDE em Portugal, no que diz respeito à captação de IDE, tinham na liderança a indústria transformadora, seguida do comércio e da restauração e, por último, o setor dos serviços (Moreira & Dias, 2008).

Grande parte do IDE em Portugal, durante os anos 90, dizia respeito a empresas que dedicavam a maioria da sua produção à exportação e concentravam-se, então, em dois grandes grupos: "indústrias intensivas em trabalho como roupa, calçado, equipamento eletrónico e indústrias de produção com recursos naturais como cortiça e comida enlatada" (Melo et al., 2015, p. 207). Os mesmos autores revelam que grande parte do IDE em Portugal está presente na zona envolvente de Lisboa, especialmente as empresas capital-intensivas. Contudo, as empresas que são intensivas em trabalho como a agricultura ou a atividade industrial encontram-se espalhadas por diversas regiões do país mas sempre com a particularidade de se encontrarem próximas às duas maiores cidades: Porto e Lisboa (Melo

et al., 2015). Apesar do IDE se encontrar maioritariamente em volta destas duas cidades, não significa que as empresas nas outras regiões não beneficiem das repercussões, pois estas acabaram por inserir na sua produção benefícios retirados do IDE, seja numa melhoria de serviços ou de matérias-primas usadas na produção (Melo et al., 2015). Também Crespo et al. (2009) falam no seu trabalho acerca destes *spillovers*/externalidades que o IDE cria junto da economia, defendendo que quanto mais próximas as empresas domésticas estiverem das empresas multinacionais, também o efeito positivo criado nelas vai ser maior. Crespo et al. (2012) demonstram noutro estudo que os *spillovers* afetam as empresas domésticas através da importância da localização, analisando a proximidade geográfica às empresas multinacionais e o desenvolvimento das regiões onde as empresas domésticas estão inseridas. Os resultados dizem-nos que estas duas características são importantes para a forma como os *spillovers* afetam as empresas, ou seja, quanto mais próxima for a multinacional, maior é a probabilidade de existir uma transferência de tecnologia e de conhecimento para outras empresas. Teixeira & Tavares-Lehmann (2014), no seu estudo, referem que o impacto em relação às externalidades e aos *spillovers* que afetam direta e positivamente o capital humano é mais importante do que as qualificações gerais que passam de empresa para empresa e de setor para setor, ou seja, a presença de multinacionais em Portugal pode contribuir bastante para uma melhoria na qualidade da mão-de-obra.

Atualmente, existe uma terciarização do IDE, sendo que grande parte dos investimentos são feitos em empresas financeiras e de serviços. Apesar disso, continua a existir um grande investimento no setor secundário, principalmente nas empresas em que a sua produção é dedicada à exportação, grande parte em empresas de mecânica ou de manufaturação com produtos de metal. Apesar de pouco impacto, a agricultura também acaba por ter um papel preponderante em algumas empresas (Melo et al., 2015).

Portugal encontra-se atrasado em relação aos restantes países da UE no que diz respeito ao IDE e é importante, por isso, reformular e apresentar políticas que consistam na promoção da independência das instituições financeiras, diminuição da corrupção e desenvolvimento da transparência e a burocracia associada a este fenómeno, como os impostos e as taxas associadas às empresas multinacionais que investem no país, para que deste modo seja possível tornar Portugal mais competitivo (Júlio et al., 2013). Também Teixeira & Tavares-Lehmann (2014) referem a importância das políticas tomadas pelo Governo, sendo que estas devem promover a manutenção das empresas multinacionais e serem capazes de atrair novos investimentos. As políticas relacionadas com a educação e o

aperfeiçoamento dos recursos humanos também necessitam de ser implementadas, de modo a este poder ser um fator de diferenciação.

Com a globalização e a facilidade de trocas comerciais entre países, a presença do IDE em Portugal tem vindo a aumentar, sendo que em 2019 o peso no PIB do IDE já eram 3,5%, sendo que este crescimento tem-se verificado durante a última década, posteriormente à crise de 2008. Os estudos realizados sobre o papel deste fenómeno na Economia portuguesa permitem-nos avaliar o impacto que o IDE teve e tem na mesma e quais as variáveis que refletem esta relação.

Leitão & Faustino (2010) analisam esta relação com base no PIB per capita, na dimensão do mercado, na abertura comercial, custo do trabalho, distância geográfica e na inflação. Concluem que, excetuando a inflação, todas as outras variáveis contribuem para o aumento do IDE e para um posterior crescimento económico do país.

Leitão et al. (2011), no seu estudo, têm como principal objetivo perceber a relação entre o Investimento Direto Estrangeiro, o desenvolvimento dos mercados financeiros e o crescimento da economia no longo prazo. Os autores demonstram que existe um impacto positivo do IDE e dos mercados financeiros no crescimento da economia, sendo importante referir que, quanto maior for o impacto direto ou indireto do IDE no desenvolvimento dos mercados financeiros, maior será o crescimento económico. Assim, é possível que esta relação a longo prazo se torne ainda mais proveitosa com o papel do Governo. Sendo que os autores defendem que com políticas de atração de IDE para este setor as vantagens são notórias, pois para além de aumentar o IDE, também poderão existir ganhos noutros setores importantes para o desenvolvimento da economia. É importante referir que, tal como noutros estudos, os autores concluem que "a inflação abranda o crescimento da economia em Portugal" (Leitão et al., 2011, p. 9).

Melo et al. (2015) analisam no seu trabalho o IDE, a sua distribuição e o impacto a nível regional, sendo que consideram que o IDE teve um papel chave no desenvolvimento da Economia portuguesa em alguns momentos. Contudo, podem ser tomadas ainda algumas medidas para corrigir determinadas falhas e contribuir para este impacto se tornar mais relevante.

Leitão & Rasekhi (2013), no seu trabalho, analisam também o impacto do IDE no crescimento económico, juntamente com a variação do PIB per capita e da inflação, concluindo que, efetivamente, o IDE tem um papel importante no crescimento da economia através da estimulação da competitividade, a melhoria da mão-de-obra de trabalho,

desenvolvimentos dos processos de gestão e processos tecnológicos das empresas e, através disto, conseguir desenvolver os mercados levando a um crescimento económico. Também é de notar que a inflação acaba por abrandar o crescimento económico.

Andraz & Rodrigues (2010) estudam a relação entre as exportações, o investimento direto estrangeiro e o crescimento económico em Portugal. No curto-prazo, uma maior abertura da economia e o aumento das exportações não garante um imediato crescimento económico, pois é necessário ser feito com qualidade e nem sempre isso acontece. No longo prazo, existe uma relação positiva entre as variáveis, pois quanto maior for o número de exportações e o aumento do IDE, o crescimento da economia vai ser mais elevado. Devido ao facto de Portugal fazer parte da União Europeia, existe uma grande interdependência entre os membros e os negócios que realizam entre eles, o que pode resultar numa rampa de lançamento para um crescimento do IDE e das relações comerciais com os restantes membros, mas também *spillovers*, externalidades, transferência de tecnologia e de capital, etc. Os autores referem também a importância das políticas governamentais, e estas não só devem promover uma abertura da economia como também atenuar as barreiras tarifárias, entre outras taxas e impostos, podendo daí resultar uma maior captação de IDE. Sendo que Portugal tem uma mão-de-obra bastante qualificada e com vasto conhecimento, principalmente na área das finanças e da tecnologia, e com um custo menor do que em diversos países, este pode ser um fator de atratividade para os investidores estrangeiros.

Depois de analisar a literatura, é possível perceber que o Investimento Direto Estrangeiro teve um impacto bastante significativo para o crescimento económico do país. Contudo, existem falhas e fatores que levam a que as potencialidades não sejam exploradas como seria possível. Criar condições para que a atratividade aumente não é possível mas existem condições para melhorar aquelas que já estão presentes. O futuro do IDE em Portugal, e dada a sua importância, passa por potenciar essas condições como "o aumento da despesa total em I&D, aumento da população ativa em atividades relacionadas com o I&D, aumento do financiamento para empresas que se dediquem ao I&D, incentivos fiscais, boas infraestruturas, políticas vocacionadas para o aumento da competitividade, estabilidade económica e política, de modo a poder diminuir a diferença tecnológica e económica que existe entre Portugal e os restantes países europeus" (Moreira & Dias, 2008, p. 39).

No que diz respeito à produtividade, Portugal apresenta valores demasiados baixos e é necessário que as empresas criem maior riqueza e que sejam mais competitivas para existir um maior bem-estar social e económico. A nível de ensino, Portugal apresenta um baixo

nível de escolaridade quando comparado com os restantes países da UE e, apesar de existir profissionais bastante competentes e valorizados, melhorando a formação e o ensino técnico e profissional, é possível aumentar a atratividade para as empresas estrangeiras. Em relação à inovação tecnológica, também é importante um crescimento, de modo a que as empresas aumentem o seu investimento em I&D, criem novos produtos e serviços e melhorem a sua forma de gestão, entre outros (Moreira & Dias, 2008).

Como referiram diversos autores, a importância do Governo em promover medidas que reduzam a corrupção e as burocracias, com o objetivo de facilitar a entrada de novos investidores em Portugal, é bastante importante, sendo que a nível de políticas industriais Portugal revela grandes lacunas.

3.2. Turismo em Portugal

O Turismo é "um dos principais setores em termos económicos para os países desenvolvidos ou em vias de desenvolvimento" (Ramos & Costa, 2017, p. 21) e Portugal não é exceção. Em Portugal, este crescimento tem sido constante ao longo dos anos, sendo que em 2018 houve um crescimento de 7,5% face ao anterior, do número de chegadas de turistas não residentes (INE, 2019).

Em 2018, Portugal foi o 12º destino mais competitivo do Mundo, encontra-se na 17ª posição mundial em chegada de turistas e na 20ª posição mundial em receitas turísticas. Relativamente ao impacto na Economia portuguesa, em 2018 as receitas provenientes do Turismo tiveram um peso de 8,3% no PIB, de 18,7% nas exportações globais, de 51,1% nas exportações de serviços e de 29,5% nas exportações de bens. As atividades ligadas ao Turismo como o alojamento e restauração empregaram 238,5 mil habitantes o que corresponde a 6,7% do total da economia. Os principais destinos foram a Área Metropolitana de Lisboa (29,9%), o Norte (20,9%) e o Algarve (18,7%), sendo importante referir que em 2018 foram ultrapassados os 25 milhões de hóspedes, sendo que cerca de 15 milhões eram estrangeiros, sendo os principais emissores de turistas o Reino Unido, Alemanha, Espanha, França e Brasil. Em relação às receitas turísticas, houve um crescimento de 8,3%, ascendendo aos 16,8 mil milhões de euros (Turismo de Portugal, 2018a).

O ano de 2017 acabou também por ter um impacto bastante positivo no Turismo, registando-se uma diminuição da sazonalidade, resultando daí um crescimento acentuado durante as épocas baixa e média. Registou-se um aumento de 15% do emprego no

alojamento, restauração e similares. Estes resultados permitem evidenciar a grande capacidade e o potencial do Turismo para criar mais receita, mais emprego e ter um maior impacto na economia de Portugal (Turismo de Portugal, 2018b).

Em Portugal, a entidade responsável pelo Turismo é o Turismo de Portugal, I.P., que se encontra integrado no Ministério da Economia, sendo que esta instituição tem como missão: "a promoção interna e externa de Portugal como destino turístico, qualificação e desenvolvimento das infraestruturas turísticas, desenvolver a formação de recursos humanos do setor e apoio ao investimento no setor do Turismo" (Turismo de Portugal, 2018b, p. 14). Para ser possível a promoção e o desenvolvimento de Portugal como destino turístico, é necessário tomar medidas. Neste campo, Portugal promove-se através da participação em feiras de Turismo internacionais, de campanhas de comunicação nacionais e internacionais, de promoção através de vídeos, entre outros (Turismo de Portugal, 2018b). A importância da marca do destino turístico tem vindo a aumentar e é vista como sendo fundamental para "uma maior captação de turistas, desde a imagem, a identidade, o valor, a reputação, todos os fatores influenciam e são essenciais para uma promoção positiva do destino turístico e assim cativar um maior número de turistas. Sendo que tão importante como promover o destino é a forma como a marca é gerida" (Moreira, 2018, p. 10).

3.2.1. Desenvolvimento do Turismo em Portugal

O setor do Turismo em Portugal é apontado "frequentemente como tendo um papel estratégico no desenvolvimento económico e social" (Milheiro & Santos, 2005, p. 119).

Em Portugal, o Turismo é visto "como um dos motores da economia nacional. Sendo que as previsões são de crescimento baseado nos fatores que diferenciam o país como a sua singularidade de cultura e tradições, a população hospitaleira, a gastronomia e o clima ameno" (Ramos & Costa, 2017, p. 32). Contudo, só a partir da sua entrada na União Europeia é que Portugal reforçou a posição de destino turístico prestigiado e a ideia de que o Turismo era um fator fundamental para o desenvolvimento. A partir deste momento foi concebida a ideia de que este levaria a um aumento da qualidade de vida da população, resultado disso um pouco por todo o país gerou-se uma maior promoção do Turismo, resultando uma maior criação de emprego (Milheiro & Santos, 2005).

No início dos anos 2000, Portugal enfrentava um problema no desenvolvimento do Turismo devido a fatores relacionados com o setor privado como empresas de pequena

dimensão geridas por familiares, pouca formação e *know-how* desadequado no que diz respeito à inovação tecnológica. Assim, os autores concluíram que tendo o Turismo um papel estratégico na economia é necessário um apoio institucional, através de medidas que incentivem à inovação, formação profissional, entre outras (Milheiro & Santos (2005).

O Turismo é um setor particularmente vulnerável às oscilações da economia e, sendo Portugal uma economia pequena, pode correr o risco de ser mais afetada por estas oscilações. Os fluxos de Turismo têm comportamentos diferentes consoante o estado da economia e das finanças de cada país. No caso de Portugal, esta relação entre o Turismo e o contexto económico faz com que em períodos de recessão dos principais países emissores haja uma diminuição nos fluxos de Turismo, ao contrário do que acontece em períodos de expansão económica em que os fluxos de Turismo aumentam (Andraz & Rodrigues, 2016).

Serra et al. (2014) analisam como fatores determinantes para as variações do Turismo: o PIB per capita, a taxa de desemprego, o índice harmonizado de preços no consumidor (IHPC) e o consumo das famílias. Concluem que, excetuando o Índice de Preços no Consumidor, todas as variáveis explicam e têm um impacto significativo no crescimento do número de turistas do país e consequente crescimento do mesmo. Referem também que Portugal tem uma vasta gama de diferentes produtos turísticos, o que permite ao país ter bastantes mercados e atrair um vasto número de turistas. Contudo, o comportamento difere de região para região consoante a dimensão do mercado.

