

MESTRADO

ECONOMIA E ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Presença espanhola no setor do olival na região do Alqueva

Libânia Maria Pinto de Sousa

M

2021



Presença espanhola no setor do olival na região do Alqueva

Libânia Maria Pinto de Sousa

Dissertação

Mestrado em Economia e Administração de Empresas

Orientado por

Prof.a Doutora Raquel Meneses

2021

Agradecimentos

Começo por agradecer às pessoas que foram essenciais neste percurso, demonstrando a minha gratidão e apreço.

Aos meus pais e avós, pelo apoio, paciência, e palavras de incentivo para continuar o meu percurso académico.

Um especial, obrigada à minha orientadora, Prof^a Doutora Raquel Meneses, pelas sugestões ao longo destes últimos meses, ensinamentos, estou-lhe eternamente grata.

Aos meus amigos mais próximos, de longa data e aos que fiz durante o meu percurso académico, pelas palavras de apoio e por alegrarem os meus dias.

Aos entrevistados pela predisposição e simpatia nas entrevistas.

A todos o meu mais sincero obrigada.

Resumo

A presente dissertação versa sobre a presença espanhola no Alentejo e tem como objetivo estudar os motivos que levam as multinacionais espanholas a investir no setor do olival no Alentejo.

Com a adesão dos países ibéricos à União Europeia o fluxo de IDE entre Portugal e Espanha aumentou. No entanto, apesar de fazerem fronteira e a distância ser biunívoca, o fluxo de IDE entre os países ibéricos tem uma discrepância elevada, o investimento realizado por Espanha em Portugal é relativamente muito superior. Para que se pudesse compreender melhor em profundidade o porquê das opções tomadas, decidiu-se centrar o estudo apenas num setor e numa área, mais precisamente decidiu-se estudar a presença espanhola no olival alentejano. Este estudo torna-se essencial porque Espanha é o maior produtor de azeite do mundo e no que se refere à área de olival no Alentejo é o investidor estrangeiro com maior presença.

A metodologia aplicada é qualitativa, com recolha de dados primários através de entrevistas semiestruturadas realizadas quer a empresas espanholas com presença no setor do azeite no Alentejo quer a outros agentes portugueses, e ainda dados secundários, com o objetivo de identificar os principais motivos de internacionalização para Portugal e estabelecer uma relação com os motivos existentes na literatura.

De acordo com a análise das entrevistas, a disponibilidade e segurança de água, o preço e a disponibilidade de terra, os apoios da UE e a modernidade/tecnologia são as grandes razões que levam os espanhóis a investir no setor do azeite no Alentejo.

O estudo poderá contribuir futuramente para a ajuda na tomada de decisão de modo a atrair mais investimento estrangeiro no Alentejo, visto que está previsto aumentar a zona de regadio no Alqueva, aumentando as zonas disponíveis para investir.

Palavras chave: Investimento direto estrangeiro, internacionalização, empresas espanholas, motivos, olival, modelo de Uppsala, Paradigma de OLI, Modelo Cage.

Abstract

The present dissertation consists of the Spanish presence in Alentejo and aims at studying the reasons that motivate Spanish multinationals to invest in the olive grove sector in Alentejo.

IDE flow between Portugal and Spain increased with the entrance of Iberic countries in the European Union. Although, despite sharing a frontier there is a discrepancy in the IDE flow between the two Iberic countries since the Spanish investment in Portugal is highly superior. To better understand this type of decisions, the present study was focused on a single sector and area, namely the Spanish presence in the Alentejo olive grove. This study reveals itself essential since Spain is the biggest olive oil producer in the world and is the most important foreign investor in the Alentejo olive grove.

The applied methodology is qualitative in which the primary data is collected through semi structured interviews with Spanish corporations with a presence in the olive oil sector in Alentejo or other Portuguese agents. Secondary data is also collected to identify the main motivation for the internationalization into Portugal and establish a relationship with prior motives present in the literature.

Accordingly to the interviews water availability and security, land prices and availability, European Union monetary support and modernity/technology are some of the most important motives that drive the Spanish companies to invest in the olive oil sector in Alentejo.

This study might help the decision making in the future to attract more foreign investment in Alentejo since the irrigated area in Alqueva is expected to be expanded resulting in more available areas to invest in.

Keywords: Foreign direct investment, internationalization, spanish companies, motives, olive grove, Uppsala model, OLI paradigm, Cage model.

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

AICEP	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
CAGE	Cultural, Administrativa / política, Geográfica e Económica
CEE	Comunidade Económica Europeia
DGADR	Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural
DGAV	Direção Geral de Agricultura e Veterinária
EDIA	Empresa Empresa de desenvolvimento e Infraestruturas do Alqueva
EFMA	Empreendimentos fins múltiplos do Alqueva
ELETEM	EL- Local, ET- <i>Timing</i> , EM - Modo de entrada
IDE	Investimento Direto Estrangeiro
IED	Fatores de decisão de entrada de internalização
INIAV	Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária
IT	Tecnologias da informação
LED	Fatores de decisão de entrada local
OED	Fatores de decisão de entrada de propriedade
OLI	<i>Ownership, Location, Internalisation</i>
OLIVUM	Associação de olivicultores do Sul
UE	União Europeia
Unctad	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
PDR2020	Programa de Desenvolvimento Rural
PMEs	Pequenas e médias empresas
P&D	Pesquisa e desenvolvimento
PRODER	Programa de Desenvolvimento Rural
SED	Fatores de decisão de especialização

Índice

1.	Introdução	1
2.	Revisão de Literatura	4
2.1	Teorias da Internacionalização	4
2.1.1	Modelo de internacionalização de Uppsala	4
2.1.2	O modelo CAGE	6
2.1.3	Paradigma Eclético de OLI	7
2.1.4	Nova Teoria do Comércio	10
2.1.5	Abordagem Institucional	11
2.2	Motivações para a internacionalização	12
2.3	O IDE em Portugal	16
2.4	Síntese	16
2.5	Evolução do Investimento Direto Estrangeiro (IDE) em Portugal	20
3.	Metodologia	23
3.1	Coleta de dados	23
3.2	Entidades entrevistadas	23
3.2.1	Empresa A	24
3.2.2	Empresa B	24
3.2.3	Empresa C	24
3.2.4	Lagar Vale Formoso	25
3.2.5	Empresa D	25
3.2.6	Olivum - Associação de Olivicultores do Sul	26
3.2.7	EDIA	26
3.2.8	Consulai	27
3.2.9	Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo	27
3.2.10	Câmara Municipal de Évora	27
3.3	Fontes secundárias	27

3.4 Procedimento	28
3.5 Análise e tratamento dos dados	29
4. Resultados	30
4.1 Apresentação dos Resultados	31
4.2 Discussão dos resultados	34
5. Conclusão	52
6. Referências	56
7. Anexos	62
7.1 Guião das entrevistas	64

Índice de Figuras

Figura 1: Evolução do IDE em Portugal realizado por Espanha	21
Figura 2: Origem do Investimento em Olival no EFMA em 2020	35

Índice de Tabelas

Tabela 1: Síntese das motivações da revisão de literatura	17
Tabela 2: Posição (stock) de Investimento Direto entre Portugal e Espanha- Princípio Direcional.....	22
Tabela 3: Fontes secundárias.....	28
Tabela 4: Motivações para os espanhóis investirem no olival na área do Alqueva	31
Tabela 5: Investimento direto estrangeiro em Portugal	62

1. Introdução

De acordo com a definição do United Nations Conference on Trade and Development (Unctad, 2019), o Investimento direto Estrangeiro (IDE) é um investimento de longa duração realizado por um residente num determinado país (investidor direto estrangeiro), numa empresa residente noutro país e os fluxos de IDE correspondem ao capital do investidor direto estrangeiro fornecido e recebido pela filial¹.

A escolha da localização pelas multinacionais para a realização de IDE é objeto de estudo intenso há décadas (Nielsen, Asmussen, & Weatherall, 2017). O investimento direto estrangeiro impulsiona a economia (Leitão & Rasekhi, 2013; Moreira & Dias, 2008) uma vez que promove a competitividade e crescimento económico (Makiela & Ouattara, 2018). Pode, pois, afirmar-se que o IDE vai muito além de uma mera entrada de capital no país, o IDE aumenta o emprego (Makiela & Ouattara, 2018), facilita o acesso a tecnologias mais avançadas e o *know-how* (Hong, Lee e Makino, 2019).

Apesar da globalização não ser um fenómeno novo, atualmente, torna-se cada vez mais importante e as relações entre os países têm cada vez mais relevância. As empresas para se tornarem competitivas têm como opção a expansão internacional. Partindo do princípio que o investimento é mais atraente dependendo dos fatores que o país de destino tem para oferecer, as empresas ao internacionalizarem optam por escolher o país que lhe traga mais benefícios, pretendendo localizar a sua produção no melhor local possível, de modo a tirar partido de custos e qualidade dos fatores de produção, por exemplo, mão-de-obra mais barata, acesso a energia e capital (Dunning, 1988; Castro, 2000; Ermolaeva, Nefedov, Panibratov & Viktorov, 2019; Tocar, 2018).

O IDE realizado em Portugal provém maioritariamente da União Europeia e o facto de ambos os países ibéricos estarem inseridos na União Europeia e fazerem fronteira é uma excelente razão para os fluxos de investimento entre eles. E visto que, a distância entre Portugal e Espanha é biunívoca, ou seja, a distância entre Portugal e Espanha é a mesma que entre Espanha e Portugal seria de esperar que as trocas de IDE fossem equivalentes. No entanto, o investimento efetuado por Espanha em Portugal é relativamente muito superior.