Em relação às assimetrias regionais, Andraz et al. (2015) analisam as regiões onde o Turismo gera mais efeitos e também onde o seu impacto é maior. Este estudo tem em consideração o número de dormidas, o investimento, o emprego e a produção em cada uma das regiões do país. Para além do crescimento económico, o Turismo também contribui para uma diminuição das assimetrias regionais. Porém, isto é apenas possível com uma gestão e um bom aproveitamento das regiões turísticas com maior potencial. No estudo pode-se concluir que a área Metropolitana de Lisboa concentra grande parte do Turismo, contudo há uma redução da diferença entre as outras regiões, sendo também importante referir que é usual as regiões terem benefícios não só do aumento do Turismo daquela região mas também do aumento do Turismo das regiões mais próximas. Os autores referem que a implementação de medidas por parte do Governo que estimulem o Turismo através de incentivos à criação de emprego, aumentando o investimento privado nas regiões que geram menos benefícios, contribuem para uma diminuição destas assimetrias regionais, afetam positivamente o crescimento económico e promovem uma coesão a nível nacional.

Apesar da região de Lisboa gerar bastantes benefícios a nível nacional, maioritariamente estes benefícios apenas afetam a própria região, sendo assim necessário uma maior consciência por parte do Governo de modo a que as assimetrias entre regiões não se tornem maiores e estas possam aproveitar os benefícios do aumento do Turismo a nível nacional (Andraz et. al, 2015).

Daniel (2010) escreve sobre a caracterização do Turismo em Portugal com principal foco na sua importância económica, nos países emissores, nos produtos turísticos, na sazonalidade e a procura turística de novos mercados, começando por referir que para além do impacto na balança de pagamentos, no PIB, na criação de emprego e atração de investimento, este é também um motor para o desenvolvimento de outras atividades económicas.

Destas características avaliadas, é importante explicar a sazonalidade, tendo em conta que Portugal não foge à regra e esta é uma das principais características. Contudo, esta tem vindo a diminuir. Apesar disso, contribui bastante para um aumento do emprego quando estamos na "época alta" do Turismo. Como já referido noutros estudos, (Andraz & Rodrigues (2016), Portugal depende bastante dos seus principais países emissores de turistas como a Alemanha, Espanha, França, Holanda e Reino Unido já que estes englobam mais de metade dos turistas que entram em Portugal.

Para terminar a análise do Turismo em Portugal, será analisado o Plano Estratégico definido pela autoridade que controla o Turismo, o Turismo de Portugal, I.P., chamado de "Estratégia Turismo 2027". Este plano tem como objetivos proporcionar um quadro estratégico nos próximos dez anos para o Turismo nacional, assegurar a estabilidade quanto às opções estratégicas para o Turismo nacional, promover uma integração das políticas setoriais e gerir uma articulação entre os vários agentes do Turismo.

TABELA 1 - ASPETOS POSITIVOS E NEGATIVOS DO TURISMO EM PORTUGAL

Aspetos Positivos	Aspetos Negativos
Território e Recursos Turísticos mais qualificados	Capitalização das empresas
Infraestruturas de suporte ao desenvolvimento	Qualificação dos Recursos Humanos
Crescimento em vários indicadores da procura turística	Rendimento dos trabalhadores no Turismo
Oferta de alojamento mais qualificada	Burocracia e custos do contexto

Novas formas de alojamento e de animação turística	Digitalização da oferta turística
Empreendedorismo criativo em crescimento	Sazonalidade
Aumento da oferta de atividades de animação turística	Assimetrias Regionais
Reconhecimento e prémios internacionais em diversas áreas do Turismo português	Informação sobre Portugal nos mercados externos
Acréscimo de ligações aéreas	Trabalho em rede e promoção conjunta
	Sustentabilidade do destino e das empresas

Elaboração própria – Fonte: Estratégia Turismo 2027

Face a esta análise, e com o objetivo de atenuar as fraquezas e melhorar o Turismo em Portugal, em 2016 foram tomadas medidas com o objetivo de: promover competitividade aérea e a diversificação dos mercados, responder às dificuldades financeiras das empresas turísticas e ao baixo nível de autonomia financeira, dinamizar o investimento, qualificar, capacitar e diversificar a oferta, gerar novas procuras e atratividade ao longo do ano, incentivar a inovação e empreendedorismo no setor do Turismo e qualificar e valorizar os recursos humanos.

Neste plano estratégico, encontramos uma Matriz SWOT do Turismo em Portugal, que permite analisar quais as potencialidades, as fragilidades, as ameaças e as oportunidades do mesmo.

Começando pelas potencialidades, conseguimos identificar como principais: a localização geoestratégica, clima ameno (luz, sol e mar), diversidade e elevado valor do património histórico-cultural, hospitalidade, relação qualidade-preço, segurança, gastronomia.

Em relação às fragilidades podemos identificar como principais: sazonalidade, quadro económico-financeiro frágil e empresas pouco capitalizadas, défice de informação sobre a oferta, insuficiente presença das empresas no Mundo digital, falta de conhecimento e informação sobre a atividade turística, insuficiente presença de marcas internacionais, baixo nível de qualificações e rendimentos baixos dos profissionais do Turismo, assimetrias regionais.

As principais ameaças são: aumento da pressão sobre destinos e recursos, dificuldade de afirmação e desenvolvimento do destino Portugal enquanto mercado europeu perante o crescimento da procura por destinos fora da Europa, alterações climáticas, crescimento de

fenómenos de insegurança, crescimento económico incerto dos países emissores e políticas protecionistas.

Em relação às oportunidades: abertura de ligações diretas a novos mercados (China, por exemplo), captação de investimento internacional, emergência de novas formas de captação do Turismo, reconhecimento político e mobilização interinstitucional para o desenvolvimento turístico do país, alterações dos padrões de consumo e motivações, etc.

Esta estratégia e esta avaliação foram realizadas com o objetivo de tornar Portugal num destino cada vez mais competitivo tendo em conta o constante crescimento do Turismo a nível mundial, mas tendo em conta as mudanças internacionais e no ambiente tecnológico. Resumidamente, os desafios para esta estratégia e para o crescimento do Turismo estão relacionados com:

- Pessoas: promovendo o emprego e uma maior qualificação.
- Coesão: alargando a atividade turística a todo o território diminuindo as assimetrias.
- Crescimento em valor: crescimento mais acelerado em receitas vs. Dormidas.
- Turismo durante todo o ano, diminuindo a sazonalidade e tornar o Turismo sustentável.
- Acessibilidades: promover a mobilidade dentro do território e garantir as acessibilidades ao mesmo.
- Procura: atingir os mercados que permitam alargar o Turismo durante todo o ano e em todo o território.
- Inovação: estimular a inovação e empreendedorismo.
- Sustentabilidade: assegurar a preservação e a valorização económica do património cultural e natural.
- Simplificação: simplificar a legislação e tornar mais fácil a administração.
- Investimento: garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

Alcançando estes objetivos, torna-se possível ter Portugal como destino sustentável, com um território coeso, destino inovador e competitivo, em que o trabalho é valorizado. Um destino não só para visitar mas também para estudar, viver e investir, aberto e ligado ao Mundo, com um papel mais ativo no Turismo Internacional. Para lá chegar, Portugal dispõe de vários ativos importantes como as pessoas e a sua hospitalidade, o clima, a luz, a história, a cultura, a identidade, o mar, a natureza, a água, a gastronomia, vinhos, eventos artísticos e culturais, etc.

Portugal conta com diversos recursos turísticos, sendo importante referir quais os pontos de Turismo mais importantes. Assim sendo, na Região Norte as principais atrações turísticas são: a cidade do Porto, as caves de Gaia e do Vinho do Porto, as cidades históricas (Guimarães, Viana do Castelo, Braga), parques naturais (Peneda-Gerês), património arqueológico (Foz Côa), a gastronomia e os vinhos. Na Região Centro, as principais potencialidades são: as cidades de Coimbra e Fátima, templos, castelos e mosteiros, cidades e aldeias históricas, serras e grutas (Serra da Estrela), gastronomia. Na Região de Lisboa podemos encontrar as cidades de Lisboa, Sintra e Cascais, templos, castelos, palácios e mosteiros, museus e monumentos, centros de congresso, praias atlânticas e porto de cruzeiros, parques naturais (Sintra e Arrábida). Na zona do Alentejo: a cidade de Évora (património mundial), castelos e fortalezas, património arqueológico e arquitetónico, aldeias típicas, praias atlânticas, gastronomia e vinhos. Em relação ao Algarve: as praias e falésias, campos de golfe, marinas e a diversidade de oferta hoteleira. Para além de Portugal Continental, também ambas as regiões autónomas são pontos turísticos importantes. A Região Autónoma dos Açores tem como atração a paisagem e natureza diversificada pelas 9 ilhas, a vida marinha e marítima, falésias e vulcões, vinhas de património mundial (Pico), as lagoas (Lagoa das Sete Cidades) e também a gastronomia. Por último, a Região Autónoma da Madeira apresenta também uma vasta diversidade de atrações como: a cidade do Funchal, natureza (flora bastante diversificada), praia de Porto Santo, diversos portos e marinas, oferta hoteleira de vasta qualidade e a gastronomia (Turismo de Portugal, 2020).

4. Considerações metodológicas

4.1. Especificação do modelo

Para avaliar as relações existentes entre o IDE, o Turismo e o crescimento da economia em Portugal, será utilizada uma metodologia quantitativa através de um modelo econométrico com dados temporais que permita estudar a relação entre as variáveis, no período entre os anos de 2000 e 2018. Como referido anteriormente, existem poucos estudos científicos sobre este tema e relação e, como tal, baseado nos trabalhos de Alam et al. (2015) e Tang et al. (2007), e usando estes como referência para a especificação do modelo econométrico, este pode ser especificado pela seguinte equação:

$$\boldsymbol{IDE} = f(nºdeTuristas, \text{ReceitasTurismo}, PIBpcPT, PIBpcBR, PIBpcAlemanha, PIBpcEspanha, PIBpcFrança, PIBpcUK)$$

E o modelo definido pela seguinte equação:

$$\boldsymbol{IDE_t} = \beta_0 + \beta_1 nºdeTuristas_t + \beta_2 ReceitasTurismo_t + \beta_3 PIBpcPT_t + \beta_4 PIBpcBR_t + \beta_5 PIBpcAlemanha_t + \beta_6 PIBpcEspanha_t + \beta_7 PIBpcFrança_t + \beta_8 PIBpcUK_t + u_t \text{ , t = (2000…2018)}$$

Os modelos devem ser lineares. Assim, de forma a linearizar o modelo, aplicam-se logaritmos:

$$\boldsymbol{l_IDE_t} = \beta_0 + \beta_1 l_nºdeTuristas_t + \beta_2 l_ReceitasTurismo_t + \beta_3 l_PIBpcPT_t + \beta_4 l_PIBpcBR_t + \beta_5 l_PIBpcAlemanha_t + \beta_6 l_PIBpcEspanha_t + \beta_7 l_PIBpcFrança_t + \beta_8 l_PIBpcUK_t + u_t, \text{ t = (2000…2018)}$$

4.1.1. Estacionaridade

As variáveis devem ser introduzidas no modelo como estacionárias, partindo do pressuposto essencial de que numa análise de regressão múltipla as séries temporais utilizadas sejam

estacionárias, para que as inferências estatísticas e as previsões sejam válidas. Para tal, recorre-se ao Teste KPSS para testar a estacionaridade.

Este teste KPSS, funciona da seguinte forma:

$$H_0 = Série\ estacionária$$
$$H_1 = Série\ não\ estacionária$$

Quando o valor do p-value é superior a 0,05, não rejeitamos a hipótese nula, logo a série é estacionária. Como demonstrado no teste KPSS no anexo 1, quando realizamos o teste para os logaritmos das variáveis, existem variáveis que rejeitam a hipótese nula pois o p-value é inferior a 0,05, como o número de turistas, as receitas do Turismo, o PIBpc do Brasil, o PIBpc da Alemanha, o PIBpc de França e o PIBpc do Reino Unido.

Como as variáveis não são todas estacionárias, é necessário corrigir este problema e, para tal, é necessário acrescentar as primeiras diferenças e voltar a realizar o teste. Como demonstrado na tabela do anexo 1, quando o teste é realizado para as primeiras diferenças dos logaritmos das variáveis, estas são todas estacionárias. Portanto, podemos concluir que todas as variáveis são integradas de ordem 1, ou seja, estacionárias em primeiras diferenças.

Assim, o modelo utilizado para a regressão é o seguinte:

$$\boldsymbol{d_l_IDE_t} = \beta_0 + \beta_1 d_l_nºdeTuristas_t + \beta_2 d_l_ReceitasTurismo_t + \beta_3 d_l_PIBpcPT_t + \beta_4 d_l_PIBpcBR_t + \beta_5 d_l_PIBpcAlemanha_t + \beta_6 d_l_PIBpcEspanha_t + \beta_7 d_l_PIBpcFrança_t + \beta_8 d_l_PIBpcUK_t + u_t,$$
$$t = (2001 \ldots 2018)$$

TABELA 2 - DESCRIÇÃO DAS VARIÁVEIS E RELAÇÃO ESPERADA

Variável	Fonte	Descrição	Relação Esperada com o IDE
IDE (Preços constantes 2010)	World Bank	Investimento Direto Estrangeiro em Portugal	

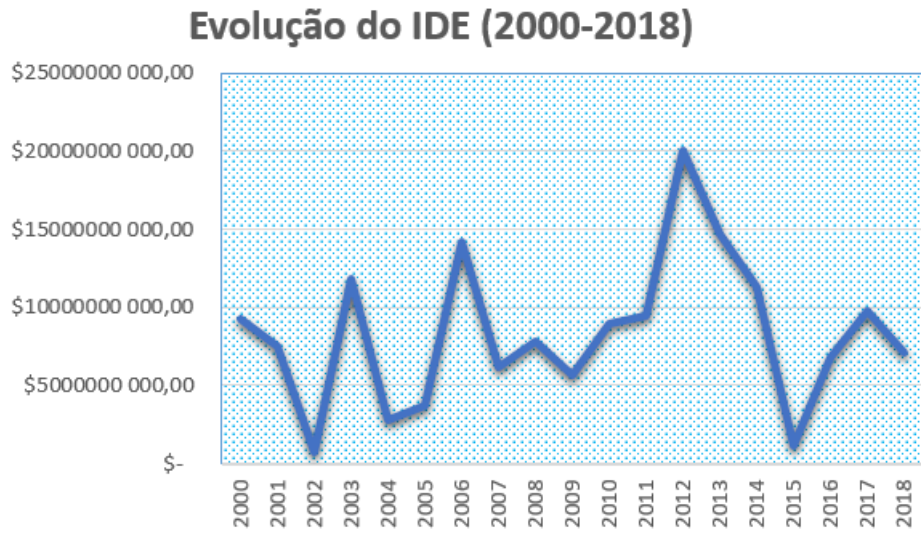
Nº de Turistas	World Bank	Número de Turistas Estrangeiros em Portugal	Positivo
ReceitasTurismo (Preços constantes 2010)	World Bank	Receitas proveniente do setor do Turismo	Positivo
PIBpcPT (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de Portugal	Positivo
PIBpcBR (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de Brasil	Positivo
PIBpcAlemanha (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de Alemanha	Positivo
PIBpcEspanha (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de Espanha	Positivo
PIBpcFrança (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de França	Positivo
PIBpcUK (Preços constantes 2010)	World Bank	PIB per capita de Reino Unido	Positivo

4.1.2. Variável Dependente – IDE (Investimento Direto Estrangeiro)

O Investimento Direto Estrangeiro tem vindo a aumentar cada vez mais a sua importância para o desenvolvimento económico dos países como referem Melo et al., (2015) e Leitão & Rasekhi (2013) nos seus estudos. Deste modo, tem sido cada vez mais utilizado por diversos autores em estudos relacionados com o crescimento económico de diversos países como Tiwari (2011) e Sokhanvar (2019). Devido à sua natureza e ao facto deste conceito estar ligado a uma maior abertura generalizada das economias mundiais, é utilizado por diversos autores, tanto como variável independente, como dependente, para explicar as relações existentes entre o IDE e o Turismo como Alam et al. (2015) e Tang et al. (2007). Como o

objetivo deste estudo é perceber o comportamento deste em Portugal, a variável IDE apenas diz respeito ao investimento realizado por entidades estrangeiras no país (*net inflows*). O IDE é um impulsionador do Turismo uma vez que permite que os investidores forneçam e ajudem a desenvolver uma capacidade turística que muitas das vezes falta ao país, através da construção de mais e melhores hotéis, atrações turísticas e melhoria das vias de comunicação, resultando assim um maior estímulo que permite ao país tornar-se num destino turístico mais apetecível e, consequentemente, acomodar um maior número de visitantes. Através da figura 1 podemos perceber a variação dos fluxos de IDE em Portugal durante o período de 2000-2018.