¹UNCTAD (2019). Fact sheet #9: Foreign direct investment. https://unctad.org/en/PublicationChapters/tdstat44_FS09_en.pdf

Antes da entrada dos países ibéricos na Comunidade Económica Europeia (CEE) já se verificavam relações económicas entre ambos. No entanto, na década de 1980 com adesão de Portugal e Espanha à CEE houve um enorme reforço destas relações. Apesar dos países beneficiarem de proximidade geográfica e do investimento espanhol em Portugal ter aumentado na década de 1980 o contrário não se verificou, Portugal continuava a apresentar baixo nível de investimento direto em Espanha (Ferrão & Fonseca, 1989).

Posteriormente tem-se verificado uma oscilação do fluxo de IDE proveniente de Espanha, justificado pela instabilidade política e económica que se tem vivido ao longo dos anos. Recorrendo aos dados fornecidos pelo Banco de Portugal verificou-se, até, que no período de 2008-2010 houve algum desinvestimento espanhol em Portugal. Este desinvestimento deveu-se à crise económica no ano de 2007 que gerou incerteza nos investidores e que poderá ter criado dificuldades de financiamento às empresas.

Em Portugal, depois de uma queda abrupta do IDE espanhol no final do ano de 2017, nos dois anos seguintes as entradas de IDE aumentaram, embora com pequenas oscilações, o que indica que estes fluxos estão associados a estratégias de mercado.

No caso específico de Portugal, o ambiente e a regulação europeia influenciam os fluxos de entrada de IDE. Este IDE contribuiu positivamente para o desenvolvimento das empresas portuguesas ao gerar novas atividades e competências de trabalho nas empresas (Lopes & Simões, 2020). Dado que o caso português ainda é pouco estudado em comparação com outras economias, e o IDE tem um forte impacto nas economias dos países, para que haja um conhecimento mais profundo, esta dissertação foca-se na presença das empresas espanholas no setor do azeite no Alentejo. Sendo que a questão de investigação que se pretende responder é: “Quais os motivos que levam as empresas espanholas a investirem no setor do olival no Alentejo?”

Nas últimas décadas, verificou-se um aumento tanto da produção como do consumo de azeite. A notoriedade do azeite pelas suas qualidades nutricionais e para a saúde e a modernização dos lagares e dos sistemas de processo tem permitido aumentar a competitividade, contribuindo para o crescimento da sua produção.² O setor da olivicultura no Alentejo tem destaque tanto em Portugal como no resto do mundo, como o prova os vários prémios que já foram conquistados pela qualidade distintiva do seu azeite, como por exemplo, Conselho Oleícola Internacional. Entre 2000 e 2006, Portugal beneficiou por parte

² Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP) (2017). Ficha de internacionalização. *Global Agrimar*. <https://www.gpp.pt/images/gam/1/fi/AzeiteFI.pdf>

da UE de um Programa de Nacional de Plantação de 30.000 hectares. Note-se que o Alentejo e Ribatejo são responsáveis por mais de 70% da produção de azeite em território português.³

Espanha é o maior produtor mundial de azeite, sendo responsável por mais de 50% da produção do mundo e é o principal investidor estrangeiro no Alentejo no setor do olival. Portugal está entre os 10 primeiros maiores produtores de azeitona e azeite do mundo, mais concretamente em sétimo lugar e oitavo lugar, respetivamente. No que refere à área de olival ocupa o nono lugar. As empresas do setor procuram ativamente novas áreas para as suas plantações devido ao valor de produto de mercado. Não existe outra cultura com um crescimento semelhante ao do olival e a cultura com maior área ocupada no Alentejo é olival.⁴ No ano atual, 2021, a área de rega do Alqueva ocupada por olival é 59.73%.⁵

É usada uma metodologia qualitativa através de entrevistas semiestruturadas para permitir ter respostas mais profundas. Entrevistaram-se quatro empresas espanholas com presença no Alentejo, uma empresa portuguesa com sócios espanhóis, uma associação ligada ao azeite, uma empresa pertencente ao Estado, uma consultora e duas Câmaras Municipais da região do Alentejo.

Quanto à estrutura, o primeiro capítulo corresponde à introdução. No segundo capítulo é realizada a revisão de literatura, na qual são referidas teorias de internacionalização, as motivações para a internacionalização, o IDE em Portugal bem como a sua evolução histórica. O terceiro capítulo apresenta a metodologia utilizada e o capítulo seguinte os resultados obtidos. No quinto capítulo, são apresentadas as principais conclusões do trabalho, contribuições teóricas e práticas, limitações verificadas e feitas algumas sugestões para trabalhos futuros.

³ Correia, T. (23 de outubro de 2020). *Agricultura: Arrançou a campanha da azeitona 2020/2021*. Lidador Noticias. <https://www.lidadornoticias.pt/agricultura-arrancou-a-campanha-da-azeitona-2020-2021/>

⁴ EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf

⁵ EDIA (2021). Ocupação cultural. <https://www.edia.pt/pt/o-que-e-o-alqueva/ocupacao-cultural/>

2. Revisão de Literatura

O Investimento Direto Estrangeiro (IDE) apresenta uma grande importância na economia dos países (Moreira & Dias, 2008). No longo prazo o IDE apresenta um impacto positivo pois está associado a vários benefícios, tais como, modernização da sociedade, melhoria da qualidade de vida, crescimento económico e desenvolvimento dos mercados, aumento da concorrência, mudança estrutural, desenvolvimento de certas indústrias, transferência de capital, melhoria da força de trabalho e criação de postos de trabalho e inovação tecnológica e de processos de gestão (Leitão & Rasekhi, 2013; Lopes & Simões, 2020; Makiela & Ouattara, 2018). Para Asiedu (2006), países que implementam políticas de atração de IDE promovem crescimento económico no longo prazo.

2.1 Teorias da Internacionalização

Ao longo dos anos várias são as teorias que surgem para explicar as razões que as multinacionais consideram como importantes para internacionalizar, de seguida será mencionado o modelo de internacionalização de Uppsala, o modelo de CAGE, o Paradigma Eclético de (Dunning, 1988), a Nova Teoria do Comércio e a Abordagem Institucional.

2.1.1 Modelo de internacionalização de Uppsala

É um modelo gradual, quer em termos de distância, quer em termos de modo de entrada. Este modelo, desenvolvido por Johanson e Vahlne (1977), considera dois fatores: o compromisso com o mercado externo e o conhecimento sobre os mercados externos.

O compromisso com o mercado está associado a dois aspetos, a quantidade de recursos comprometidos e o grau de comprometimento. O compromisso de mercado está relacionado com a dificuldade em encontrar um uso alternativo para os recursos. Os recursos existentes num determinado mercado são considerados um compromisso desse mercado. Quanto maior é a especialização do recurso para determinado mercado maior é o seu grau de comprometimento. A quantidade de recursos comprometidos relaciona-se com o investimento em recursos humanos, em recursos organizacionais e de marketing, entre outros (Johanson & Vahlne, 1977).

Abordando o outro fator, conhecimento sobre mercados externos, pode-se diferenciar entre conhecimento específico e conhecimento geral, as atividades internacionais requerem estes dois tipos de conhecimento. O conhecimento específico refere-se à estrutura

de mercado e padrões culturais e o conhecimento geral corresponde às técnicas de marketing e às características dos clientes (Johanson & Vahlne, 1977).

O conhecimento específico é adquirido através da experiência no mercado, enquanto o conhecimento geral pode ser utilizado de um país para o outro, é este conhecimento que permite exercer atividades semelhantes em diferentes países. O conhecimento de mercado e o compromisso estão relacionados, na medida, em que o conhecimento pode ser um recurso e quanto maior for o conhecimento sobre um certo mercado, maior se torna o compromisso com esse mercado (Johanson & Vahlne, 1977).

A distância psíquica é definida como fatores que não permitem ou dificultam o fluxo de informações entre a empresa e o mercado, são esses fatores diferenças de idiomas, cultura, educação, sistemas políticos e desenvolvimento industrial (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). A distância psíquica está, por norma, relacionada com a distância geográfica (embora haja exceções, como por exemplo, Inglaterra e Austrália estão longe geograficamente e próximos em termos de distância psíquica e os EUA e Cuba estão próximos geograficamente, mas longe em termos de distância psíquica por razões políticas) (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975).

As empresas nas práticas de negócios começam por exportar para países vizinhos ou semelhantes de modo a evitar incertezas, e com formas de entrada de baixo comprometimento, por exemplo, optam por vender no exterior através de representantes independentes em vez de criar filiais de vendas (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975).

Ao longo do processo de internacionalização as empresas passam por etapas sucessivas em que gradualmente aumentam o envolvimento internacional. Por exemplo, na primeira etapa a empresa não tem compromisso com o mercado, na segunda a empresa tem um canal de contacto com o mercado permitindo algum acesso a informações e compromisso com o mercado. Na terceira etapa, como a empresa tem um canal para o mercado, há um maior controlo da informação que passa do mercado para a empresa. A última etapa é a que apresenta maior comprometimento de recursos (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Ou seja, a empresa só iria optar por IDE ao fim de um longo caminho e depois de ter obtido experiencialmente muito conhecimento específico do mercado. Nesta abordagem tradicional do modelo de Uppsala a empresa é vista como um agente solitário, que vai fazendo o seu caminho.

Johanson e Vahlne (2009) referem o conceito de *insidership* como condição necessária para uma internacionalização bem-sucedida, em contrapartida existe o entrave de ser *outsidership*. Caso a empresa não tenha uma posição apropriada na rede é considerada *outsider*, podendo ser complicado inserir-se numa ou mais redes relevantes. O compromisso e o conhecimento continuam a ser considerados cruciais para a internacionalização, assumindo-se que os relacionamentos permitem aprender e ajudam nessa construção. Apesar da interação na rede permitir a obtenção de conhecimento, a aprendizagem experiencial continua a ser importante no processo de internacionalização.