FIGURA 1 - EVOLUÇÃO DO IDE (2000-2018)



Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra

Através da análise da figura 1, podemos verificar a evolução do IDE realizado em Portugal durante 18 anos, no período entre 2010 e 2018. No ano 2000, o valor do IDE era de 9286083964,14 dólares baixando significativamente no prazo de dois anos apenas para o valor de 692330785,13 dólares. Desde este pico negativo, em 2002, até ao ano de 2006, a tendência foi crescente, alcançando o valor de 14156605998,19 dólares, o mais alto até então no período em análise. Contudo, com o avistar da crise económica vivida entre o final e o início da década, também o investimento estrangeiro em Portugal se retraiu baixando drasticamente entre os períodos de 2007 e 2011, atingindo o mínimo de 5664174540,81 dólares em 2009, quando se sentia o forte impacto da crise económica. Do ano de 2011 para

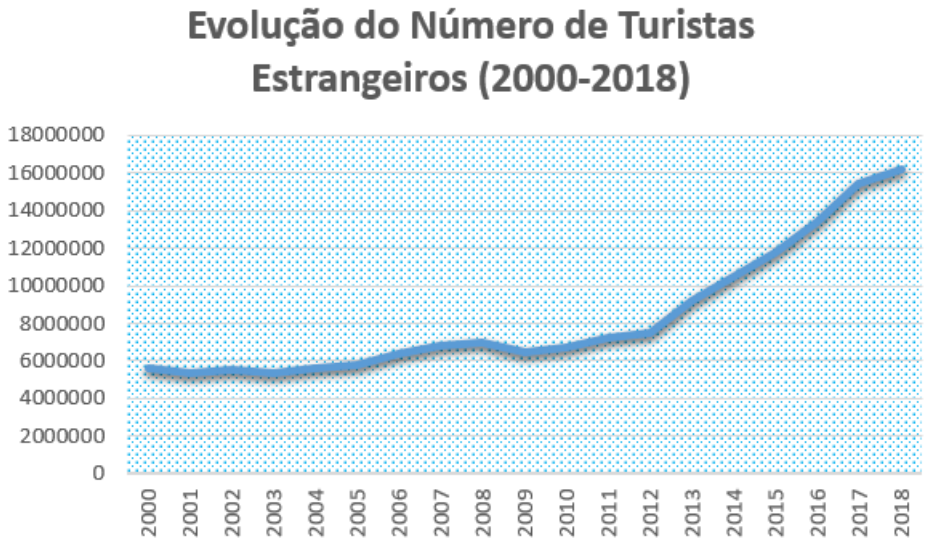
2012, assistimos ao maior crescimento deste valor passando de valores de 9474955714,99 dólares em 2011 para 20085276956,07 dólares em 2012, atingindo assim o valor mais elevado de investimento direto estrangeiro em Portugal durante os 18 anos em análise. Em contraste a este crescimento, nos 3 anos seguintes este valor decresceu novamente, atingindo o valor de 1186456465,82 dólares em 2015. Sendo que a partir deste ano e até 2018, a tendência tem sido crescente, atingindo o valor de 7088954216,99 dólares em 2018.

4.1.3. Variáveis Explicativas

4.1.3.1. Número de Turistas

Relativamente a esta variável, ela apenas inclui o número de turistas estrangeiros (chegada) e não os turistas do próprio país (que se deslocam dentro do mesmo), tal como acontece nos estudos de Tang et al. (2007), Craigwell & Moore (2008) e Ravinthirakumaran et al. (2019). O facto dos investidores estrangeiros viajarem e experimentarem em primeira mão o ambiente do país que estão a visitar, é uma enorme vantagem para obter informações sobre as possíveis oportunidades de investimento existentes (Fereidouni & Al-mulali, 2014).

FIGURA 2 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE TURISTAS ESTRANGEIROS



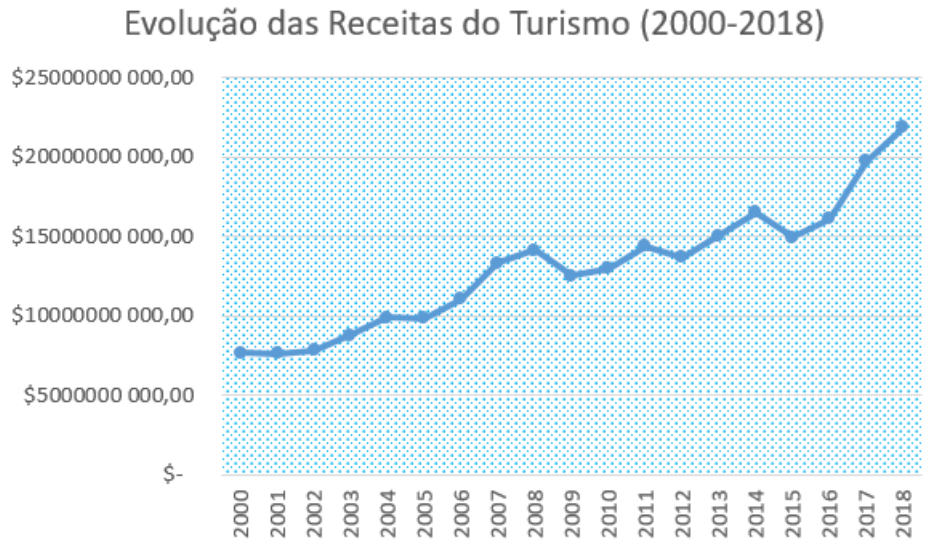
Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra

No que diz respeito ao número de turistas estrangeiros em Portugal, a tendência é bastante positiva sendo que no prazo de 18 anos este valor triplicou, tendo em conta que no ano de 2000 o número de turistas era de apenas 5599000 milhões de turistas e, em 2018, este valor era de 16186000 milhões de turistas. Apesar da crise económica mundial vivida em 2008, o constante aumento do número de turistas estrangeiros não se retraiu, podendo isto justificar-se pelo baixo custo de vida e preços em Portugal, comparando com outros destinos turísticos mais caros. Apesar de, entre o período de 2000 a 2012, a tendência ser crescente, apenas a partir de 2013 estes valores dispararam drasticamente. Este crescimento exponencial poderá justificar-se pelo fim da crise económica e por um maior reconhecimento de Portugal como destino turístico, assim como pelos investimentos mais avultados por parte do país neste setor.

4.1.3.2. Receitas do Turismo

Não seria possível obter uma informação fidedigna ou, pelo menos, mais credível e detalhada, sem analisar os proveitos económicos trazidos ao país por intermédio de atividades turísticas, mais propriamente as receitas provenientes do Turismo. Sokhanvar (2019) desenvolve o seu trabalho muito em volta desta variável, onde refere que o crescimento económico é influenciado por estas receitas em alguns dos países da sua análise. Esta variável está sujeita a algumas variações consoante o custo das infraestruturas em determinados países e as flutuações de preços, tendo assim um impacto negativo no crescimento económico quando as suas variações são negativas. Por outro lado, a criação de emprego e as contribuições do Governo para o desenvolvimento do Turismo influenciam positivamente este valor tendo em conta que melhoram os serviços oferecidos aos turistas estrangeiros e, consequentemente, um maior número de receitas, levando assim também a um crescimento económico positivo (Sokhanvar, 2019).

FIGURA 3 - EVOLUÇÃO DAS RECEITAS DO TURISMO (2000-2018)



Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra

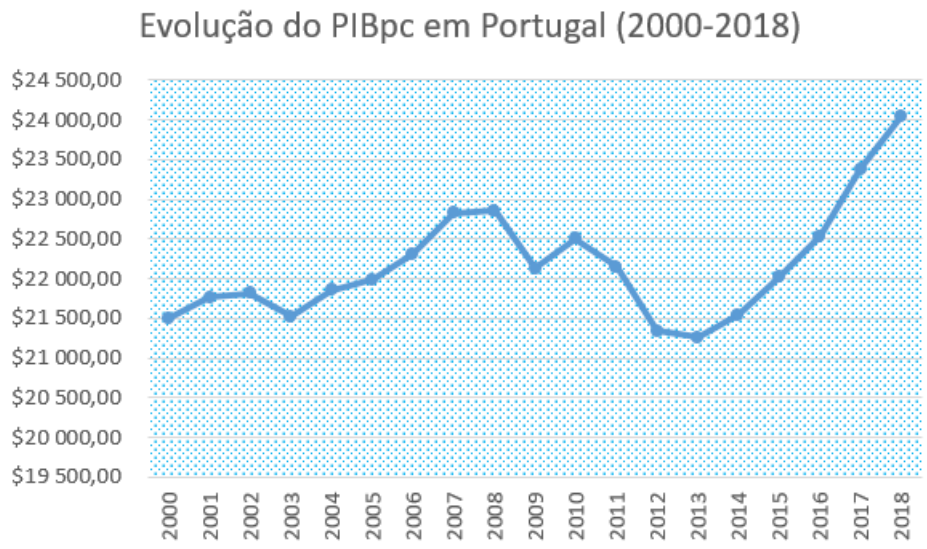
Em relação aos valores das receitas do Turismo, estas refletem a variação existente no número de turistas, triplicando desde o período de 2000, com 7677089231,58 dólares, até 2018, com 21863645772,61 dólares. A tendência foi sempre crescente e, apesar da crise económica vivida a partir de 2008, o valor das receitas foi sempre aumentado, atingindo o pico mais alto da década em 2008, com 14159195166,78 dólares. Apesar da tendência crescente, esta tornou-se ainda mais acentuada a partir de 2015, passando de valores de 14953854969,44 dólares para 21863645772,61 dólares, em 2018, sendo este o valor mais elevado.

4.1.3.3. PIB per capita de Portugal

Como um dos objetivos do presente estudo é perceber o impacto do Turismo e do IDE no crescimento económico, é necessário encontrar uma variável que permita obter essa resposta. Assim sendo, tendo como base os estudos realizados por Hassan et al. (2011) e Lee (2010), entre muitos outros, a variável encontrada para analisar este crescimento é o PIB per capita. Também Belloumi (2014) utiliza o PIBpc como variável, referindo que esta é utilizada para medição do crescimento económico. Para uma maior perceção, é escolhido o PIB per capita

porque permite obter uma noção verdadeira acerca do crescimento, tendo em conta que o valor do PIB é dividido pelo número total de habitantes de determinado país.

FIGURA 4 - EVOLUÇÃO DO PIBPC EM PORTUGAL (2000-2018)



Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra

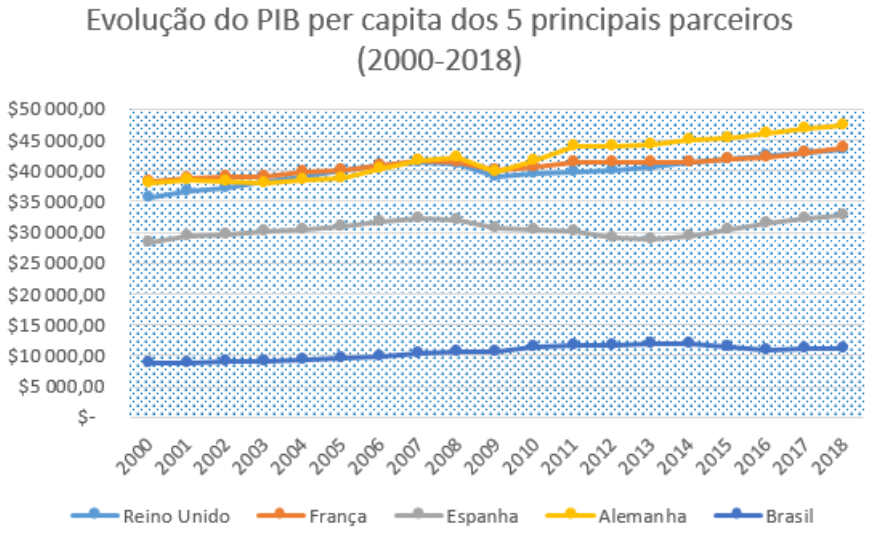
Com a introdução da moeda única, o Euro, desde 2000 até 2008, o crescimento do PIBpc em Portugal foi bastante significativo com uma passagem de 21497,50 dólares em 2000 para 22859,37 dólares em 2008. Com o aproximar da crise económica, esta tendência inverteu e foi decrescendo até atingir o pico mais baixo em 2013, com o valor de 21256,76 dólares. Contudo, a partir desse ano, o aumento foi exponencial, tendo assim o valor do PIBpc ter passado de valores próximos de 21000 dólares para um máximo de 24035,75 dólares em 2018.

4.1.3.4. PIB per capita dos 5 principais parceiros

Para completar o modelo, foram inseridos como variáveis os valores do PIBpc dos 5 principais emissores, sendo neste estudo identificados como os principais parceiros de Turismo para Portugal. Como já referido anteriormente, e segundo informações do Turismo de Portugal, os principais emissores são Brasil, França, Alemanha, Espanha e Reino Unido. A inclusão destas variáveis deve-se ao facto da globalização a que assistimos permitir uma

maior facilidade de trocas comerciais e de turistas entre os diversos países. Sendo importante denotar que, dos 5 principais parceiros, 4 deles fazem parte da União Europeia e que o único que não pertence a esta comunidade é uma antiga colónia de Portugal.