É de salientar, as atividades comerciais e posteriormente o desenvolvimento de conhecimento e experiência podem trazer oportunidades. É crucial ter conhecimento da própria empresa e dos seus recursos internos e externos, estes últimos que estão disponíveis através de relacionamentos em rede (Johanson & Vahlne, 2009).

Desta forma existe uma cadeia de estabelecimento internacional, que implica que as empresas começam por internacionalizar para países vizinhos e com um nível de comprometimento baixo através por exemplo, de um intermediário e posteriormente vão aumentando a distância psíquica e estabelecem um compromisso mais forte (Johanson & Vahlne, 2009).

2.1.2 O modelo CAGE

Para Ghemawat (2001) a distância nas suas várias dimensões (CAGE - Cultural, Administrativa / política, Geográfica e Económica) continua a ser importante.

A distância cultural corresponde à diferença em termos de religião, normas e idioma e quanto maior as diferenças culturais entre os países, menores serão as interações económicas entre eles. A distância administrativa refere-se às leis, políticas e sistemas monetários. A integração dos países na União Europeia permitiu reduzir a distância administrativa entre os parceiros comerciais (Ghemawat, 2001).

A distância geográfica refere-se na maioria a fenómenos naturais, tais como, diferenças de fuso horário e clima, apesar de se poder também considerar fatores de origem humana que afetam a atividade económica. Esta dimensão é normalmente a que as empresas consideram em primeiro lugar, por vezes, apenas se concentram na distância física e consideram que quanto mais longe os países estiverem mais difícil será a atividade comercial

e empresarial. Por fim, a distância económica refere-se à diferença de rendimentos e recursos (Ghemawat, 2001).

De acordo com estas duas abordagens que colocam o foco na distância as trocas de IDE entre Portugal e Espanha e entre Espanha e Portugal seriam equivalentes, contudo tal não se verifica.

Apesar de a literatura ser vasta no que se refere aos determinantes que levam uma empresa a decidir realizar IDE, Assunção, Forte e Teixeira (2013) referem três teorias como as mais representativas, refere a abordagem do Paradigma Eclético (Dunning, 1988) que analisa variáveis como as infraestruturas, o capital humano, a estabilidade económica e os custos de produção. Menciona a Nova Teoria do Comércio, nesta teoria os fatores referidos são a dimensão e crescimento de mercado, abertura da economia e dotação de fatores. E a Abordagem Institucional, que inclui as seguintes determinantes, corrupção, instabilidade política, qualidade institucional e incentivos fiscais e financeiros. A partir da análise, Assunção et al. (2013) concluiu que infraestrutura, estabilidade económica, corrupção e dimensão do mercado são importantes para explicar a localização do IDE.

2.1.3 Paradigma Eclético de OLI

De acordo com o modelo OLI (*Ownership, Location, Internalization*) ou Paradigma Eclético Dunning (1988), é necessária a coexistência de vantagens de propriedade específicas da empresa (*Ownership*), vantagens de localização (*Location*) e vantagens de internalização (*Internalization*) para que a opção de IDE seja viável.

A primeira, propriedade, refere que para que seja possível às empresas de uma certa nacionalidade competirem com outras empresas de outros países, devem possuir certas vantagens específicas de competitividade ou monopolísticas e estas vantagens devem ser superiores aos custos de instalação e de operar no país estrangeiro. Ou seja, ter acesso a determinados ativos de forma privilegiada, que vão gerar receitas (Dunning, 1988). Quando uma empresa pretende realizar IDE para aumentar a sua produção no exterior as suas vantagens competitivas devem ser superiores às das empresas que se localizam no país para o qual pretende internacionalizar (Dunning, 2000).

O segundo aspeto corresponde à localização (L), as empresas optam por realizar IDE quando percebem que é mais favorável combinar as suas vantagens competitivas com fatores sejam eles de origem natural, criados ou imateriais do país destino do que com os do país

doméstico (Dunning, 2000). A propriedade L também está associada a barreiras tarifárias, custos de mão-de-obra e presença dos concorrentes (Dunning, 2001). Segundo a teoria da produção internacional, uma empresa quando decide produzir no exterior irá comparar o seu país de origem com as vantagens e desvantagens de operar noutro país, não esquecendo que a própria ação do governo tem relevância para a empresa poder operar no estrangeiro (Dunning, 1980).

O terceiro aspeto implica que é mais vantajoso explorar fora das fronteiras através da própria organização (internalização) do que transmitir a outras empresas no estrangeiro, por exemplo através de subcontratação (Dunning, 1988). As empresas quando realizam IDE exploram as suas vantagens específicas internamente (I) em vez de as venderem (Dunning, 2001).

O Paradigma Eclético consegue simplificar questões mais complexas (Cuervo-Cazurra & Narula, 2015), e são vários os estudos realizados sobre o IDE que o referem.

Mat Isa, Saman e Preece (2017) usam uma versão do modelo OLI estendido (OLI+S) para responder a três questões que se colocam no processo de internacionalização. O modelo ELETEM, a variável EL- Local (Onde entrar?), ET- Timing (Quando entrar?) e EM - Modo de entrada (Como?).

Assim às 3 dimensões clássicas, Mat Isa et al. (2017) juntam o S de especialização que neste artigo representa a participação em diferentes áreas especializadas e é medido através da razão entre o número de áreas de especialização que a empresa está envolvida e o total de áreas de especialização no setor. Esta variável mostra-se importante pois quanto maior for a diversificação de técnicas de especialização que a empresa possuir maior são as oportunidades de negócio. É de salientar, que a força internacional de uma empresa pode ser alcançada através de apenas algumas áreas de especialização, mas que são extremamente fortes (Pheng, Hongbin, & Leong, 2004).

Alguns dos fatores de decisão de entrada de propriedade (OED) que têm influência nas decisões ELETEM da empresa, são a “capacidade financeira da empresa, a sua experiência internacional, o seu histórico e vantagens competitivas, e nível de conhecimento e de P&D (pesquisa e desenvolvimento), o desempenho (ROI / Vendas / Ativos), a gestão superior, a gestão de qualidade, a atitude de risco, a reputação, a rede de negócios internacionais e a estratégia de longo prazo orientação / objetivos” (Mat Isa et al., 2017:82).

Os fatores de decisão de entrada local (LED) que interferem com as decisões ELETEM da empresa são a “atitude e intervenção do governo do país de acolhimento, potencial de lucro / atratividade do mercado, riscos económicos antecipados, relações diplomáticas entre os países de origem e de acolhimento, controlo do governo de destino, riscos não económicos previstos, procura [de construção]⁶, intensidade da concorrência do mercado e apoio financeiro dos bancos do país de origem” (Mat Isa et al., 2017:82).

Os fatores de decisão de entrada de internalização (IED) que intervêm nas decisões ELETEM são a “disponibilidade de fundos do projeto, tipos de contrato / métodos de aquisição, tipos de cliente e existência de rigorosos requisitos de qualidade do projeto” (Mat Isa et al., 2017:83).

Os fatores de decisão de entrada de especialidade (SED) que interfere com as decisões ELETEM são as seguintes, “a competência na gestão de projetos, conhecimento especializado, capacidades tecnológicas, experiência da empresa em projetos semelhantes e complexidade técnica do projeto” (Mat Isa et al., 2017:83).

De acordo com os autores, as empresas para definirem o modo de entrada mais adequado, o tempo e a localização devem apresentar elevada capacidade financeira, competência na gestão de projetos, financiamento estável para garantir a sua operação e ter em consideração os regulamentos, programas e atitudes do governo do país de destino em relação a empresas estrangeiras (Mat Isa et al., 2017).

Apesar do modelo de decisão OLI + S de Mat Isa et al. (2017) apresentar fatores importantes sobre as decisões de entrada de empresas de construção em mercados internacionais, este modelo também fornece fatores importantes que podem auxiliar pequenas e médias empresas que pretendam internacionalizar pela primeira vez, bem como empresas que já possuem experiência internacional, de modo, a facilitar a identificação de novos mercados no estrangeiro. Contudo, Mat Isa et al. (2017) referem que podem existir fatores que não foram mencionados neste estudo e que podem ser importantes para determinar em que país deve internacionalizar e qual o modo de entrada.

Ermolaeva et. al (2019) entrevistaram quatro empresas de *IT* (tecnologias de informação) russas que operam no exterior, que referiram como fatores importantes, estar mais próximo dos clientes e assim adaptar o produto russo ao mercado externo, esconder a sua origem russa, além do mencionado, de modo adquirir recursos e tornarem-se

⁶ Visto ser este o setor em análise neste trabalho.

competitivos optam por atuar em mercados que sejam bem desenvolvidos e financeiramente sustentados (Ermolaeva et al., 2019). Os autores referem que as vantagens O e vantagens I estão relacionadas, as empresas ao estarem presentes no mercado externo podem adquirir as vantagens de propriedade. Explicam que as empresas russas têm presença no Chipre não pelo facto de ser o seu mercado, mas sim para serem vistos como uma empresa europeia e não russa de modo a obter melhor regulamentação e reputação, as empresas de *IT* russas saem do seu mercado interno e passam a ter uma origem diferente. As empresas de *IT* transferiram os departamentos de marketing e vendas para o exterior, internalizando as suas vantagens de propriedade (Ermolaeva et. al., 2019).

Segundo Quer e Peng (2019), através de informação recolhida de três empresas chinesas que realizaram investimento no setor hoteleiro em Espanha até ao ano de 2016, os elementos que foram considerados mais importantes para o sucesso são, design e planeamento de qualidade (fator O), compreender a cultura (fator I), experiência internacional (fator O) e reputação internacional (fator O). Os que foram considerados menos importantes para a localização da empresa foram, ligação com a autoridade local (fator L e I), conhecimentos da língua chinesa (fator I) e conexão com empresas chinesas locais (fator L e I), sendo que esta última não foi identificada por nenhuma empresa. Para compensar as conexões locais fracas as empresas tiraram proveito de ativos específicos de propriedade, tais como, experiência e reputação. É de realçar que a maioria das empresas entrevistadas salientou mais as vantagens específicas de propriedade em contrapartida das de localização, apesar de variar de acordo com a força e foco da expansão das empresas na China (Quer & Peng, 2019).

2.1.4 Nova Teoria do Comércio

A Nova Teoria do Comércio internacional é uma extensão do paradigma OLI, que em relação ao país de origem coloca especial foco na dotação de fatores, abertura da economia e dimensão e crescimento de mercado.

Multinacionais provenientes de países mais pequenos e com dotações de fatores relativamente menores estão em desvantagem, não tanto porque são diretamente afetadas, mas porque empresas nacionais localizadas nos países "favorecido" (tamanho, dotações) têm uma vantagem (Markusen & Venables, 1998).

As empresas multinacionais são mais importantes em relação às empresas nacionais quando os países são mais semelhantes em tamanho, em dotação relativa de fatores e à medida que o rendimento mundial cresce (Markusen & Venables, 1998).

De acordo com Markusen & Venables (1998) a “Nova Teoria do Comércio” foca-se na competição entre empresas nacionais de países semelhantes, salientando que é de esperar que a atividade seja dominada por multinacionais e não por empresas nacionais.

O tamanho das economias recetoras está relacionado positivamente com o IDE. Quando se verificam os mesmos níveis de rendimento, os países maiores em termos de PIB recebem maiores quantidades de IDE (Zhang & Markusen, 1999). Na análise de uma variedade de estudos iniciais sobre IDE, o crescimento e tamanho do mercado são considerados um dos principais determinantes (Faeth, 2009).

A abertura comercial influencia positivamente o IDE nos países desenvolvidos, o que implica que os países mais abertos têm maior poder de atração (Sabir, Rafique, & Abbas, 2019).

2.1.5 Abordagem Institucional

O clima de investimento está intimamente ligado a questões como instabilidade política, corrupção, qualidade institucional e enquadramento fiscal. Estes são fatores sobre os quais se baseia a abordagem institucional. Relativamente aos incentivos fiscais estes apresentam efeitos significativos na atração de IDE. As despesas de investimento do governo apresentam um efeito significativo positivo. Os gastos em P&D são considerado um fator importante na atração de IDE (Hubert e Pain, 2002). No caso de custos comerciais, tanto os impostos como a concorrência tarifária são a favor de país com um grande mercado (Haufler & Wooton, 1999).

Um mercado com elevada dimensão tende a aumentar diretamente a rentabilidade e por consequência o IDE. Mas, caso existam subsídios marginais, o aumento da dimensão do mercado tende a diminuir estes subsídios e por consequência o IDE. Quando não se verificam subsídios um país que apresente altos salários terá menos IDE do que um país com salários mais baixos. No entanto, quando se verifica subsídios esta situação pode-se inverter, pois um país com elevados salários pode usar subsídios para atrair IDE. Porém, com tudo semelhante, mercados maiores atraem mais IDE (Haaparanta, 1996). Ou seja, segundo Barros e Cabral (2000), caso os países apresentem um subsídio igual a zero, então a

multinacional realiza IDE no país grande e exporta para o país pequeno. Por outro lado, caso os países apresentem o mesmo tamanho, a empresa opta por se localizar no país que oferece maior subsídio. Os autores ainda referem que para determinados subsídios e tamanho relativo, quando os custos de transporte são mais elevados beneficia o país grande. Um país com maiores ganhos de emprego tem maior probabilidade de atrair a empresa estrangeira porque está disposto a pagar-lhe subsídios mais elevados. Um país de maior dimensão atrai mais facilmente IDE porque a localização nesse país reduz os custos de transporte determinado país que apresente maior (Barros & Cabral, 2000).

Instituições de boa qualidade, ou seja, qualidade institucional, são um fator importante na determinação de IDE nos países desenvolvidos (Sabir et al., 2019). A corrupção é um problema para os investidores, as empresas preferem evitar a corrupção pois consideram moralmente errada, é arriscado, difícil de gerir e pode ser caro (Habib & Zurawicki, 2002).

2.2 Motivações para a internacionalização

A elevada competição e a globalização da economia levam as empresas a procurar formas alternativas para serem competitivas e uma das maneiras de ser competitivo e conseguir sobreviver é a internacionalização. Os motivos que levam as PME's (pequenas e médias empresas) a considerar a internacionalização podem variar com o tamanho da empresa e experiência internacional e com o setor de atividade (Kubíčková, Votoupalová, & Toullová, 2014).

Tulder (2015) divide as motivações em intrínsecas, extrínsecas e mistas de acordo com a fonte da motivação. A motivação intrínseca tem como intuito a procura de mercado, são alcançados ganhos de eficiência por ser uma empresa multinacional e internalizar nos mercados externos através da deslocação dos recursos do seu país de origem (Tulder, 2015).

As empresas quando consideram a motivação extrínseca têm como motivo fugir do país de origem ou de uma forma estratégica passar parte da produção para o exterior (mesmo que este não seja realmente o seu objetivo). Este motivo acontece porque as empresas querem que o governo altere as suas políticas no país de origem, como por exemplo, redução de impostos. No entanto, a motivação extrínseca como fator para a internacionalização é mais difícil de provar, pois as empresas preferem justificar a internacionalização através de motivos intrínsecos pelo facto de parecer mais racional (Tulder, 2015).

Para finalizar, na motivação mista a empresa pretende ter competitividade e posicionamento no setor, então a razão da sua internacionalização é seguir o cliente ou copiar alguma empresa concorrente, ou seja, ser sua seguidora (Tulder, 2015).

Cuervo-Cazurra, Narula e Un (2015) apresentam uma tipologia bastante mais intuitiva. Assim, sugerem quatro motivos de internacionalização para duas dimensões referentes à exploração de recursos existentes ou exploração de novos recursos ou à influência psicológica da existência de melhores condições do país de destino ou às más condições do país de origem. Os quatro motivos de internacionalização referidos pelos autores são: 1) vender mais, 2) comprar melhor, 3) melhorar e 4) escapar, sendo que surgem da combinação dos recursos e ações psicológicas.

Relativamente à exploração de recursos existentes, a empresa procura fazer um uso intensivo dos recursos, mas vai para além disto, não se limita apenas aos recursos da empresa, mas também aos recursos do país que a empresa pode ter acesso através de relações contratuais, ou seja, a empresa procura fazer o que já faz mas fazendo-o melhor. Na exploração de novos recursos, a empresa de modo a expandir, procura obter novos recursos ou capacidades no exterior, sendo necessário inovar (Cuervo-Cazurra et al., 2015).

Referindo a orientação para a psicologia, quando o foco da empresa está centrado na procura por algo bom o objetivo dos gestores ao internacionalizar passa por ter acesso a condições ambientais que sejam benéficas e que aumentem as receitas da empresa. Esta orientação psicológica também se faz sentir no evitamento de problemas no país de origem que adicionem custos e impede o alcance da eficiência então os gestores optam por ir para o exterior (Cuervo-Cazurra et al., 2015).

Em suma, o primeiro motivo para ir para o exterior, vender mais, passa pelo aproveitamento dos seus recursos e capacidades, aproveitando assim economias de escala para ter acesso a um mercado maior, a melhores condições e aumentar as receitas. A empresa vende no mercado doméstico e no país de destino. O segundo motivo é comprar melhor, a empresa tem como finalidade usar a sua capacidade de gestão de recursos de forma vantajosa para explorar os recursos existentes e capacidades disponíveis no país de destino, permitindo assim melhorar a sua capacidade de enfrentar a concorrência. Neste caso, os gestores podem optar por reduzir as operações no país de origem e aumentar no mercado externo. Relativamente ao terceiro motivo que leva a empresa a internacionalizar, é a melhoria, a empresa opta pelo mercado externo para tirar proveito de novos recursos e capacidades que contribuam para o crescimento da empresa. Por último, o quarto motivo é escapar, a empresa

tem como objetivo fugir de más condições do país de origem, a empresa explora novos recursos e capacidades, são situações mais extremas e provavelmente diminui ou encerra as atividades no país de origem e aumenta no mercado externo (Cuervo-Cazurra et al., 2015).

Quando as empresas optam por realizar IDE as motivações interferem com a escolha do local. As multinacionais quando querem investir e têm em conta o mercado vão ter em consideração determinantes como grandes populações, maiores rendimentos individuais e PIB com crescimento elevado. As empresas quando pretendem investir e têm como prioridade a eficiência, esta vai analisar os seguintes fatores, custos de produção, salários, preço da energia e instalação portuária. Por fim, se as multinacionais preferem ativos estratégicos, os fatores são os seguintes a disponibilidade das empresas que podem ser adquiridas e a existência de um regime de políticas favoráveis a fusões e aquisições. É de referir que em todos os setores as multinacionais preocupam-se com a estabilidade política e económica e as políticas que facilitam o comércio (Giroud & Mirza, 2015).

As empresas quando se preocupam com a inovação e com a P&D têm como determinantes a ciência, a engenharia e as infraestruturas. No entanto quando a prioridade é as operações, os motivos relevantes para a multinacional são os seguintes, a infraestrutura e a mão-de-obra. Finalmente, quando o segmento são serviços de *back office*, como *IT*, os motivos são a disponibilidade de trabalhadores com conhecimentos de *IT* e infraestrutura de telecomunicações (Giroud & Mirza, 2015).