FIGURA 5 - EVOLUÇÃO DO PIBPC DOS 5 PRINCIPAIS PARCEIROS (2000-2018)



Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra

Em relação aos principais parceiros turísticos de Portugal, excluindo o Brasil, todos os outros fazem parte da União Europeia tendo por isso uma evolução idêntica, ou seja, crescente.

Em relação ao Brasil, este é o parceiro com o PIBpc mais baixo, possivelmente justificado com a imensa pobreza e com o número bastante elevado de habitantes. Contudo, entre 2000 e 2018 podemos verificar um aumento, passando do valor de 8803,15 dólares em 2000 para 11079,71 dólares em 2018.

De seguida, Espanha é o país que apresenta os valores mais baixos de PIBpc, atingindo um pico máximo de 32897,48 dólares precisamente em 2018. Em relação à variação dos valores do PIBpc em Espanha, o país tem uma tendência crescente, passando do valor de 28408,81 dólares em 2000 para 32897,48 dólares em 2018. De notar que Espanha foi um país fortemente afetado pela crise económica em 2008, podendo esta ser identificada devido à tendência decrescente entre o período de 2008 até 2013. Contudo, a partir de 2013, a variação inverteu, existindo assim uma tendência claramente crescente do valor do PIBpc de Espanha.

Por último, em relação aos três países restantes, Alemanha, França e Reino Unido, a sua variação foi idêntica. Desde o início do século até ao ano de 2008, os valores aumentaram, tendo-se verificado uma única descida considerável, de 2008 para 2009, sendo que a partir desse ano os valores foram sempre aumentando até ao fim da análise, em 2018.

4.2. Hipóteses em estudo

TABELA 3 - DESCRIÇÃO DAS HIPÓTESES EM ESTUDO

Hipótese	Descrição
H_1	Existe uma relação entre o IDE e o número de turistas
H_2	Existe uma relação entre o IDE e as Receitas do Turismo
H_3	Existe uma relação entre o IDE e o crescimento económico em Portugal
H_4	Existe uma relação entre o IDE e o crescimento económico nos 5 principais parceiros
H_5	Existe uma relação entre o número de turistas e as receitas do Turismo
H_6	Existe uma relação entre o número de turistas e o PIBpc em Portugal
H_7	Existe uma relação entre número de turistas e o PIBpc nos 5 principais parceiros
H_8	Existe uma relação entre as receitas do Turismo e o PIBpc em Portugal
H_9	Existe uma relação entre as receitas do Turismo e o PIBpc nos 5 principais parceiros
H_{10}	Existe uma relação entre o PIBpc em Portugal e o PIBpc dos 5 principais parceiros

Neste quadro estão especificadas as hipóteses às quais este estudo pretende responder, através da análise metodológica realizada de seguida. Através destas hipóteses, é possível dar resposta às principais questões desta análise, mais propriamente de que modo o IDE contribuiu para o desenvolvimento/crescimento do Turismo em Portugal e, também, de que modo o desenvolvimento do Turismo contribuiu para a captação de IDE.

4.3. Estudos empíricos

TABELA 4 - ANÁLISE DOS ESTUDOS EMPÍRICOS

Estudo	Amostra	Período	Variáveis usadas
Tiwari (2011)	Índia, China, Paquistão e Rússia	1995-2008	PIB, Exportações, IDE, População, Receitas do Turismo, FBCF
Fereidouni & Al-mulali, (2014)	Países da OCDE	1995-2009	IDE (entrada e saída) e Número de Turistas (partidas e chegadas)
Tang, Selvanathan, & Selvanathan (2007)	China	1985-2001	IDE (entrada) e número de turistas
Sokhanvar (2019)	Países da Europa	2012-2014	Receitas do Turismo, Peso do IDE no PIB, Taxa de Crescimento da Economia
Craigwell & Moore (2008)	Pequenas ilhas em desenvolvimento	1980-2004	IDE (entrada) e número de turistas
Ravinthirakumaran, Selvanathan & Singh, T. (2019)	Sri Lanka	1970-2014	IDE (entrada) e número de turistas, taxa de câmbio real, índice de preços do consumidor e a guerra civil
Khoshnevis Yazdi, Homa Salehi & Soheilzad (2017)	Irão	1985-2013	Taxa de câmbio, PIB real, IDE (entrada) e despesa do Turismo

4.4. Seleção da Amostra e Estatísticas Descritivas

Para uma análise mais completa e com o objetivo de perceber as relações existentes entre o IDE, o Turismo e o Crescimento Económico, foi necessário definir alguns critérios-chave que permitissem perceber qual o período da análise e também as variáveis e os países que seriam importantes para responder às questões pretendidas. Assim sendo, o período temporal estudado foi definido entre 2000 e 2018, uma vez que Portugal foi um dos fundadores da moeda única, em 1999, apesar das notas e moedas apenas terem entrado em circulação em janeiro de 2002. Assim sendo, o período temporal escolhido teve em conta a

maior integração económica na União Europeia, resultado da adesão à moeda única. Relativamente às variáveis escolhidas para a análise do impacto do Turismo, e baseado no trabalho de Alam et al. (2015), as mesmas recaíram sobre o número de turistas estrangeiros e as receitas provenientes do Turismo. Contudo, para perceber o crescimento económico, e por normalmente se utilizar em muitos outros estudos, a variável escolhida foi o PIBpc, tanto de Portugal como dos cinco principais parceiros. Tendo em conta que o intuito deste trabalho é a análise do impacto do Turismo e do IDE em Portugal, este foi obrigatoriamente um dos países selecionados para a amostra. Contudo, para uma melhor perceção, também foram analisados os PIBpc dos cinco principais parceiros (Brasil, Alemanha, Espanha, França e Reino Unido).

Para uma melhor compreensão e análise de todas as variáveis, é necessário recorrer a uma apresentação das estatísticas descritivas, sendo este um ponto de partida importante que permite analisar o valor da média, mediana, valor máximo e valor mínimo e desvio-padrão. Esta primeira análise tem como finalidade perceber as eventuais relações que as variáveis podem ter entre si.

4.5. Estatísticas Descritivas

TABELA 5 - ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DAS VARIÁVEIS

Variável	Média	Mediana	Desvio-Padrão
IDE	8369884851,87	7862496662,49	4814826522,46
NºdeTuristas	8304842,11	6788000	3468705,37
ReceitasTurismo	13058827744,87	13353829654,55	3966582822,32
PIBpcPortugal	22173,69	22018,01	720,57
PIBpcBrasil	10468,20	10710,87	1126,84
PIBpcAlemanha	42025,19	41622,36	3245,56
PIBpcEspanha	30581,40	30502,72	1277,62
PIBpcFrança	40819,85	41258,27	1442,40
PIBpcUK	40064,16	40039,70	2099,49

Variável	Máximo	Mínimo	Observações
IDE	20085276956,07	692330785,13	19
NºdeTuristas	16186000	5383000	19
ReceitasTurismo	21863645772,61	7642364943,14	19
PIBpcPortugal	24035,75	21256,76	19
PIBpcBrasil	11993,48	8803,15	19
PIBpcAlemanha	47490,52	37930,49	19
PIBpcEspanha	32897,48	28408,81	19
PIBpcFrança	43720,03	38309,44	19
PIBpcUK	43324,05	35672,91	19

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no s*oftware* SPSS.

Começando a análise pela variável dependente do modelo, o IDE, percebemos que existe uma diferença bastante significativa entre o valor mais alto e o valor mínimo, tendo em conta que este quase triplicou. Devido a esta grande diferença e também ao valor elevado de desvio-padrão, o valor da média é de apenas 8369884851,87 dólares durante os 18 anos do período em análise.

No que diz respeito às variáveis explicativas, começando a análise pelo número de turistas estrangeiros em Portugal, tal como no IDE, também o valor máximo é de cerca do triplo do valor mínimo, o que faz com que o valor médio do número de turistas seja 8304842,11. Neste caso, e como analisado anteriormente, no período seguinte a 2013, o aumento dos turistas tem sido exponencial, tanto que o valor máximo foi atingindo no último ano da análise. Seguindo novamente a mesma tendência da variável dependente, também o valor do desvio-padrão é relativamente alto, com o valor de 3468705,37.

Tal como nas variáveis anteriores, nas Receitas do Turismo o valor mais alto é praticamente o triplo do valor mínimo, o que nos permite identificar um padrão semelhante nestas três primeiras variáveis. Contudo, nesta variável o valor da mediana situa-se praticamente ao meio deste intervalo, com o valor de 13353829654,55 dólares. O valor do desvio-padrão também é elevado, com o valor de 3966582822,32 dólares. Podemos concluir, assim, que nas três primeiras variáveis existe uma grande dispersão em torno da média, sendo esta mais evidente no valor do IDE.

As variáveis seguintes, apesar de serem de países diferentes, todas dizem respeito ao valor PIB per capita. Através do PIB per capita podemos analisar o crescimento económico

do país em análise. Em primeiro lugar, em Portugal este valor foi crescente, atingindo o valor máximo no ano de 2018, o último da amostra, com o valor de 24035,75 dólares. Contudo, o valor mais baixo registado encontra-se durante o período da crise económica mundial, mais precisamente no ano de 2013. O valor médio do PIBpc foi de 22173,69 dólares, tal como percebemos através do desvio-padrão (720,57 dólares). Este valor não sofreu oscilações relevantes tendo estas sendo notadas apenas nos últimos dois anos do período em análise.

Relativamente ao PIB per capita brasileiro, também este tem um valor baixo de desvio-padrão (1126,84 dólares) que pressupõe uma baixa dispersão em torno da média. Apesar do valor ser baixo, como o valor médio do PIBpc do Brasil é praticamente metade do PIBpc em Portugal, esta dispersão tem um impacto maior, sendo que o valor médio do PIBpc no Brasil é de 10468,20 dólares. Contudo, ao contrário de Portugal, o valor mais alto do PIBpc do Brasil foi no ano de 2013.

Em relação à Alemanha, podemos identificar um valor relativamente acentuado de desvio padrão (3245,56 dólares), que se faz notar também no intervalo entre o valor mínimo (37930,49 dólares) e o valor máximo (47490,52 dólares). Apesar de tudo, Alemanha é o país da análise que apresenta um valor de PIBpc mais elevado, com uma média de 42025,19 dólares.

No que diz respeito aos países europeus parceiros de Portugal, Espanha é o país com um valor médio mais baixo para o PIBpc, apenas com 30581,40 dólares, sendo que o valor mais alto foi apenas de 32897,48 dólares e o valor mínimo de 28408,81 dólares. O valor do desvio-padrão também é relativamente baixo, tal como acontece com Portugal: apenas de 1277,62 dólares.

França é o segundo país com o valor médio do PIBpc mais elevado, apenas atrás da Alemanha, com o valor de 40819,85 dólares. De notar que o valor da mediana (41258,27 dólares) também se situa praticamente a meio do intervalo entre o valor mais baixo (38309,44 dólares) e o valor mais elevado (43720,03 dólares). Tendo em conta a dimensão dos valores e comparando com Alemanha e Reino Unido, que são os países com o PIBpc mais elevado, França é aquele que possui o menor valor de desvio-padrão, de apenas 1442,40 dólares.

Em último lugar, Reino Unido tem um PIBpc médio de 40064,16 dólares, colocando-o assim bastante próximo do valor apresentado por França. Contudo, o valor do desvio-padrão é mais alto, com o valor de 2099,49 dólares. É importante referir a grande diferença entre o valor mais alto (43324,05 dólares) ocorrido durante o período em análise e o valor mais baixo (35672,91 dólares).

Para todas as variáveis, a tendência durante os 18 anos da análise é crescente, excetuando o IDE que, no ano de 2018, atingiu um valor mais baixo do que no ano de início da análise, em 2000. Em todas as outras variáveis, os valores mais elevados são maioritariamente nos últimos anos da análise, sendo mesmo o valor mais alto encontrado no último ano (2018) apesar de em praticamente todas as variáveis se notar algumas quedas com a crise entre 2008 e 2012.

5. Estimação do modelo

5.1. Correlação entre as variáveis

TABELA 6 - MATRIZ DE CORRELAÇÃO

Variável	IDE	NºT	RT	PIBPT	PIBBR	PIBALE	PIBESP	PIBFR	PIBUK
IDE	1								
NºT	0,012	1							
RT	0,169	0,902**	1						
PIBPT	-0,246	0,616**	0,653**	1					
PIBBR	0,371	0,568*	0,786**	0,172	1				
PIBALE	0,226	0,901**	0,950**	0,494*	0,839**	1			
PIBESP	-0,245	0,478*	0,546*	0,904**	0,118	0,388	1		
PIBFR	0,141	0,852**	0,963**	0,691**	0,757**	0,932**	0,664**	1	
PIBUK	0,071	0,803**	0,890**	0,634**	0,684**	0,853**	0,714**	0,958**	1

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software* SPSS.

Nota: Para os valores com dois asteriscos, o nível de correlação é significativo a 1% e, para os valores com um asterisco, o nível de significância é de 5%.

Para além das estatísticas descritivas e com o intuito de perceber as relações e padrões existentes entre as variáveis, é fulcral analisar a correlação entre as variáveis. Através da correlação é possível perceber em que medida as variáveis estão relacionadas. Caso exista uma relação forte entre duas variáveis, conhecendo uma, o processo de realizar previsões

acerca da outra variável relacionada é mais simples. Pelo contrário, quando esta relação é fraca, o conhecimento de uma variável tem pouco impacto na realização de previsões acerca da outra.

Como podemos observar, a variável dependente (IDE) encontra-se positivamente relacionada com todas as outras variáveis, exceto com o PIBpc em Portugal e o PIBpc em Espanha. Contudo, nenhuma das relações da variável IDE tem significância. Ao contrário do que podemos constatar com a variável do IDE, na análise do número de turistas e das receitas do Turismo excetuando o IDE, percebemos que existe uma significância estatística com todas as outras variáveis do modelo, tendo esta relação valores mais elevados entre o número de turistas e as receitas do Turismo e entre estas duas variáveis e o PIBpc da Alemanha.

A variável PIBpc em Portugal está significativamente relacionada com todas exceto com o IDE e o PIBpc do Brasil, obtendo o maior valor de correlação (0,904) com o PIBpc de Espanha.

A variável PIBpc do Brasil encontra-se correlacionada com o número de turistas, as receitas do Turismo, o PIBpc de França, Alemanha e Reino Unido, sendo de destacar o valor de correlação elevado (0,839) com o PIBpc da Alemanha. A variável PIBpc da Alemanha encontra-se correlacionada com todas as variáveis excetuando o IDE e o PIBpc de Espanha, destacando-se o valor mais elevado de correlação (0,950) com as Receitas do Turismo. Relativamente à variável PIBpc de Espanha, é de notar a correlação negativa (-0,245) com a variável IDE, sendo que esta se encontra significativamente relacionada com o número de turistas, as receitas do Turismo, o PIBpc em Portugal, em França e no Reino Unido. No que diz respeito à variável PIBpc de França, esta encontra-se correlacionada com significância com todas as variáveis, exceto com o IDE, atingindo valores elevados de correlação com o PIBpc da Alemanha e do Reino Unido e também com a variável receitas do Turismo. Para terminar, também a variável PIBpc do Reino Unido se encontra correlacionada com significância com todas as variáveis, exceto com o IDE, destacando-se a correlação com o PIBpc de França.