É de salientar que, quando os países percebem a sua importância na atração de investimento, estes investem na qualidade e quantidade de fatores que conseguem controlar, como por exemplo, na educação e infraestruturas (Giroud & Mirza, 2015).

Hong, Lee e Makino (2019) referem motivos como procura de mercado como expansão, ou seja, o objetivo é expandir os seus negócios e ter acesso a novos clientes estrangeiros, procura de mercado como substituto, a empresa quer novas oportunidades no mercado estrangeiro para compensar a queda da procura no país de origem, procura de recursos de trabalho, através da aquisição de novos fatores de produção mais baratos e/ou melhores, procura por recursos naturais no estrangeiro que são escassos no país de origem, procura de ativos estratégicos, através da aquisição de *Know-how* e tecnologia que estão presentes no estrangeiro e não no país de origem, ou seja, comprar, vender, melhorar ou escapar.

Referindo agora estudos mais recentes, segundo Magnier-Watanabe e Hoadley, (2019) quando o motivo é a procura de mercado, as principais motivações são as seguintes, tamanho de mercado-alvo e a taxa de crescimento. As empresas, no sentido de aumentarem a sua eficiência, são motivadas para a internacionalização, dado que procuram a redução de custos de transação e/ ou transporte através da presença no país de destino. Na procura por ativos estratégicos é a obtenção de conhecimento tecnológico e por último quando as empresas são motivadas pela procura de recursos a internacionalização tem como objetivo o aproveitamento de infraestruturas (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019).

Ainda no mesmo contexto, a escolha do local para a internacionalização pode ser motivada por fatores como, a procura de recursos complementares, procura de ativos estratégicos, procura de mercado e procura de cooperação do governo. Quando as empresas estão à procura de recursos complementares de acordo com a indústria que opera, por exemplo, decide realizar IDE porque precisa de tecnologia mais avançada (Gao, Li, & Huang, 2019). No caso da empresa ser motivada pela procura de ativos estratégicos, a empresa realiza IDE num país que apresente experiência e os recursos complementares necessários. Uma das razões referidas para as empresas irem para o exterior é a procura de mercado, neste caso a expansão global. É de salientar que as empresas quando decidem internacionalizar devem analisar tanto a legislação, regulamentação, cultura, idioma, as preferências dos consumidores e verificar as diferenças entre o país de destino e de origem (Gao et al., 2019).

Se o país de destino apoiar o setor da empresa em questão para internacionalizar no seu país este é um fator considerado relevante na escolha do local quando a empresa está à procura de cooperação do governo. As empresas na escolha do país comparam as vantagens e têm em conta os recursos governamentais e escolhem o que se torna mais benéfico (Gao et al., 2019).

Por fim, quando um país externo à UE apresenta fortes ligações comerciais com esta, prioriza um país que se insere na UE para realizar IDE. Para além deste motivo a internacionalização é fomentada por motivos como o tamanho de mercado, custo do fator trabalho qualificado, estabilidade da economia e a integração do país recetor na União Europeia facilita ao país investidor a entrada noutros países vizinhos (Dygas, 2020).

2.3 O IDE em Portugal

O IDE contribuiu positivamente para valorização e desenvolvimento das empresas portuguesas, gerou novas atividades e competências de trabalho nas empresas portuguesas (Lopes & Simões, 2020)

Apesar de Portugal atrair investimentos estrangeiros de abordagem fechada (aplicação de conhecimentos) na sua fase inicial, posteriormente tendem a evoluir para uma abordagem mais interativa (adaptação do conhecimento) que permite gerar competitividade internacional e desenvolvimento económico (Lopes & Simões, 2020).

Num estudo realizado por Castro (2000) sobre quais as principais razões das empresas espanholas investirem em Portugal, o fator que se apresentou com maior importância, foi o mercado local, ou seja, o crescimento e tamanho de mercado. As condições de trabalho, nomeadamente redução dos custos de trabalho e qualidade da força de trabalho revelaram pouca importância quando o país investidor foi Espanha. Para os países em estudo que investiram em Portugal as condições e custos de trabalho é o principal motivo, a segunda variável mais considerada foi a estabilidade económica e política, o aumento da competição no país de origem, também foi uma motivação.

Num outro estudo, realizado sobre as principais determinantes da atratividade do IDE em Portugal no período (2002-2010), Botelho, Silva e Sousa (2014) encontram outros fatores, nomeadamente, volume de crédito, imposto aplicado às empresas, nível de exportações, endividamento externo e a dimensão de mercado. No entanto, no estudo específico para os países desenvolvidos que realizam IDE em Portugal, como é o caso de Espanha, apenas são considerados, volume de crédito, nível de impostos, endividamento externo, infraestruturas e o crescimento de mercado. O volume de crédito influencia positivamente o IDE, já que um aumento de crédito indica que o mercado é atrativo para investir.

2.4 Síntese

Os 4 motivos para a internacionalização referidos por Cuervo-Cazurra et al. (2015) são bastante intuitivos, então para a elaboração da Tabela 1 foi escolhida a teoria de Cuervo-Cazurra et al. 2015 como sendo a principal e englobou-se todas as outras motivações referidas ao longo da revisão de literatura nesta teoria. A Tabela 1 apresenta uma síntese de todas as motivações referidas até ao momento.

Tabela 1: Síntese das motivações da revisão de literatura

Categoria principal	Categorias	Subcategorias
Vender mais	Procura de mercado	Grandes populações, maiores rendimentos individuais, crescimento elevado do PIB (Giroud & Mirza, 2015)
		Acesso a novos clientes estrangeiros (Hong et al., 2019)
		Taxa de crescimento (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019)
		Expansão global (Gao et al., 2019; Hong et al., 2019).
		Estabilidade da economia (Dygas, 2020; Castro, 2000)
		Estabilidade política, competição no mercado doméstico (Castro, 2000)
		Dimensão de mercado (Botelho et al. 2014; Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Castro, 2000; Dygas, 2020)
		Crescimento de mercado (Botelho et al. 2014; Castro, 2000)
		Nível de exportações, endividamento externo (Botelho et al. 2014)
		Seguir o cliente (Tulder, 2015)
Comprar melhor	Eficiência	Custos de produção, salários, preço da energia e instalação portuária (Giroud & Mirza, 2015)
		Redução e custos de transação e/ou transporte (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019)
		Custo do fator trabalho qualificado (Dygas, 2020)
		Redução dos custos com mão de obra (Castro, 2000)
	Operações	Infraestrutura e mão de obra (Giroud & Mirza, 2015)

	Crédito	Acesso a crédito (Botelho et al., 2014)
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades no mercado estrangeiro para compensar a queda da procura no país de origem (Hong et al., 2019)
	Procura de recursos de trabalho	Aquisição de novos fatores de produção mais baratos e/ou melhores (Hong et al., 2019)
	Procura cooperação do governo	Apoia o setor da empresa, recursos governamentais (Gao et al. 2019) Imposto aplicado (Botelho et al., 2014)
Melhoria	Ativos estratégicos	Disponibilidade de empresas que podem ser adquiridas, políticas favoráveis a fusões e aquisições (Giroud & Mirza, 2015) Aquisição de <i>Know-how</i> e tecnologia (Hong et al., 2019) Obtenção de conhecimento tecnológico (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019) Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)
	Inovação e P&D	Ciência, engenharia e as infraestruturas (Giroud & Mirza, 2015)
	Operações	Infraestrutura e mão de obra (Giroud & Mirza, 2015)
	<i>Back office, IT</i>	Disponibilidade de trabalhadores com conhecimentos de <i>IT</i> e infraestrutura de telecomunicações (Giroud & Mirza, 2015)
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades no mercado estrangeiro para compensar a queda da procura no país de origem (Hong et al., 2019)
	Procura de recursos de trabalho	Aquisição de novos fatores de produção mais baratos e/ou melhores (Hong et al., 2019)
	Procura de recursos	Aproveitamento de infraestruturas (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Botelho et al. 2014)

	Procura de recursos complementares	Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)
	Qualidade da força de trabalho	Qualidade da força de trabalho (Castro, 2000)
Escapar	Procura de Ativos estratégicos	Disponibilidade de empresas que podem ser adquiridas, políticas favoráveis a fusões e aquisições (Giroud & Mirza, 2015) Aquisição de <i>Know-how</i> e tecnologia (Hong et al., 2019) Obtenção de conhecimento tecnológico (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019) Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades (Hong et al., 2019)
	Procura de recursos naturais	Escassos no país de origem (Hong et al., 2019)
	Procura de recursos	Aproveitamento de infraestruturas (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Botelho et al. 2014)
	Procura de recursos complementares	Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)
	Procura cooperação do governo	Apoia o setor da empresa, recursos governamentais (Gao et al., 2019) Imposto aplicado (Botelho et al. 2014)
	Extrínseca	Fugir do país de origem (Tulder, 2015)
	Competição	Competição no mercado doméstico (Castro, 2000)

2.5 Evolução do Investimento Direto Estrangeiro (IDE) em Portugal

O Investimento Direto Estrangeiro proveniente de Espanha tem um papel relevante na economia, no entanto verificaram-se algumas oscilações.

As relações económicas bilaterais entre Portugal e Espanha já se observavam no final dos anos de 1950 apesar dos regimes ditatoriais vigentes nos dois países. De meados da década de 1970 até 1985 houve um abrandamento claro dessa relação, após uma desaceleração geral da atividade económica mundial e do comércio internacional. Posteriormente, em 1986 a adesão destes países à Comunidade Europeia e implementação do Programa de Mercado Único permitiu maior abertura para o comércio internacional e investimento entre os dois países, assim como com o resto da Europa (Barrios & Lucio, 2003). A abertura comercial reduz as barreiras, aumenta a concorrência e promove crescimento económico (Latif et al., 2018).

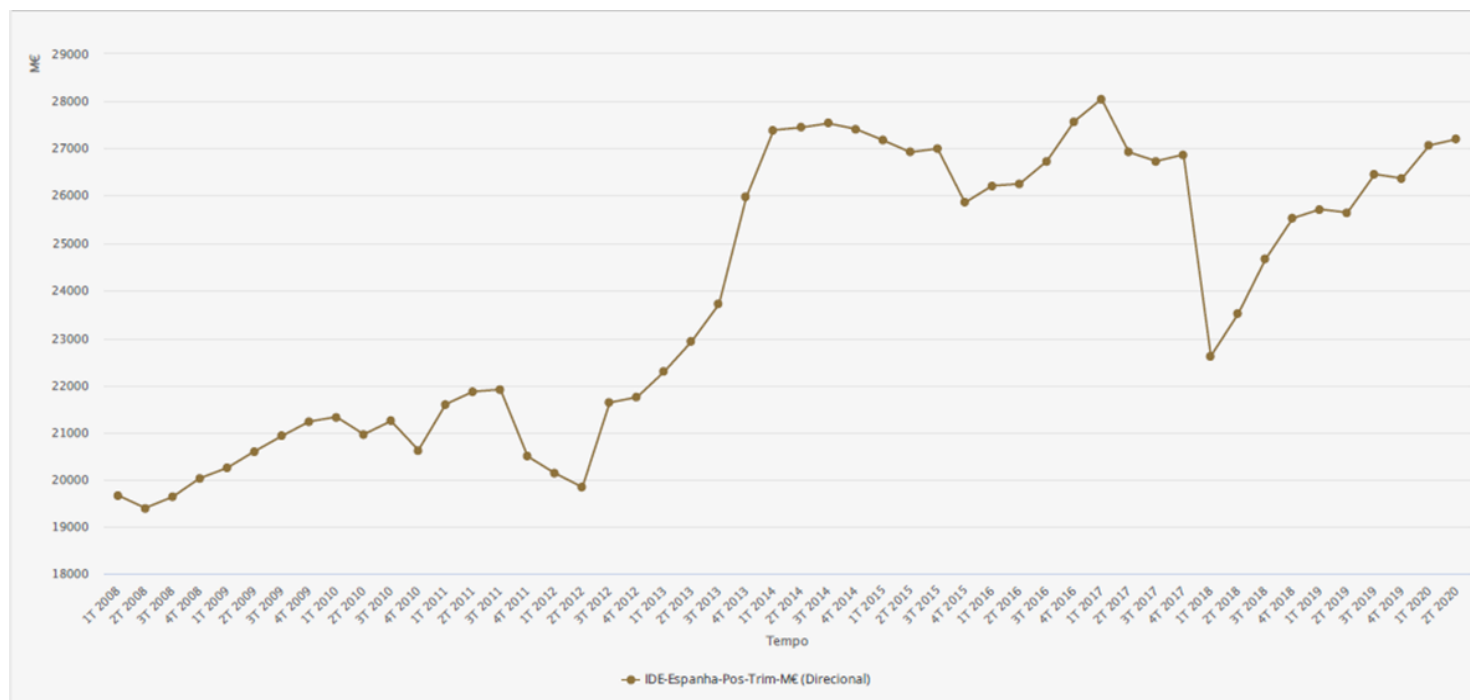
A entrada de Portugal na CEE interferiu com os investimentos diretos estrangeiros (IDE) tanto ex ante como ex post. Em contexto ex-ante, várias empresas de componentes automóveis escolheram investir em Portugal para atividades de mão-de-obra intensivas. Ex post, investimentos da Ford (auto-rádios) e General Motors (sistemas de ignição) [(Simões, 1992) citado por Lopes & Simões, 2020]. A diminuição do risco percebido e as oportunidades de networking empresarial a nível europeu conduziram também à substituição de relações de licenciamento por IDE (Lopes & Simões, 2020).

Repare-se que em 1984, o IDE de Espanha em Portugal era baixo, no entanto, no ano de 1987, Espanha tornou-se o principal investidor estrangeiro em Portugal. Policarpo e Mogóllon (2015) referem que a adesão de Portugal à Comunidade Europeia mudou as relações económicas com os restantes países da comunidade, mas em especial com o país com que faz fronteira, Espanha. O interesse pela interação económica das regiões transfronteiriças representou portas de entrada e o elevado grau de abertura ao exterior permitiu um aumento significativo do nível de vida e do poder de compra.

Na década de 1980, verificou-se um aumento da presença de filiais de multinacionais e de empresas espanhola em Portugal. Em 1982 contavam-se 232 empresas espanholas em Portugal, em 1987 já eram 445 (crescimento superior a 90%) e no final de 1988 o número de empresas espanholas presentes em Portugal era 660 (crescimento de 184,48% em 6 anos), segundo o Banco de Fomento de Portugal (Lopes & Simões, 2020). A entrada simultânea

dos dois países ibéricos na CEE e a utilização de fundos europeus criaram, pois, as condições necessárias para empresas multinacionais investirem [Simões (1992); Fernández-de-Sevilla (2016) citados por Lopes & Simões, 2020].

Figura 1: Evolução do IDE em Portugal realizado por Espanha



Fonte: Banco de Portugal⁷

Relativamente à Figura 1, esta representa a evolução do IDE em Portugal realizado por Espanha para o período em análise. Os anos entre 2008 e 2010 demonstram valores do IDE baixos, este resultado poderá estar associado à crise económica. A partir de 2011 o indicador começa a apresentar melhorias.

Em 2017, o investimento em Portugal atingiu o montante mais elevado no total de 2 805 338 milhões de euros. Na transição de 2017 para 2018 o investimento em Portugal teve uma queda abrupta, chegando aos 2 260 978 milhões de euros, em contrapartida no segundo semestre de 2018 o investimento em Portugal teve um comportamento positivo, no segundo semestre de 2020 atingiu o valor de 2 720 454 milhões de euros.

⁷ Banco de Portugal. IDE-Espanha-Pos-Trim-M€ (Direcional). <https://bpstat.bportugal.pt/serie/12502960>. Acedido em outubro de 2020

Tabela 2: Posição (stock) de Investimento Direto entre Portugal e Espanha- Princípio Direcional.

Posição (stock) de Investimento Direto entre Portugal e Espanha - Princípio Direcional

	2015 dez	2016 dez	2017 dez	2018 dez	2019 dez	Var % 19/15 ^a	2019 mar	2020 mar	Var % 20/19 ^b
IDPE	10 819,1	10 459,8	12 147,3	11 999,3	12 701,5	4,4	12 144,3	12 891,8	6,2
% Tot Portuga.	18,0	17,3	21,1	23,6	24,6	—	23,8	25,0	—
IDE	25 860,7	27 578,8	26 876,5	25 530,2	26 374,1	0,6	25 719,1	27 073,5	5,3
% Tot Portuga.	20,6	21,7	19,5	18,9	18,3	—	18,7	19,0	—
Saldo	-15 041,5	-17 119,0	-14 729,2	-13 531,0	-13 672,6	—	-13 574,8	-14 181,7	—

Fonte: Banco de Portugal

Unidade: Milhões de Euros (posições em fim de período)

Notas: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais 2015 dez-2019 dez; (b) Taxa de variação homóloga 2019 mar-2020 mar

Fonte: Aicep Portugal Global⁸

De acordo com a Tabela 2, nos últimos 5 anos o stock de IDE proveniente de Espanha foi sempre muito superior ao português em Espanha. Neste intervalo foi mais do dobro do IDPE (Investimento direto de Portugal no exterior) em Espanha, o que comprova o que já foi referido ao longo da dissertação.

A partir da adesão dos países ibéricos à Comunidade Europeia, Espanha tornou-se o principal parceiro comercial de Portugal, Portugal tornou-se mais atrativo para as multinacionais espanholas, a ponto de Espanha ser considerado um importante investidor direto em Portugal. É de referir que ambos os países perderam competitividade externa (Ribeiro, 2010).

⁸Aicep Portugal Global. *Relações Económicas Bilaterais com Espanha 2015-2020 (janeiro a maio)*. <http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Detalhe.aspx?documentId=d66e6b46-5d9a-4bec-ae86-dfd4b566e5f3>

3. Metodologia

A presente dissertação segue uma metodologia de combinação sistemática, em que ao longo de todo o estudo se verifica uma evolução paralela da teoria, do campo prático e da análise do caso, tendo como objetivo alargar a teoria existente (Dubois & Gadde, 2002). Este não é, pois, um processo linear pois há um diálogo permanente entre a parte teórica, o campo prático em conjunto com a interpretação do caso (Dubois & Gadde, 2002).

A parte teórica e prática não estão dissociadas uma da outra, pois a teoria não faz sentido sem a prática, da mesma forma que a prática não é compreendida sem a parte teórica. Ao longo da investigação, no campo prático podem surgir novas questões que não estavam previstas que podem ser esclarecidas em outras entrevistas sendo que estas novas informações podem levar à necessidade de reformulação, alteração ou expansão da parte teórica, traduzindo-se, por exemplo, na procura de conceitos teóricos complementares. Todo este ciclo é designado de combinação sistemática (Dubois & Gadde, 2002).

3.1 Coleta de dados

A informação utilizada resulta da triangulação de dados primários e secundários. A metodologia aplicada neste estudo é qualitativa, sendo que a fonte primária da informação são as entrevistas semiestruturadas a empresas espanholas que investem no Alentejo no setor do azeite e a agentes económicos portugueses.