5.2. Resultados

Devido ao facto das variáveis apenas serem estacionárias em primeiras diferenças, como referido anteriormente, e de esta ser uma condição obrigatória para a estimação do modelo,

o período de análise utilizado na regressão situa-se apenas entre 2001 e 2018, o que faz com que o número de observações seja reduzido de 19 para 18 observações.

TABELA 7 - RESULTADO DA REGRESSÃO (OLS)

	Variável Dependente (txIDE)			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	0,00365609	0,00496091	0,4799	
Nº de turistas	−0,143648	0,0763192	0,0925	*
Receitas Turismo	0,125928	0,0503387	0,0338	**
PIBpcPortugal	0,544018	0,615189	0,3995	
PIBpcBrasil	−0,437116	0,230944	0,0909	*
PIBpcAlemanha	0,547415	0,289998	0,0917	*
PIBpcEspanha	−0,823004	0,695653	0,2671	
PIBpcFrança	−1,24261	0,813483	0,1610	
PIBpcReinoUnido	0,791795	0,537644	0,1749	
Nºde observações	18			
R^2	0,531068			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 2)

Nota: por uma questão de maior perceção e facilidade de análise, dividiu-se por 100 os valores da variável dependente (txIDE) de modo a que os valores obtidos fossem mais baixos e, que assim, permitisse uma análise mais simples. De referir que os resultados dos testes e as conclusões obtidas não são influenciadas por esta facilitação.

No *software* utilizado (*GRETL*) para analisar os níveis de significância, é necessário analisar os *, sendo que *=0,10 e **=0,05.

A partir da análise da tabela anterior, concluímos que esta teve um R^2 (coeficiente de determinação) de 0,531068 e, neste caso, podemos concluir que as variáveis independentes explicam em 53% a variável dependente. Para uma validação do modelo, é necessário efetuar testes que provem algumas hipóteses.

Como é possível perceber através da análise da tabela, a variável Receitas do Turismo é estatisticamente significativa a 5%, enquanto as variáveis nº de turistas, PIBpc do Brasil e

PIBpc da Alemanha são estatisticamente significativas a 10%. As variáveis restantes não apresentam significância estatística neste modelo.

Podemos interpretar os coeficientes que apresentaram uma significância estatística da seguinte forma:

Nº de Turistas - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável número de turistas, resulta num decréscimo de −0,143648 na variável IDE.

Receitas do Turismo - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável receitas do Turismo, vai resultar num acréscimo de 0,125928 na variável IDE.

PIBpc do Brasil - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc do Brasil, vai resultar num decréscimo de −0,437116 na variável IDE.

PIBpc da Alemanha - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc da Alemanha, vai resultar num acréscimo de 0,547415 na variável IDE.

Era expectável que todos os coeficientes tivessem um impacto positivo na variável dependente; contudo, tal não se verificou. Nas variáveis número de turistas, PIBpc do Brasil, PIBpc de França e PIBpc de Espanha o valor do coeficiente é negativo, sendo que apenas duas delas têm significância estatística, como demonstrado anteriormente. O facto do sinal destas variáveis ser negativo pode estar relacionado com o facto de estas apresentarem uma tendência sempre crescente ao longo do período em análise, enquanto o IDE acabou por não sofrer a mesma variação, sendo que o valor de IDE em 2018 é inferior ao do ano de 2000.

5.2.1 Heterocedasticidade

A hipótese de homocedasticidade significa que a variância condicional do erro não observado, dadas as variáveis explicativas, é constante. Ou seja, quando estamos perante uma regressão linear e existe homocedasticidade, os valores da regressão são mais homogéneos e encontram-se em torno da reta, enquanto que quando estamos perante a hipótese de heterocedasticidade os valores apresentam uma maior dispersão em torno da reta. Para testar a hipótese de homocedasticidade, recorre-se geralmente ao teste de White:

$$H_0 = Hipótese\ de\ Homocedasticidade$$
$$H_1 = Hipótese\ de\ Heterocedasticidade$$

Como está presente no anexo 3, no teste de White realizado, o valor que obtemos do p-value é de 0,350409, portanto como o p-value é maior que 0,05, não se rejeita a hipótese nula e confirma-se a ausência de heteroscedasticidade e a presença de homocedasticidade.

5.2.2 Autocorrelação

Estamos perante o fenómeno da autocorrelação quando existe uma associação entre os valores da mesma variável. Para testar a hipótese da autocorrelação utiliza-se o teste Breush-Godfrey:

$$H_0 = Hipótese\ de\ não\ autocorrelação$$
$$H_1 = Hipótese\ de\ autocorrelação$$

Como está presente no anexo 4, no teste Breush-Godfrey realizado, o valor que obtemos do p-value é de 0,756503. Assim, como o p-value é maior que 0,05, não se rejeita a hipótese nula e assim confirma-se a ausência de autocorrelação.

5.2.3. Especificação

Para testar a hipótese da autocorrelação utiliza-se o teste de Ramsey:

$$H_0 = Com\ especificação\ adequada$$
$$H_1 = Sem\ especificação\ adequada$$

Como está presente no anexo 5, no teste RESET de Ramsey, o valor que obtemos do p-value é de 0,244845, portanto como o p-value é maior do que 0,05, não se rejeita a hipótese nula e assim confirma-se que o modelo se encontra bem especificado.

5.2.4. Mudança Estrutural

Como tem vindo a ser referido, durante o período em análise o Mundo viveu uma crise económica bastante acentuada entre 2008 e 2012 e, posto isto, recorreu-se ao teste de Chow para testar a estabilidade do modelo e analisar as mudanças estruturais que podem acontecer ao longo deste. Assim sendo, foram definidos dois anos para analisar a possibilidade de existência de uma falha estrutural. O primeiro ano escolhido foi o de 2008, precisamente o de início da crise. Assim sendo, recorremos ao teste de Chow para testar esta hipótese:

$$H_0 = Sem\ falha\ estrutural$$
$$H_1 = Com\ falha\ estrutural$$

Como está presente no anexo 6, no teste de Chow efetuado, obtemos um p-value de 0,669709, como este valor é superior a 0,05, não se rejeita a hipótese nula, assim sendo não existe nenhuma falha estrutural quando dividimos o modelo no ano de 2008.

O segundo período de análise diz respeito ao ano em que a crise foi sendo ultrapassada, mais precisamente no ano de 2012. Assim sendo, volta-se a recorrer ao teste de Chow (anexo 7) para testar a hipótese e, como o valor do p-value obtido é de 0.98010, ou seja, superior a 0,05, a hipótese nula não se rejeita, demonstrando novamente que não existe falha estrutural no modelo.

5.3. Estimação do modelo com *dummy*

Ao longo do estudo, foi referido constantemente o fator da crise económica de 2008, ano em que o Mundo inteiro sofreu uma recessão na economia. Derivado dessa conjuntura e de modo a completar a análise, o modelo foi estimado com a inserção de uma *dummy* que representa a crise económica, sendo que esta variável tomou valores de 1 entre os anos de 2008 e 2014.

5.3.1 Estimação do modelo com *dummy*

TABELA 8 - RESULTADO DA REGRESSÃO COM INSERÇÃO DA VARIÁVEL *DUMMY*

	Variável Dependente			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	0,0123836	0,0101875	0,2588	
Nº de turistas	−0,133118	0,0772244	0,1230	
Receitas Turismo	0,114992	0,0516579	0,0566	*
PIBpcPortugal	0,884431	0,707323	0,2465	
PIBpcBrasil	−0,486450	0,236812	0,0740	*
PIBpcAlemanha	0,893344	0,456807	0,0862	*
PIBpcEspanha	−1,40814	0,917254	0,1633	
PIBpcFrança	−2,03365	1,14633	0,1140	
PIBpcReinoUnido	1,08077	0,613952	0,1164	
Crise	−0,0181487	0,0184914	0,3551	
Nº de observações	18			
R^2	0,581464			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 8)

Concluímos, através da análise da tabela anterior, que as variáveis independentes explicam 58% do modelo, pois o valor de R^2 (coeficiente de determinação) é de 0,581464.

De todas as variáveis presentes, as receitas do Turismo, o PIBpc do Brasil e o PIBpc da Alemanha são estatisticamente significativas a 10%. O sinal da *dummy* inserida é o expectável, ou seja, quando a variável toma valor 1 e está presente no modelo, considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável *dummy* resulta num decréscimo de −0,0181487 na variável IDE. Contudo, a variável *dummy* inserida não apresenta significância estatística, assim sendo não é possível apresentar conclusões acerca da influência da crise no modelo estimado. Relativamente às outras variáveis estatisticamente significativas, considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável receitas do Turismo vai resultar num acréscimo 0,114992 na variável IDE. Em relação ao PIBpc do Brasil, considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc do Brasil vai resultar num decréscimo de −0,486450 na variável IDE. E, por fim, em relação ao PIBpc da Alemanha, considerando todo o resto constante, uma variação

de uma unidade na variável PIBpc da Alemanha vai resultar num acréscimo de 0,893344 na variável IDE.

5.4. Estimação do modelo com modelo VAR

5.4.1. Modelo VAR

Para conseguir responder a todas as hipóteses que foram colocadas neste estudo, foi necessário recorrer a um modelo autorregressivo. Através da causalidade de Granger, eventos passados podem influenciar eventos presentes e, assim sendo, o modelo foi estimado de seguida, alternando entre variáveis dependentes para perceber a causalidade existente entre as variáveis.

TABELA 9 - RESULTADOS COM A VARIÁVEL DEPENDENTE TXIDE

	Variável Dependente (TxIDE)			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	−0,8911	0,4024		
TxIDE_1	−1,05250	0,498649	0,0727	*
Nº de turistas_1	0,111600	0,0913359	0,2613	
Receitas Turismo_1	−0,0627217	0,0701717	0,4011	
PIBpcPortugal_1	−0,0511462	0,341095	0,8850	
PIBpcBrasil	0,179721	0,253681	0,5016	
PIBpcAlemanha	−0,495054	0,408805	0,2652	
PIBpcEspanha	−0,484768	0,354935	0,2143	
PIBpcFrança	1,77466	1,22254	0,1899	
PIBpcReinoUnido	−0,286036	0,517892	0,5979	
Nº de observações	17			
R^2	0,568759			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 9)

Através da análise do R^2 (coeficiente de determinação) este tem um valor de 0,568759, ou seja, as variáveis independentes explicam 57% do modelo.

Quando a variável dependente é a txIDE, a única variável estatisticamente significante é $txIDE_{-1,}$ sendo significante a 10%. Podemos analisar da seguinte forma: considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na $txIDE_{-1}$ leva a um decréscimo de −1,05250 na variável txIDE.

TABELA 10 - RESULTADOS COM A VARIÁVEL DEPENDENTE Nº DE TURISTAS

	Variável Dependente (Nº de Turistas)			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	0,0362235	0,0227333	0,1551	
TxIDE_1	2,48845	1,79909	0,2091	
Nº de turistas_1	0,656852	0,329534	0,0865	*
Receitas Turismo_1	0,253175	0,253175	0,1505	
PIBpcPortugal_1	-0,638154	1,23065	0,6201	
PIBpcBrasil	0,915264	0,0421618	0,9645	
PIBpcAlemanha	0,910569	1,47494	0,5565	
PIBpcEspanha	0,826812	1,28058	0,5391	
PIBpcFrança	−1,63253	4,41085	0,7222	
PIBpcReinoUnido	0,925088	1,86852	0,6357	
Nº de observações	17			
R^2	0,787729			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 10)

Através da análise do R^2 (coeficiente de determinação), este tem um valor de 0,787729, ou seja, as variáveis independentes explicam 79% do modelo.

Quando a variável dependente é o número de turistas, a única variável estatisticamente significante é número de $Turistas_{-1,}$ sendo significante a 10%. Podemos analisar da seguinte forma: considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável nº de $Turistas_{-1}$ leva a um acréscimo de 0,656852 na variável número de turistas.

TABELA 11 - RESULTADOS COM A VARIÁVEL DEPENDENTE RECEITAS DO TURISMO

	Variável Dependente (Receitas do Turismo)			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	−0,0270666	0,0292904	0,3862	
TxIDE_1	1,30232	1,30232	0,5918	
Nº de turistas_1	1,19026	0,424583	0,0264	**
Receitas Turismo_1	−0,875787	0,326199	0,0313	**
PIBpcPortugal_1	2,54108	1,58561	0,1531	
PIBpcBrasil	3,46809	1,17926	0,0217	**
PIBpcAlemanha	−3,16951	1,90037	0,1393	
PIBpcEspanha	−0,948404	1,64995	0,5834	
PIBpcFrança	4,98713	5,68310	0,4093	
PIBpcReinoUnido	1,76576	2,40747	0,4871	
Nº de observações	17			
R^2	0,800293			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 11)

Através da análise do R^2 (coeficiente de determinação) este tem um valor de 0,800293, ou seja, as variáveis independentes explicam 80% do modelo.

Quando a variável dependente são as receitas do Turismo, as variáveis estatisticamente significante são número de Turistas$_{-1}$, as Receitas do Turismo$_{-1}$ e o PIBpc do Brasil, sendo significantes a 5%. Podemos analisar da seguinte forma: considerando todo o resto constante, com uma variação de uma unidade na variável nº de Turistas$_{-1}$, existe um acréscimo de 1,19026 na variável receitas do Turismo. Em relação às receitas do Turismo, considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável receitas do Turismo$_{-1}$ leva a um decréscimo de −0,875787 na variável receitas do Turismo. Em relação ao PIBpc do Brasil, considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc Brasil leva a um acréscimo de 3,46809 na variável receitas do Turismo.

TABELA 12 - RESULTADOS COM A VARIÁVEL DEPENDENTE PIBPC PORTUGAL

	Variável Dependente (PIBpcPortugal)			
	Coeficiente	**Desvio-Padrão**	**Valor de p**	
Constante	−0,00369053	0,00219894	0,1372	
TxIDE_1	−0,255898	0,174022	0,1849	
Nº de turistas_1	0,127825	0,0318750	0,0051	***
Receitas Turismo_1	−0,0599276	0,0244890	0,0443	**
PIBpcPortugal_1	−0,270986	0,119038	0,0569	*
PIBpcBrasil	0,386036	0,0885313	0,0033	***
PIBpcAlemanha	−0,446697	0,142667	0,0166	**
PIBpcEspanha	1,06760	0,123868	5,65e-05	***
PIBpcFrança	1,46685	0,426651	0,0109	**
PIBpcReinoUnido	−1,07461	0,180738	0,0006	***
Nº de observações	17			
R^2	0,978829			

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos na amostra no *software GRETL* (anexo 12)

Através da análise do R^2 (coeficiente de determinação) este tem um valor de 0,978829, ou seja, as variáveis independentes explicam 98% do modelo.

Quando a variável dependente é o PIBpc em Portugal, excetuando a variável $txIDE_{-1}$, todas as variáveis são estatisticamente significantes. As variáveis nº de $Turistas_{-1}$, PIBpc do Brasil, PIBpc de Espanha, PIBpc do Reino Unido são estatisticamente significativas a 1%. As variáveis receitas do $Turismo_{-1}$, PIBpc da Alemanha, PIBpc de França são estatisticamente significantes a 5% e a variável PIBpc em $Portugal_{-1}$ é estatisticamente significante a 10%. Analisando os coeficientes das variáveis, retiramos as seguintes informações:

Número de Turistas$_{-1}$ - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável número de $turistas_{-1}$, vai resultar num acréscimo de 0,127825 na variável PIBpc em Portugal.

Receitas do Turismo$_{-1}$ - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável receitas do $Turismo_{-1}$, vai resultar um decréscimo de −0,0599276 na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc em Portugal$_{-1}$ - Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc em Portugal$_{-1}$ vai resultar num decréscimo de −0,270986 na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc do Brasil – Considerando todo o resto constante, com uma variação de uma unidade na variável PIBpc do Brasil vai existir um acréscimo de 0,386036 na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc da Alemanha – Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc da Alemanha leva a um decréscimo de −0,446697na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc de Espanha – Considerando todo o resto constante, com uma variação de uma unidade na variável PIBpc de Espanha vai existir um acréscimo de 1,06760 na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc de França – Considerando todo o resto constante, uma variação de uma unidade na variável PIBpc de França leva a um acréscimo de 1,46685 na variável PIBpc em Portugal.

PIBpc do Reino Unido – Considerando todo o resto constante, com uma variação de uma unidade na variável PIBpc do Reino Unido vai existir um acréscimo de −1,07461 na variável PIBpc em Portugal.

5.5. Análise das Hipóteses em estudo

Tendo em conta todas as considerações metodológicas utilizadas, é possível dar resposta e verificar a validade das hipóteses em estudo definidas anteriormente.

H_1 = Existe uma relação entre o IDE e o número de turistas

Como foi referido anteriormente, esta variável é significativa a 10% e tem uma influência negativa na variável dependente. Através desta análise, concluímos que existe uma relação entre estas duas variáveis; contudo, esta é negativa.

H_2 = Existe uma relação entre o IDE e as Receitas do Turismo

Referiu-se anteriormente que esta variável é significativa a 5% e, assim, podemos concluir que existe uma relação entre o IDE e as receitas do Turismo. A partir da análise do coeficiente, é possível identificar que a relação é positiva.

H_3 = Existe uma relação entre o IDE e o crescimento económico em Portugal

Esperava-se, inicialmente, que existisse uma relação positiva e com uma importância considerável entre estas duas variáveis. Contudo, com a análise feita anteriormente, verificamos que em nenhum dos modelos estimados existe significância estatística na variável PIBpc em Portugal, apesar do sinal do seu coeficiente ser positivo e o valor considerável na primeira estimação (0,544018).

H_4 = Existe uma relação entre o IDE e o crescimento económico nos 5 principais parceiros

Foi verificada no modelo a relação do IDE com os cinco principais parceiros e emissores de turistas com Portugal (Brasil, Alemanha, Espanha, França e Reino Unido). Contudo, apenas dois destes países têm uma relação estatisticamente significante, ambos são significantes a 10%. Enquanto que com o PIBpc do Brasil a relação é negativa, com o PIBpc da Alemanha esta relação é positiva. Para nenhum dos países restantes esta relação é significativa.

H_5 = Existe uma relação entre o número de turistas e as receitas do Turismo

Para dar resposta a esta questão, foi necessário recorrer a um modelo de causalidade e, através dele, percebemos que a variável número de turistas, quando relacionada com a variável receitas do Turismo, não tem significância estatística. Por outro lado, a variável receitas do Turismo é positivamente influenciada pela variável número de turistas, sendo esta significante a 5%. Podemos concluir, então, que quando o número de turistas aumenta, as receitas do Turismo consequentemente também aumentam. Contudo, como não existe significância estatística, não podemos concluir que com um aumento das receitas exista também um consequentemente aumento do número de turistas.

H_6 = Existe uma relação entre o número de turistas e o PIBpc em Portugal

Quando a variável dependente é o PIBpc em Portugal, o número de turistas do ano anterior é estatisticamente significante a 1%, existindo uma relação positiva. Por outro lado, quando a variável dependente é o número de turistas, não existe significância estatística por parte do PIBpc em Portugal. Assim, podemos concluir que existe um impacto positivo do aumento do número de turistas no valor do PIBpc em Portugal. Contudo as variações do PIBpc em

Portugal e a sua influência no número de turistas não têm significância estatística, não permitindo, assim, obter qualquer conclusão.

H_7 = Existe uma relação entre número de turistas e o PIBpc nos 5 principais parceiros

Na regressão efetuada onde a variável dependente era o número de turistas, não foram obtidos resultados estatisticamente significativos para as variáveis representantes dos cinco principais parceiros, pelo que apenas podemos concluir que a relação existente entre as variáveis não tem significância estatística no modelo.

H_8 = Existe uma relação entre as receitas do Turismo e o PIBpc em Portugal

Quando a variável dependente é o PIBpc em Portugal, o valor das receitas do ano anterior é estatisticamente significante a 5%, existindo uma relação negativa. Por outro lado, quando a variável dependente são as receitas do Turismo, não existe significância estatística por parte do PIBpc em Portugal. Assim, podemos concluir que as receitas do Turismo do ano anterior têm um impacto no valor do PIBpc em Portugal, apesar de negativo. Contudo, através das variações do PIBpc em Portugal, não é possível perceber qual a influência nas receitas do Turismo, uma vez que não existe significância estatística.

H_9 = Existe uma relação entre as receitas do Turismo e o PIBpc nos 5 principais parceiros

Na regressão efetuada onde a variável dependente era o número de turistas, apenas um dos cinco principais parceiros revelou significância estatística. O PIBpc do Brasil é estatisticamente significante a 5%, tendo uma relação positiva. Para todos os outros, não foram obtidos resultados estatisticamente significativos para as variáveis representantes dos restantes parceiros, pelo que podemos concluir que a relação existente entre eles não é significativa neste modelo.

H_{10} = Existe uma relação entre o PIBpc em Portugal e o PIBpc dos 5 principais parceiros

Através do último modelo estimado, percebe-se que todos os principais parceiros são estatisticamente significantes quando a variável dependente é o PIBpc em Portugal. As variáveis PIBpc do Brasil, PIBpc de Espanha e PIBpc do Reino Unido são estatisticamente

significativas a 1%. Enquanto o PIBpc de França e o PIBpc da Alemanha são estatisticamente significantes a 5%. A relação entre as variáveis é negativa quando se relaciona com o PIBpc da Alemanha e do Reino Unido e positiva com as restantes variáveis (PIBpc do Brasil, PIBpc de Espanha e PIBpc de França). Conclui-se, portanto, que as variações existentes nos cinco principais parceiros têm influência no PIBpc de Portugal.

6. Conclusões

Este estudo teve como objetivos perceber de que modo o IDE contribuiu para o desenvolvimento/crescimento do Turismo em Portugal, de que modo o desenvolvimento do Turismo contribuiu para a captação de IDE e de que modo estes dois conceitos têm influência no crescimento económico do país (Portugal). Para tal, foi primeiramente elaborado um modelo econométrico em que se utilizou a variável IDE (recebimentos) como variável dependente e, como variáveis explicativas, o número de turistas estrangeiros, as receitas do Turismo, o PIBpc em Portugal e o PIBpc dos cinco principais parceiros e emissores de turistas, mais propriamente Brasil, Alemanha, Espanha, França e Reino Unido. Neste modelo, foram observados dados temporais no período temporal de 2000 a 2018, tendo sido este intervalo definido devido ao facto de marcar o início da moeda única na União Europeia, em 2002. Para responder à problemática do estudo, foram selecionadas dez hipóteses, como demonstrado anteriormente.

Os resultados que foram obtidos na primeira estimação do modelo indicam que, tendo o IDE como variável dependente, as variáveis número de turistas e PIBpc do Brasil são estatisticamente significativas; contudo, apresentam uma relação negativa, contrariando o valor esperado. Para além destas, também as receitas do Turismo e o PIBpc da Alemanha são estatisticamente significativas, apresentando uma influência positiva. As restantes variáveis não obtiveram qualquer significância estatística nesta regressão, não sendo possível retirar qualquer tipo de conclusão acerca da relação entre elas. Como foi sendo referido ao longo deste estudo, durante o período em análise o Mundo atravessou uma forte crise económica, que teve início no ano de 2008, e, assim sendo, para uma maior compreensão do modelo, foi inserida a variável *dummy* "crise", com o objetivo de analisar o impacto desta. Contudo, quando inserimos esta variável *dummy*, percebemos que a sua presença não tem significância estatística, não podendo assim obter uma resposta conclusiva acerca do impacto da crise no modelo especificado.

Uma vez que apenas com esta estimação não foi possível responder a todas as hipóteses propostas, recorreu-se a uma nova estimação. Assim, foi estimado um modelo autorregressivo (VAR) para identificar a causalidade entre as variáveis. Quando a variável dependente é o IDE, a única variável estatisticamente significante é o valor do IDE do ano anterior, tendo uma influência negativa. Quando a variável dependente é o número de turistas, apenas o número de turistas do ano anterior é estatisticamente significante, tendo

uma relação positiva. Quando a variável dependente são as receitas do Turismo, as variáveis receitas do Turismo do ano anterior e o PIBpc do Brasil são estatisticamente significantes e apresentam uma relação positiva, enquanto que as receitas do Turismo do ano anterior também são estatisticamente significantes mas apresentam uma relação negativa. Por último, quando a variável dependente é o PIBpc em Portugal, excetuando a variável IDE, todas as outras são estatisticamente significantes. As variáveis número de turistas do ano anterior, PIBpc do Brasil, PIBpc de Espanha e PIBpc de França apresentam uma influência positiva no PIBpc de Portugal. Por outro lado, as variáveis receitas do Turismo do ano anterior, PIBpc de Portugal do ano anterior, PIBpc da Alemanha e PIBpc do Reino Unido apresentam uma relação negativa.

Através desta análise, conclui-se com este estudo que as variáveis relacionadas com o Turismo têm significância estatística quando relacionadas com o IDE, sendo que o número de turistas, ao contrário do esperado, tem uma influência negativa e as receitas do Turismo uma influência positiva, ou seja, o Turismo tem impacto no Investimento Direto Estrangeiro. Relativamente ao crescimento económico de Portugal, analisado através do PIBpc, não é possível obter nenhuma conclusão, visto que neste modelo não apresenta significância estatística, apesar do valor do coeficiente ser positivo (0,544018). Relativamente ao Turismo, é possível concluir que este é influenciado pelos valores das variáveis relacionadas com o Turismo (número de turistas e receitas do Turismo). Contudo, apesar de se verificar importante para o IDE e de ter significância estatística, o IDE não tem significância estatística para o Turismo, o que não permite obter uma conclusão. Por último, em relação ao crescimento económico de Portugal, medido através do PIB, todas as variáveis têm significância estatística, exceto a variável IDE. Permite-nos assim concluir que o Turismo e os PIBpc dos principais parceiros influenciam o valor do PIBpc em Portugal e o crescimento económico, mas o IDE não obtém qualquer significância estatística, não sendo possível retirar uma conclusão acerca da influência do IDE no PIBpc de Portugal.

De modo a complementar este estudo, seria interessante aumentar o período de análise. O objetivo do aumento do espaço temporal seria perceber as diferenças existentes entre os períodos em que Portugal não estava inserido na União Europeia, a partir do momento em que fez parte da mesma, aquando da introdução do espaço Schengen, entre outras.

As maiores dificuldades deste estudo prendem-se com o facto de existir uma quantidade reduzida de literatura que tenha em consideração as três variáveis (IDE, Turismo

e crescimento económico), sendo que grande número de trabalhos relaciona estas variáveis com outras e em escassas vezes é possível encontrar as três presentes no mesmo estudo. A grande parte dos estudos tendencialmente analisa o impacto do IDE no crescimento económico ou o impacto do Turismo no crescimento económico, existindo pouca matéria no que toca à inserção das três variáveis. Quando reduzimos a pesquisa a estudos em Portugal, esse valor baixa drasticamente. Procura-se, com este estudo, alargar referências acerca desta temática e que este possa servir de base para outros estudos acerca da influência do IDE e do Turismo no crescimento económico.

7. Bibliografia

Agarwal, S., & Ramaswami, S. N. (1992). Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors. Journal of International Business Studies, 23(1), 1–27. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490257.

Alam, A., Malik, O. M., Ahmed, M., & Gaadar, K. (2015). Empirical analysis of tourism as a tool to increase foreign direct investment in developing country: evidence from Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *6*(4), 201.

Andraz, J. M., & Rodrigues, P. M. (2010). What causes economic growth in Portugal: exports or inward FDI?. *Journal of Economic Studies*.

Andraz, J. M., & Rodrigues, P. M. M. (2016). Monitoring tourism flows and destination management: Empirical evidence for Portugal. Tourism Management, 56, 1–7. doi:10.1016/j.tourman.2016.03.019.

Andraz, J. M., Norte, N. M., & Gonçalves, H. S. (2015). Effects of tourism on regional asymmetries: Empirical evidence for Portugal. Tourism Management, 50, 257–267. doi:10.1016/j.tourman.2015.03.004.

Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied economics*, *34*(7), 877-884.

Barros, C. P., Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E., Solonandrasana, B., & A., G. A. (2011). Performance of French destinations: Tourism attraction perspectives. Tourism Management, 32(1), 141–146. doi:10.1016/j.tourman.2010.01.015.

Belloumi, M. (2014). The relationship between trade, FDI and economic growth in Tunisia: An application of the autoregressive distributed lag model. *Economic systems*, *38*(2), 269-287.

Buckley, P. J., & Casson, M. (1976). The future of the multinational enterprise (Holms and Meier, London). Business & Economics, 102-116.

Chang, S.-J., & Rosenzweig, P. M. (2001). The choice of entry mode in sequential foreign direct investment. Strategic Management Journal, 22(8), 747–776. doi:10.1002/smj.168.

Craigwell, R., & Moore, W. (2008). Foreign direct investment and tourism in SIDS: Evidence from panel causality tests. *Tourism analysis*, *13*(4), 427-432.

Crespo, N., Fontoura, M. P., & Proença, I. (2009). FDI spillovers at regional level: Evidence from Portugal. *Papers in Regional Science*, *88*(3), 591-607.