Antes da realização das entrevistas, elaborou-se um guião com questões abertas que orientaram as entrevistas. Quanto aos dados secundários, efetuou-se uma pesquisa sobre a presença espanhola no setor do azeite no Alentejo.

3.2 Entidades entrevistadas

Para o estudo, além de empresas espanholas, foram escolhidas outras entidades para perceber todo o contexto tendo-se assim uma visão mais abrangente do setor em estudo. Ao todo foram realizadas 10 entrevistas: quatro empresas espanholas, uma empresa portuguesa, a Olivum (Associação de olivicultores do Sul), EDIA, Consulai, Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo e Câmara Municipal de Évora.

3.2.1 Empresa A

A Empresa A foi criada em 1994, em Espanha, na altura tinha como objetivo atuar apenas nesse mercado. Posteriormente, em 2002, internacionalizaram para Portugal, transformando uma propriedade tradicional em olival⁹. Atualmente só está presente em Portugal e Espanha, em Portugal em Ferreira do Alentejo e em Espanha em Sevilha. A entrevista foi realizada a um colaborador do departamento financeiro de Espanha.

3.2.2 Empresa B

A empresa B é uma empresa andaluza especializada na promoção, gestão e logística de áreas comerciais e industriais e está presente em Espanha, Portugal, Bulgária e Roménia. A empresa investe na aquisição de quintas para posteriormente produzir e comercializar azeite extra virgem¹⁰. A empresa tem sede em Sevilha, em Portugal localiza-se em Beja. A entrevista foi realizada ao diretor agrícola de Portugal.

“O grupo é um grupo que não é agrícola, é um grupo em que o core business é Retails Park. Então na altura decidiram diversificar um bocadinho o seu negócio. E em 2003, 2004 por aí, na altura no Alentejo. (...) Começou, então, a questão do Alqueva (...). E então decidiram partir para uma outra vertente, neste caso a agricultura e começaram adquirir propriedades no Alentejo.” (referido pelo entrevistado)

3.2.3 Empresa C

A empresa C é uma sociedade espanhola com sede em Sevilha, no caso de Portugal localiza-se em Beja. A empresa tem explorações na área de olivicultura e amendoal. As suas propriedades localizam-se na zona de Beja e de Moura, estando todas localizadas dentro do perímetro do Alqueva. A entrevista foi realizada a um engenheiro agrónomo da empresa.

“A vinda dos sócios para Portugal aconteceu no ano de 2002 devido ao perímetro de rega do Alqueva. Inicialmente foram compras de propriedades, posteriormente foram compras e arrendamentos.” (referido pelo entrevistado)

⁹ Site da empresa

¹⁰ Site da empresa

3.2.4 Lagar Vale Formoso

A empresa é a junção de 4 grupos de sócios espanhóis em Portugal que são produtores de azeitona. Têm olival em Espanha e em Portugal e a sede é em Portugal, na Póvoa de São Miguel, concelho de Moura. Os sócios criaram a sociedade e construíram o lagar; os olivais forma construídos nos anos de 2005/2006. A maioria dos olivais insere-se dentro da zona do Alqueva, exceto uma zona que é distrito de Portalegre. A entrevista foi realizada à diretora industrial Sara Carvalho.

“É assim os sócios daqui deste lagar são todos espanhóis, são 4 grupos de sócios investidores aqui na zona do Alentejo. Fizeram plantações com alguma dimensão aqui, nesta zona de Beja, de Granja (que pertence a Évora) e Avis. Depois temos um outro sócio que já, não é produtor de azeitona mas que tem um lagar em Espanha, mas que não pertence a este grupo de sócios. Cada um tem os seus negócios pessoais, três são agricultores e um é produtor já de azeite e que se juntaram estes quatro grupos e prontos fizeram esta marca e este lagar que é o lagar Vale Formoso.” (referido pela diretora industrial)

3.2.5 Empresa D

A empresa D é uma empresa portuguesa, “A constituição da empresa foi uma constituição de raiz, portanto o projeto nasceu da vontade conjunta de portugueses e espanhóis, contudo a parte da empresa portuguesa já tinha atividade em Espanha e já tinha relações próximas com o outro do setor do capital espanhol. Havia uma vontade e houve uma conversa. Ambos tinham vontade de fazer um projeto e resolveram juntar as sinergias.” (...) “o projeto nasceu em Portugal e em Espanha simultaneamente.” (referido pelo entrevistado)

As 2 empresas juntaram-se em 2007 e em 2010 inauguraram um lagar em Ferreira do Alentejo¹¹. Recentemente as empresas separaram-se. O entrevistado é controller que ficou a trabalhar na empresa portuguesa.

¹¹ Site da empresa

3.2.6 Olivum - Associação de Olivicultores do Sul

“Olivum, organização que representa as empresas detentoras dos olivais e produtoras de azeite (...) é a entidade que representa o setor” (EDIA). A entrevista foi realizada ao Diretor executivo, o Dr. Gonçalo Almeida Simões.

Segundo o site, devido ao peso económico que a olivicultura representa na região, a evolução e modernidade do setor surgiu a necessidade de criar uma entidade que representasse a olivicultura moderna. Assim surgiu a Olivum que representa os olivicultores do Sul, com o propósito de defender seus os interesses¹².

3.2.7 EDIA

A EDIA, Empresa de desenvolvimento e Infraestruturas do Alqueva, S.A. pertence ao Setor Empresarial do Estado (SEE) e é a empresa que gera o EFMA (Empreendimento de Fins Múltiplos de Alqueva). O EFMA está distribuído por 20 concelhos pertencentes aos distritos de Beja, Évora, Setúbal e Portalegre¹³.

A EDIA é uma referência estratégica, tem reconhecimento tanto a nível nacional como internacional, além de contribuir para o desenvolvimento da região também contribui para o do país¹⁴. “(...) nós, a EDIA, somos a entidade que tem a responsabilidade por implementar e gerir o empreendimento no Alqueva. Portanto, não somos nós que definimos políticas agrícolas. Nós (a EDIA) ativamente andamos a promover o perímetro de rega do Alqueva, não só em Espanha mas como noutros sítios. E, ainda bem que vieram investidores, sejam estrangeiros ou portugueses, que se instalaram e que criaram aqui uma nova dinâmica.” (EDIA)

“Hoje a EDIA é reconhecida a nível nacional e, também além-fronteiras, como uma Empresa sólida e estratégica para a promoção de Alqueva, rentabilizando a sua componente agrícola; para a promoção da região, enquanto zona de referência para novos investimentos; para o estabelecimento de pontes facilitadoras entre investidores e empresários locais, tendo em vista parcerias em diversas áreas de negócio, para além de ser responsável direta pela

¹² Olivum (2014). *Origem*. Olivum. <https://www.olivumsul.com/olivum-olivicultores-do-sul>

¹³ EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf

¹⁴ EDIA (2019). *Quem Somos*. EDIA. <https://www.edia.pt/pt/quem-somos/>

conceção, construção e exploração das infraestruturas que estão afetas ao Empreendimento de Fins Múltiplos de Alqueva.”¹⁵

3.2.8 Consulai

A Consulai nasceu em 2001 atua nos setores agrícola, agroalimentar e florestal, sendo a maior empresa portuguesa de consultoria nestes setores. É certificada pelo sistema de gestão da qualidade desde 2007 nos mesmos setores¹⁶. A Consulai e a Juan Vilar (consultores estratégicos) publicaram um relatório em 2019, com o título “Alentejo: A Liderar a Olivicultura Moderna Internacional”. O membro entrevistado foi o Engenheiro Pedro Santos, Diretor-Geral e sócio da CONSULAI e um dos autores do relatório referido.

3.2.9 Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo

A entrevista foi realizada ao Coordenador Dr. Ricardo Silva, do Serviço de Economia e Estratégia.

3.2.10 Câmara Municipal de Évora

A entrevista foi realizada ao chefe de divisão do desenvolvimento económico, Dr. Rafael Rodrigues.

Relativamente, às câmaras contactadas, o concelho de Ferreira do Alentejo e o concelho de Évora estão entre os seis primeiros concelhos com maior área de concentração de olival no Alentejo¹⁷.

3.3 Fontes secundárias

Os documentos utilizados como fonte secundária para complementar o estudo são, notícias de jornais, artigos de revistas, relatórios técnicos e reportagens sobre o tema.

¹⁵ EDIA (2019). *Quem Somos*. EDIA. <https://www.edia.pt/pt/quem-somos/>

¹⁶ Consulai (n.d.). O início da Consulai. Consulai. <https://consulai.com/empresa/>

¹⁷ Vilar, J., Santos, P., Canô, S., Caldeira, B., Dias, P., & Rosário, L. (2019). Alentejo: A liderar a olivicultura moderna internacional. Consulai & Vilar, 1-95. <https://www.oliveoiltimes.com/wp-content/uploads/2019/12/portugal-olive-growing-report.pdf>

Tabela 3: Fontes secundárias

Artigo de Revista	Barriga, P. (2020). Os Novos Donos do Alentejo. Sábado, 820, 1-17. https://content.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2020/09/28164802/PBarriga_Sabado.1_20200116.pdf
Relatório Técnico	EDIA, DGADR, DGAV, DRAP ALENTEJO & INIAV. (2020). Olival em Alqueva Caracterização e Perspetivas. Olival em Alqueva: A sustentabilidade desejada, 1-137. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/03/olival_digital.pdf
Relatório Técnico	EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf
Reportagem	Pedro Salema da EDIA (29 de agosto de 2021). Alentejo, Azeite e Água. Grande Reportagem SIC
Notícia de Jornal	Revista do Setor Agrário (27 de outubro de 2019). <i>Alentejo lidera em olival e produção de azeitona e azeite em Portugal</i> . Voz do Campo. http://vozdocampo.pt/2019/10/27/alentejo-lidera-em-olival-e-producao-de-azeitona-e-azeite-em-portugal/
Notícia de Jornal	Santos, S. M. (22 de abril de 2018). <i>Azeite. Invasão Espanhola</i> . Jornal N. https://ionline.sapo.pt/artigo/609268/azeite-a-invasao-espanhola-?seccao=Dinheiro_i
Relatório técnico	Vilar, J., Santos, P., Canô, S., Caldeira, B., Dias, P., & Rosário, L. (2019). Alentejo: A liderar a olivicultura moderna internacional. Consulai & Vilar, 1-95. https://www.oliveoiltimes.com/wp-content/uploads/2019/12/portugal-olive-growing-report.pdf

3.4 Procedimento

Relativamente aos procedimentos para a recolha de dados, primeiramente contactou-se via telefone ou *linkedin* a entidade pretendida e, de seguida, procedeu-se ao envio de e-mail de modo a explicar detalhadamente em que consistia a entrevista e a duração prevista para a mesma. Nos casos que se obteve resposta para a realização da entrevista, foi então agendado um dia e hora para a realização da mesma. As entrevistas foram realizadas por telemóvel, zoom ou teams.