Crespo, N., Proença, I., & Fontoura, M. P. (2012). The spatial dimension in FDI spillovers: Evidence at the regional level from Portugal. *Regional and Sectoral Economic Studies*, *12*(1), 95-110.

Daniel, A. C. M. (2010). Caracterização do sector turístico em Portugal. *Tékhne-Revista de Estudos Politécnicos*, (14), 255-276.

Dunning, J. H. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. Journal of International Business Studies, 19(1), 1–31. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490372.

Dunning, J.H. (2000). "The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity ", International Business Review, 9 (2), pp. 163- 190.

Dunning, J. H. (2001). The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. International Journal of the Economics of Business, 8(2), 173–190. doi:10.1080/13571510110051441.

Dunning. J. H. & Lundan. S. M. (2008). "Multinational Enterprises and the Global Economy. Second Edition (2.ed.)".

Eicher, T., & Kang, J. W. (2005). Trade, foreign direct investment or acquisition: Optimal entry modes for multinationals. Journal of Development Economics, 77(1), 207–228. doi:10.1016/j.jdeveco.2004.03.007.

Fereidouni, H. G., & Al-mulali, U. (2014). The interaction between tourism and FDI in real estate in OECD countries. *Current Issues in Tourism*, *17*(2), 105-113.

Freire, A. (1997). "Estratégia. Sucesso em Portugal". Verbo, Lisboa.

Hassan, M. K., Sanchez, B., & Yu, J. S. (2011). Financial development and economic growth: New evidence from panel data. *The Quarterly Review of economics and finance*, *51*(1), 88-104.

Hymer, S. H. (1976). The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment, MIT press, Cambridge.

INE, (2019). Instituto Nacional de Estatística - Estatísticas do Turismo: 2018. Lisboa Disponível na www: <url:https://www.ine.pt/xurl/pub/358629548>. ISSN 0377-2306. ISBN 978-989-25-0497-1.

Johanson, J. and Mattsson, L.G. (1988)."Internationalisation in Industrial Systems – A Network Approach". Strategies in Global Competition.

Johanson, J., & Mattsson, L. G. (2015). Internationalisation in industrial systems—a network approach. In Knowledge, networks and power (pp. 111-132). Palgrave Macmillan, London.doi:10.1057/9781137508829_5.

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. Journal of International Business Studies, 8(1), 23–32. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490676.

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. Journal of International Business Studies, 40(9), 1411–1431. doi:10.1057/jibs.2009.24.

Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm ? Four swedish cases. Journal of Management Studies, 12(3), 305–323. doi:10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x.

Júlio, P., Pinheiro–Alves, R., & Tavares, J. (2013). Foreign direct investment and institutional reform: evidence and an application to Portugal. *Portuguese Economic Journal*, *12*(3), 215-250.

Khoshnevis Yazdi, S., Homa Salehi, K., & Soheilzad, M. (2017). The relationship between tourism, foreign direct investment and economic growth: evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*, *20*(1), 15-26.

Lagendijk, A., & Hendrikx, B. (2009). Foreign Direct Investment. International Encyclopedia of Human Geography, 243–254. doi:10.1016/b978-008044910-4.00167-x.

Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism management*, *29*(1), 180-192.

Lee, C. G. (2010). Outward foreign direct investment and economic growth: Evidence from Japan. *Global Economic Review*, *39*(3), 317-326.

Leitão, N. C., & Faustino, H. C. (2010). "Portuguese foreign direct investments inflows: an empirical investigation", International Research Journal of Finance and Economics, 38: 190-197.

Leitão, N. C., Malik, S. & Shahbaz, M. (2011). Foreign direct investment-economic growth nexus: the role of domestic financial development in Portugal. *Economics Bulletin*, 2824-2838.

Leitão, N. C., & Rasekhi, S. (2013). The impact of foreign direct investment on economic growth: the Portuguese experience. *Theoretical and Applied Economics*, 51-62.

Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, *26*, 135-142.

Mattoo, A., Olarreaga, M., & Saggi, K. (2004). Mode of foreign entry, technology transfer, and FDI policy. Journal of Development Economics, 75(1), 95–111. doi:10.1016/j.jdeveco.2003.08.002.

Mattoo, A., Olarreaga, M., & Saggi, K. (2004). Mode of foreign entry, technology transfer, and FDI policy. Journal of Development Economics, 75(1), 95–111. doi:10.1016/j.jdeveco.2003.08.002.

Melo, I., Ferreira-Lopes, A., & Monteiro, H. (2015). Regional and sectoral foreign direct investment in Portugal since joining the European union: A dynamic portrait. *Review of Urban & Regional Development Studies*, *27*(3), 197-229.

Meyer, R. (1996). "The Internationalization Process of the Firm Revisited: Explaining Patterns of Geographic Sales Expansion, Management Report, 300, Erasmus University, Roterdam.

Milheiro, E. & Santos, J. (2005). O Turismo em Portugal: que passado? Que futuro?. Aprender. 119-125.

Moreira, A. C., Dias, A. F. A. (2008). "Investimento directo do estrangeiro em Portugal: uma perspectiva histórica", Economia Global e Gestão, 13 (1): 23-42.

Moreira, C. O. (2018). Portugal as a tourism destination. Paths and trends. *Méditerranée. Revue géographique des pays méditerranéens/Journal of Mediterranean geography*, (130).

OCDE. (1994). "OECD Reviews on foreign direct investment, Portugal".

OCDE. (2008). OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment 2008 (4th ed.): OECD Publishing-

Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism management*, *26*(1), 39-44.

Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1997). Challenges for internationalization process theory: The case of international new ventures. MIR: Management International Review, 85-99.

Pablo-Romero, M. D. P., & Molina, J. A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, *8*, 28-41.

Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations and Firms, Free Press, New York.

Raff, H., Ryan, M., & Stähler, F. (2009). The choice of market entry mode: Greenfield investment, M&A and joint venture. International Review of Economics & Finance, 18(1), 3–10. doi:10.1016/j.iref.2008.02.006.

Ramos, D. & Costa, C. (2017). Turismo: tendências de evolução. PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP. 10. 21. 10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33.

Ravinthirakumaran, K., Selvanathan, E. A., Selvanathan, S., & Singh, T. (2019). Tourism and Foreign Direct Investment Inflows in Sri Lanka. *South Asia Economic Journal*, *20*(2), 248-273.

Rennie, M. W. (1993). Born global. The McKinsey Quarterly, (4), 45-53.

Ricardo, D. (1817). On the Principles of Political Economy and Taxation, John Murray, London

Rugman, A. M. (1979). International Diversification and the Multinational Enterprise, New York, Lexington Books.

Serra, J., Correia, A., & Rodrigues, P. M. M. (2014). A comparative analysis of tourism destination demand in Portugal. Journal of Destination Marketing & Management, 2(4), 221–227. doi:10.1016/j.jdmm.2013.10.002.

Simões, C., Esperança, J.P. & Simões, V. C. (2013). Horizonte Internacionalizar: Guia para PME.

Smith, A. (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of the Nations, William Clowes and Sons, London, disponível em http://books.google.co.uk/

Sokhanvar, A. (2019). Does foreign direct investment accelerate tourism and economic growth within Europe?. *Tourism Management Perspectives*, *29*, 86-96.

Tang, S., Selvanathan, E. A., & Selvanathan, S. (2007). The relationship between foreign direct investment and tourism: empirical evidence from China. *Tourism economics*, *13*(1), 25-39.

Teixeira, A. A., & Tavares-Lehmann, A. T. (2014). Human capital intensity in technology-based firms located in Portugal: Does foreign ownership matter?. *Research Policy*, *43*(4), 737-748.

Tiwari, A. (2011). Tourism, Exports and FDI as a Means of Growth: Evidence from four Asian Countries. *Romanian Economic Journal*, *14*(40).

Turismo de Portugal (2017a). Travel BI, Turismo de Portugal, IP, Direção de Gestão e Conhecimento.

Turismo de Portugal (2017b). "Estratégia Turismo 2027, Liderar o Turismo do Futuro.".

Turismo de Portugal (2018a). Travel BI, Turismo de Portugal, IP, Direção de Gestão e Conhecimento.

Turismo de Portugal (2018b). Relatório de Sustentabilidade 2017.

Turismo de Portugal (2020). "Plano de Ação para o desenvolvimento do Turismo em Portugal".

Vernon, R. (1966). International trade and international investment in the product cycle. Quarterly journal of economics, 80(2), 190-207.

Welch, L. S., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. Journal of General Management, 14(2), 34–55. doi:10.1177/030630708801400203.

World Investment Report (2007). Transnational Corporations, Extractive Industries and Development, Definitions and Sources. UNCTAD.

World Tourism Organization (2008). UNWTO International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York.

World Tourism Organization (2019a). UNWTO. Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420858.

World Tourism Organization (2019b). UNWTO. World Tourism Barometer and Statistical Annex, (2019b), UNWTO.

Xiu-qiong, W., Xiao-jie, W., Hai-lin, L., & Tie-bo, S. (2010). Optimal Market Entry Modes for Multinationals: Export Trade, Greenfield Investment, M&A or Joint Venture. 2010 3rd International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering. doi:10.1109/iciii.2010.248.

7.1. Webgrafia

AICEP, Agência para o Investimento e Comércio Externos de Portugal (2018), Glossário http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Glossario/Paginas/Glossario.aspx. Acedido a 31 de Março de 2020.

CFI (Corporate Finance Institute), Greenfield Investment, acessado em 24 de Abril de 2020, em https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/greenfield-investment/.

8. Anexos

ANEXO 1 - TABELA RESUMIDAS DOS TESTES DE ESTACIONARIDADE

Variável	P-value para as variáveis em logaritmos	Estacionaridade	P-value para as variáveis em primeiras diferenças	Estacionaridade
IDE	>0,10	Estacionária	>0,10	Estacionária
Nº de Turistas	0,015	Não Estacionária	0,057	Estacionária
Receitas do Turismo	<0,01	Não Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcPT	>0,10	Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcBR	0,024	Não Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcAlemanha	<0,01	Não Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcEspanha	>0,10	Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcFrança	0,012	Não Estacionária	>0,10	Estacionária
PIBpcUK	0,026	Não Estacionária	>0,10	Estacionária

ANEXO 2 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO PELO MÉTODO OLS

Modelo 2: Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: TxIDE

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p	
const	0,0123836	0,0101875	1,216	0,2588	
d_l_NumeroTurist~	−0,133118	0,0772244	−1,724	0,1230	
d_l_ReceitasTuri~	0,114992	0,0516579	2,226	0,0566	*
d_l_PIBpcPT	0,884431	0,707323	1,250	0,2465	
d_l_PIBpcBR	−0,486450	0,236812	−2,054	0,0740	*
d_l_PIBpcAlemanha	0,893344	0,456807	1,956	0,0862	*
d_l_PIBpcEspanha	−1,40814	0,917254	−1,535	0,1633	
d_l_PIBpcFranca	−2,03365	1,14633	−1,774	0,1140	
d_l_PIBpcUK	1,08077	0,613952	1,760	0,1164	
Crise	−0,0181487	0,0184914	−0,9815	0,3551	

Média var. dependente	−0,000150	D.P. var. dependente	0,012814
Soma resíd. quadrados	0,001168	E.P. da regressão	0,012085
R-quadrado	0,581464	R-quadrado ajustado	0,110611
F(9, 8)	1,234916	valor P(F)	0,388352
Log. da verosimilhança	61,24214	Critério de Akaike	−102,4843
Critério de Schwarz	−93,58055	Critério Hannan-Quinn	−101,2566
rho	−0,210674	Durbin-Watson	2,416377

Excluindo a constante, o valor p foi o maior para a variável 29 (Crise)

ANEXO 3 - TESTE DE WHITE PARA A HETEROCESDATICIDADE

Teste de White para a heterocedasticidade
Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: uhat^2

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p
const	-0,000202595	0,000166141	-1,219	0,4373
d_l_NumeroTurist~	0,00369968	0,00160289	2,308	0,2603
d_l_ReceitasTuri~	0,00205451	0,00112012	1,834	0,3178
d_l_PIBpcPT	-0,000218445	0,00926902	-0,02357	0,9850
d_l_PIBpcBR	0,00732877	0,00292858	2,502	0,2420
d_l_PIBpcAlemanha	-0,0127860	0,00764935	-1,672	0,3432
d_l_PIBpcEspanha	0,00793841	0,0147890	0,5368	0,6864
d_l_PIBpcFranca	-0,00404595	0,0315455	-0,1283	0,9188
d_l_PIBpcUK	0,00271115	0,0113490	0,2389	0,8507
sq_d_l_NumeroTur~	-0,0183356	0,0111727	-1,641	0,3484
sq_d_l_ReceitasT~	-0,00989861	0,00454811	-2,176	0,2742
sq_d_l_PIBpcPT	0,0404427	0,218951	0,1847	0,8837
sq_d_l_PIBpcBR	-0,0392000	0,0275130	-1,425	0,3896
sq_d_l_PIBpcAlem~	0,258295	0,101548	2,544	0,2385
sq_d_l_PIBpcEspa~	0,389637	0,326772	1,192	0,4443
sq_d_l_PIBpcFran~	-0,719064	1,36123	-0,5282	0,6906
sq_d_l_PIBpcUK	-0,0553656	0,536099	-0,1033	0,9345

R-quadrado não-ajustado = 0,975442

Estatística de teste: TR^2 = 17,557959,
com valor p = P(Qui-quadrado(16) > 17,557959) = 0,350409

ANEXO 4 - TESTE PARA A AUTOCORRELAÇÃO

```
Teste de Breush-Godfrey para autocorrelação de primeira-ordem
Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: uhat

                     coeficiente   erro padrão  rácio-t   valor p
  ------------------------------------------------------------------
  const              -0,000617116  0,00557074   -0,1108   0,9145
  d_l_NumeroTurist~   0,00765438   0,0838949     0,09124  0,9295
  d_l_ReceitasTuri~   0,00300442   0,0538716     0,05577  0,9569
  d_l_PIBpcPT        -0,0288064    0,654531     -0,04401  0,9660
  d_l_PIBpcBR         0,0268579    0,257379      0,1044   0,9195
  d_l_PIBpcAlemanha  -0,0230030    0,313922     -0,07328  0,9434
  d_l_PIBpcEspanha    0,0408138    0,744097      0,05485  0,9576
  d_l_PIBpcFranca     0,0892660    0,901326      0,09904  0,9235
  d_l_PIBpcUK        -0,0792220    0,618065     -0,1282   0,9012
  uhat_1             -0,162880     0,507560     -0,3209   0,7565

  R-quadrado não-ajustado = 0,012709

Estatística de teste: LMF = 0,102982,
com valor p = P(F(1,8) > 0,102982) = 0,757

Estatística alternativa: TR^2 = 0,228765,
com valor p = P(Qui-quadrado(1) > 0,228765) = 0,632

Ljung-Box Q' = 0,128929,
com valor p = P(Qui-quadrado(1) > 0,128929) = 0,72
```

ANEXO 5 - TESTE PARA A ESPECIFICAÇÃO (TESTE RESET)

Regressão auxiliar para o teste de especificação RESET
Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: TxIDE

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p
const	−0,00127825	0,00569524	−0,2244	0,8288
d_l_NumeroTurist~	0,125403	0,161183	0,7780	0,4620
d_l_ReceitasTuri~	−0,117187	0,139260	−0,8415	0,4279
d_l_PIBpcPT	−0,390491	0,772007	−0,5058	0,6285
d_l_PIBpcBR	0,114909	0,366698	0,3134	0,7631
d_l_PIBpcAlemanha	−0,108502	0,444444	−0,2441	0,8141
d_l_PIBpcEspanha	0,498177	0,965296	0,5161	0,6217
d_l_PIBpcFranca	1,15511	1,49292	0,7737	0,4644
d_l_PIBpcUK	−0,774973	0,979353	−0,7913	0,4547
yhat^2	−37,6808	32,5997	−1,156	0,2857
yhat^3	6098,62	3276,72	1,861	0,1050

Estatística de teste: F = 1,732037,
com valor p = P(F(2,7) > 1,73204) = 0,245

ANEXO 6 - TESTE DE CHOW PARA FALHA ESTRUTURAL EM 2008

Regressão aumentada para o teste de Chow
Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: TxIDE
Omitido devido a colinearidade exacta: sd_d_l_PIBpcFranca sd_d_l_PIBpcUK

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p
const	−0,178464	0,248572	−0,7180	0,5473
d_l_NumeroTurist~	−0,0301083	0,748526	−0,04022	0,9716
d_l_ReceitasTuri~	0,191221	0,433284	0,4413	0,7021
d_l_PIBpcPT	−5,76187	4,31368	−1,336	0,3134
d_l_PIBpcBR	3,11963	3,19672	0,9759	0,4320
d_l_PIBpcAlemanha	−0,206100	4,49018	−0,04590	0,9676
d_l_PIBpcEspanha	7,53626	12,1749	0,6190	0,5990
d_l_PIBpcFranca	−1,14345	1,35383	−0,8446	0,4873
d_l_PIBpcUK	0,971058	0,942461	1,030	0,4111
splitdum	0,181981	0,250909	0,7253	0,5437
sd_d_l_NumeroTur~	−0,124735	0,812317	−0,1536	0,8921
sd_d_l_ReceitasT~	−0,0773648	0,417768	−0,1852	0,8702
sd_d_l_PIBpcPT	6,79031	4,54109	1,495	0,2735
sd_d_l_PIBpcBR	−3,67205	3,30504	−1,111	0,3822
sd_d_l_PIBpcAlem~	0,724857	4,70204	0,1542	0,8916
sd_d_l_PIBpcEspa~	−8,92466	12,4075	−0,7193	0,5467

Média var. dependente	−0,000150	D.P. var. dependente	0,012814
Soma resíd. quadrados	0,000355	E.P. da regressão	0,013326
R-quadrado	0,872773	R-quadrado ajustado	-0,081426
F(15, 2)	0,914665	valor P(F)	0,639620
Log. da verosimilhança	71,95927	Critério de Akaike	−111,9185
Critério de Schwarz	−97,67260	Critério Hannan-Quinn	−109,9542
rho	−0,159769	Durbin-Watson	2,230935

Teste de Chow para a falha estrutural na observação 2008
F(7, 2) = 0,767371 com valor p 0,6697

ANEXO 7 - TESTE DE CHOW PARA FALHA ESTRUTURAL EM 2012

```
Regressão aumentada para o teste de Chow
Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: TxIDE
Omitido devido a colinearidade exacta: sd_d_l_PIBpcFranca sd_d_l_PIBpcUK

                      coeficiente   erro padrão  rácio-t   valor p
  ------------------------------------------------------------------
  const                -0,00161953   0,0306975   -0,05276  0,9627
  d_l_NumeroTurist~    -0,117710     0,317266    -0,3710   0,7462
  d_l_ReceitasTuri~     0,0986124    0,140231     0,7032   0,5548
  d_l_PIBpcPT           0,153605     2,78055      0,05524  0,9610
  d_l_PIBpcBR          -0,119396     1,63004     -0,07325  0,9483
  d_l_PIBpcAlemanha     0,663537     0,619264     1,071    0,3961
  d_l_PIBpcEspanha     -0,174310     2,84411     -0,06129  0,9567
  d_l_PIBpcFranca      -1,93270      2,01705     -0,9582   0,4391
  d_l_PIBpcUK           0,689789     1,65879      0,4158   0,7179
  splitdum             -0,0372716    0,130842    -0,2849   0,8025
  sd_d_l_NumeroTur~     0,309340     0,879646     0,3517   0,7587
  sd_d_l_ReceitasT~    -0,828477     2,09461     -0,3955   0,7307
  sd_d_l_PIBpcPT       10,1596      19,9686       0,5088   0,6615
  sd_d_l_PIBpcBR       -2,62490      3,97307     -0,6607   0,5767
  sd_d_l_PIBpcAlem~     7,18437     17,1763       0,4183   0,7164
  sd_d_l_PIBpcEspa~   -12,5344      24,0478      -0,5212   0,6542

Média var. dependente  -0,000150   D.P. var. dependente    0,012814
Soma resíd. quadrados   0,000882   E.P. da regressão       0,020995
R-quadrado              0,684198   R-quadrado ajustado    -1,684314
F(15, 2)                0,288873   valor P(F)              0,941942
Log. da verosimilhança  63,77697   Critério de Akaike     -95,55395
Critério de Schwarz    -81,30800   Critério Hannan-Quinn  -93,58962
rho                     0,011142   Durbin-Watson           1,953501

Teste de Chow para a falha estrutural na observação 2012
  F(7, 2) = 0,138541 com valor p 0,9801
```

ANEXO 8 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO PELO MÉTODO OLS COM A VARIÁVEL *DUMMY* (CRISE)

Modelo 2: Mínimos Quadrados (OLS), usando as observações 2001-2018 (T = 18)
Variável dependente: TxIDE

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p	
const	0,0123836	0,0101875	1,216	0,2588	
d_l_NumeroTurist~	-0,133118	0,0772244	-1,724	0,1230	
d_l_ReceitasTuri~	0,114992	0,0516579	2,226	0,0566	*
d_l_PIBpcPT	0,884431	0,707323	1,250	0,2465	
d_l_PIBpcBR	-0,486450	0,236812	-2,054	0,0740	*
d_l_PIBpcAlemanha	0,893344	0,456807	1,956	0,0862	*
d_l_PIBpcEspanha	-1,40814	0,917254	-1,535	0,1633	
d_l_PIBpcFranca	-2,03365	1,14633	-1,774	0,1140	
d_l_PIBpcUK	1,08077	0,613952	1,760	0,1164	
Crise	-0,0181487	0,0184914	-0,9815	0,3551	

Média var. dependente	-0,000150	D.P. var. dependente	0,012814
Soma resíd. quadrados	0,001168	E.P. da regressão	0,012085
R-quadrado	0,581464	R-quadrado ajustado	0,110611
F(9, 8)	1,234916	valor P(F)	0,388352
Log. da verosimilhança	61,24214	Critério de Akaike	-102,4843
Critério de Schwarz	-93,58055	Critério Hannan-Quinn	-101,2566
rho	-0,210674	Durbin-Watson	2,416377

Excluindo a constante, o valor p foi o maior para a variável 29 (Crise)

ANEXO 9 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO (VAR) PARA VARIÁVEL TXIDE

```
Sistema VAR, grau de desfasamento 1
Estimativas Mínimos Quadrados (OLS), observações 2002-2018 (T = 17)
Log. da verosimilhança = 216,33532
Determinante da matriz de covariâncias = 1,0393949e-016
AIC = -20,7453
BIC = -18,7848
HQC = -20,5505
Teste de Portmanteau: LB(4) = 80,6264, gl = 48 [0,0022]

Equação 1: TxIDE

                     coeficiente  erro padrão  rácio-t  valor p
  ------------------------------------------------------------
  const              -0,00561496  0,00630092  -0,8911  0,4024
  TxIDE_1            -1,05250     0,498649    -2,111   0,0727  *
  d_l_NumeroTuri~_1   0,111600    0,0913359    1,222   0,2613
  d_l_ReceitasTu~_1  -0,0627217   0,0701717   -0,8938  0,4011
  d_l_PIBpcPT_1      -0,0511462   0,341095    -0,1499  0,8850
  d_l_PIBpcBR         0,179721    0,253681     0,7085  0,5016
  d_l_PIBpcAlemanha  -0,495054    0,408805    -1,211   0,2652
  d_l_PIBpcEspanha   -0,484768    0,354935    -1,366   0,2143
  d_l_PIBpcFranca     1,77466     1,22254      1,452   0,1899
  d_l_PIBpcUK        -0,286036    0,517892    -0,5523  0,5979

Média var. dependente -0,000030   D.P. var. dependente   0,013198
Soma resíd. quadrados  0,001202   E.P. da regressão      0,013103
R-quadrado             0,568759   R-quadrado ajustado    0,014306
F(9, 7)                1,025802   valor P(F)             0,498222
rho                   -0,329573   Durbin-Watson          2,354651

Testes-F com zero restrições:

Todos os desfasamentos de TxIDE                F(1, 7) =   4,4551 [0,0727]
Todos os desfasamentos de d_l_NumeroTurist~    F(1, 7) =   1,4930 [0,2613]
Todos os desfasamentos de d_l_ReceitasTuri~    F(1, 7) =  0,79894 [0,4011]
Todos os desfasamentos de d_l_PIBpcPT          F(1, 7) = 0,022484 [0,8850]
```

ANEXO 10 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO (VAR) PARA VARIÁVEL Nº DE TURISTAS

Equação 2: d_l_NumeroTuristas

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p	
const	0,0362235	0,0227333	1,593	0,1551	
TxIDE_1	2,48845	1,79909	1,383	0,2091	
d_l_NumeroTuri~_1	0,656852	0,329534	1,993	0,0865	*
d_l_ReceitasTu~_1	-0,408642	0,253175	-1,614	0,1505	
d_l_PIBpcPT_1	-0,638154	1,23065	-0,5186	0,6201	
d_l_PIBpcBR	0,0421618	0,915264	0,04607	0,9645	
d_l_PIBpcAlemanha	0,910569	1,47494	0,6174	0,5565	
d_l_PIBpcEspanha	0,826812	1,28058	0,6457	0,5391	
d_l_PIBpcFranca	-1,63253	4,41085	-0,3701	0,7222	
d_l_PIBpcUK	0,925088	1,86852	0,4951	0,6357	

Média var. dependente	0,064661	D.P. var. dependente	0,067871
Soma resíd. quadrados	0,015645	E.P. da regressão	0,047276
R-quadrado	0,787729	R-quadrado ajustado	0,514809
F(9, 7)	2,886301	valor P(F)	0,088086
rho	-0,368721	Durbin-Watson	2,721218

Testes-F com zero restrições:

Todos os desfasamentos de TxIDE	F(1, 7) =	1,9131 [0,2091]
Todos os desfasamentos de d_l_NumeroTurist~	F(1, 7) =	3,9731 [0,0865]
Todos os desfasamentos de d_l_ReceitasTuri~	F(1, 7) =	2,6052 [0,1505]
Todos os desfasamentos de d_l_PIBpcPT	F(1, 7) =	0,26890 [0,6201]

ANEXO 11 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO (VAR) PARA VARIÁVEL RECEITAS DO TURISMO

Equação 3: d_l_ReceitasTurismo

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p	
const	-0,0270666	0,0292904	-0,9241	0,3862	
TxIDE_1	1,30232	2,31802	0,5618	0,5918	
d_l_NumeroTuri~_1	1,19026	0,424583	2,803	0,0264	**
d_l_ReceitasTu~_1	-0,875787	0,326199	-2,685	0,0313	**
d_l_PIBpcPT_1	2,54108	1,58561	1,603	0,1531	
d_l_PIBpcBR	3,46809	1,17926	2,941	0,0217	**
d_l_PIBpcAlemanha	-3,16951	1,90037	-1,668	0,1393	
d_l_PIBpcEspanha	-0,948404	1,64995	-0,5748	0,5834	
d_l_PIBpcFranca	4,98713	5,68310	0,8775	0,4093	
d_l_PIBpcUK	1,76576	2,40747	0,7334	0,4871	

Média var. dependente	0,061830	D.P. var. dependente	0,090156
Soma resíd. quadrados	0,025972	E.P. da regressão	0,060912
R-quadrado	0,800293	R-quadrado ajustado	0,543527
F(9, 7)	3,116818	valor P(F)	0,074015
rho	-0,370497	Durbin-Watson	2,628057

Testes-F com zero restrições:

Todos os desfasamentos de TxIDE	F(1, 7) =	0,31565 [0,5918]
Todos os desfasamentos de d_l_NumeroTurist~	F(1, 7) =	7,8589 [0,0264]
Todos os desfasamentos de d_l_ReceitasTuri~	F(1, 7) =	7,2083 [0,0313]
Todos os desfasamentos de d_l_PIBpcPT	F(1, 7) =	2,5683 [0,1531]

ANEXO 12 - RESULTADOS DA ESTIMAÇÃO (VAR) PARA VARIÁVEL PIBPC DE PORTUGAL

Equação 4: d_l_PIBpcPT

	coeficiente	erro padrão	rácio-t	valor p	
const	-0,00369053	0,00219894	-1,678	0,1372	
TxIDE_1	-0,255898	0,174022	-1,470	0,1849	
d_l_NumeroTuri~_1	0,127825	0,0318750	4,010	0,0051	***
d_l_ReceitasTu~_1	-0,0599276	0,0244890	-2,447	0,0443	**
d_l_PIBpcPT_1	-0,270986	0,119038	-2,276	0,0569	*
d_l_PIBpcBR	0,386036	0,0885313	4,360	0,0033	***
d_l_PIBpcAlemanha	-0,446697	0,142667	-3,131	0,0166	**
d_l_PIBpcEspanha	1,06760	0,123868	8,619	5,65e-05	***
d_l_PIBpcFranca	1,46685	0,426651	3,438	0,0109	**
d_l_PIBpcUK	-1,07461	0,180738	-5,946	0,0006	***

Média var. dependente	0,005848	D.P. var. dependente	0,020788
Soma resíd. quadrados	0,000146	E.P. da regressão	0,004573
R-quadrado	0,978829	R-quadrado ajustado	0,951608
F(9, 7)	35,95951	valor P(F)	0,000049
rho	-0,155213	Durbin-Watson	2,000526

Testes-F com zero restrições:

Todos os desfasamentos de TxIDE	F(1, 7) =	2,1624 [0,1849]
Todos os desfasamentos de d_l_NumeroTurist~	F(1, 7) =	16,082 [0,0051]
Todos os desfasamentos de d_l_ReceitasTuri~	F(1, 7) =	5,9884 [0,0443]
Todos os desfasamentos de d_l_PIBpcPT	F(1, 7) =	5,1823 [0,0569]