No começo de cada entrevista foi perguntado aos entrevistados se no estudo se podia referir o nome do entrevistado e da organização. No caso das empresas que não autorizaram referir o nome as mesmas foram identificadas com uma letra de modo a preservar o anonimato. Seguidamente, foi pedido aos entrevistados permissão para gravar a entrevista. Todos autorizaram a gravação da entrevista.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de março e de junho de 2021. A primeira entrevista foi realizada no dia 19 de março de 2021 e a última no dia 21 de junho de 2021. Relativamente à duração, as entrevistas tiveram uma duração que variou entre os 15 minutos e os 35 minutos.

De forma a responder à questão de investigação procedeu-se à elaboração de entrevistas semiestruturadas que foram adaptadas a cada agente. Cada entrevista permitiu absorver novos conhecimentos e consequentemente novas questões para as seguintes, o que resultou num processo dinâmico em que o guião da entrevista serviu apenas como ponto de partida.

A entrevista semiestruturada consiste na recolha de dados entre o entrevistador e o entrevistado. Este método consiste em coletar dados abertos, é uma entrevista flexível e em que o guião pode ser complementado por outras perguntas ou comentários para se adequar melhor ao contexto e ao entrevistado, também, a sequência das perguntas pode ser alterado pelo entrevistador (DeJonckheere & Vaughn, 2019).

3.5 Análise e tratamento dos dados

Após a sua realização, todas as entrevistas foram transcritas. DeJonckheere & Vaughn (2019) referem que programas de análise de dados qualitativos podem ser usados para auxiliar na organização dos dados. No caso em estudo, de modo, a organizar e facilitar a interpretação todas as entrevistas foram analisadas com recurso ao software NVivo.

O processo de codificação envolveu 3 fases. Primeiro partiu-se da tabela apresentada anteriormente na revisão de literatura, codificação teórica. De acordo com Saldaña (2013), a codificação teórica consiste em englobar todas as categorias formuladas na teoria. Nesta codificação identifica-se a categoria central e nesta integra-se todas as outras categorias.

Em segundo lugar, admitiu-se codificação emergente, que consiste no surgimento de novos temas/ categorias no processo de entrevista.

A codificação axial combina categorias e subcategorias que se relacionam. É apropriado para estudos com uma ampla variedade de dados (Saldaña, 2013), como é o caso de acordo com o apresentado na Tabela 1, que contém as categorias principais de Cuervo-Cazurra et al. (2015) e depois as subcategorias dos outros autores referidos.

4. Resultados

Este ponto, apresenta os resultados obtidos na coleta de dados. A Tabela 4 representa a adaptação da Tabela 1 ao caso em estudo. Na Tabela 4 acresce o preço da terra, a disponibilidade de terra, a disponibilidade de água, segurança de abundância de água e os apoios da União Europeia sendo estas subcategorias emergentes.

Na Tabela 4 a coluna “Fontes”, refere-se ao número de fontes primárias e secundárias diferentes utilizadas. As “Referências” corresponde ao número de vezes que foram citadas as subcategorias nas fontes.

4.1 Apresentação dos Resultados

Tabela 4: Motivações para os espanhóis investirem no olival na área do Alqueva

Categoria central	Categorias	Subcategorias	Fontes	Referências
Vender mais	Procura de mercado	Grandes populações, maiores rendimentos individuais, crescimento elevado do PIB (Giroud & Mirza, 2015)	0	0
		Acesso a novos clientes estrangeiros (Hong et al., 2019)		
		Taxa de crescimento (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019)		
		Expansão global (Gao et al., 2019; Hong et al., 2019).		
		Estabilidade da economia (Dygas, 2020; Castro, 2000)		
		Estabilidade política, competição no mercado doméstico (Castro, 2000)		
		Dimensão de mercado (Botelho et al. 2014; Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Castro, 2000; Dygas, 2020)		
		Crescimento de mercado (Botelho et al. 2014; Castro, 2000)		
		Nível de exportações, endividamento externo (Botelho et al. 2014)		
		Seguir o cliente (Tulder, 2015)		
Comprar melhor	Eficiência	Custos de produção, salários, preço da energia e instalação portuária (Giroud & Mirza, 2015)	0	0
		Redução e custos de transação e/ou transporte (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019)		
		Custo do fator trabalho qualificado (Dygas, 2020)		
		Redução dos custos com mão de obra (Castro, 2000)		
		Preço da terra	10	13
	Disponibilidade	Disponibilidade de terra	5	6

	Operações	Infraestrutura e mão-de-obra (Giroud & Mirza, 2015)	0	0
	Crédito	Acesso a crédito (Botelho et al., 2014)	0	0
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades no mercado estrangeiro para compensar a queda da procura no país de origem (Hong et al., 2019)	0	0
	Procura de recursos de trabalho	Aquisição de novos fatores de produção mais baratos e/ou melhores (Hong et al., 2019)	0	0
	Procura cooperação do governo	Apoia o setor da empresa, recursos governamentais (Gao et al., 2019) Imposto aplicado (Botelho et al., 2014)	0	0
		Apoios da União Europeia	7	8
Melhoria	Ativos estratégicos	Disponibilidade de empresas que podem ser adquiridas, políticas favoráveis a fusões e aquisições (Giroud & Mirza, 2015) Aquisição de <i>Know-how</i> e tecnologia (Hong et al., 2019) Obtenção de conhecimento tecnológico (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019) Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)	0	0
		Inovação e P&D	0	0
		Operações	0	0
		<i>Back office, IT</i>	0	0
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades no mercado estrangeiro para compensar a queda da procura no país de origem (Hong et al., 2019)	0	0
	Procura de recursos de trabalho	Aquisição de novos fatores de produção mais baratos e/ou melhores (Hong et al., 2019)	0	0

	Procura de recursos	Aproveitamento de infraestruturas (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Botelho et al. 2014)	0	0
		Disponibilidade de água (infraestruturas)	10	22
		Segurança de água	4	6
	Procura de recursos complementares	Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)	5	17
	Qualidade da força de trabalho	Qualidade da força de trabalho (Castro, 2000)	1	1
Escapar	Procura de Ativos estratégicos	Disponibilidade de empresas que podem ser adquiridas, políticas favoráveis a fusões e aquisições (Giroud & Mirza, 2015)	0	0
		Aquisição de Know-how e tecnologia (Hong et al., 2019)		
		Obtenção de conhecimento tecnológico (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019)		
		Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)		
	Procura de mercado como substituto	Novas oportunidades (Hong et al., 2019)	0	0
	Procura de recursos naturais	Escassos no país de origem (Hong et al., 2019)	0	0
	Procura de recursos	Aproveitamento de infraestruturas (Magnier-Watanabe & Hoadley, 2019; Botelho et al., 2014).	0	0
	Procura de recursos complementares	Tecnologia mais avançada (Gao et al., 2019)	0	0
	Procura cooperação do governo	Apoia o setor da empresa, recursos governamentais (Gao et al., 2019)	0	0
		Imposto aplicado (Botelho et al., 2014)		
	Extrínseca	Fugir do país de origem (Tulder, 2015)	0	0
	Competição	Competição no mercado doméstico (Castro, 2000)	0	0

De acordo com Cuervo-Cazurra et al. (2015), existem quatro grandes categorias, sendo que neste estudo de caso, apenas se verificam os motivos comprar melhor e melhoria. Dentro da categoria comprar melhor as únicas que se verificam são as categorias eficiência, a disponibilidade e a procura de cooperação do governo sendo que a disponibilidade é uma categoria emergente. Na motivação relacionada com melhoria as que têm maior preponderância são a procura de recursos e a procura de recursos complementares e com menor peso a qualidade da força de trabalho.

4.2 Discussão dos resultados

Antes de mais é importante começar por referir a importância dos espanhóis em termos gerais no setor da olivicultura. De acordo com o sócio da Consulai, “os espanhóis representam cerca 50% da produção mundial do azeite, portanto são os grandes olivicultores do mundo. E, portanto, desse ponto de vista, é natural que queiram investir em olival e expandir o olival”. Ou seja, Espanha lidera o setor do azeite, pois é o maior produtor de azeite sendo que produz mais de metade da produção mundial¹⁸.

Com o projeto do Alqueva que é considerado o maior lago artificial da Europa (empresa B), os primeiros investidores nos olivais modernizados no Alqueva foram espanhóis. Posteriormente, com a evolução e o desenvolvimento do conhecimento da tecnologia os investidores portugueses também adquiriram olival e representam mais de 50% no setor do Olival¹⁹. No mesmo sentido refere a Olivum, “eu diria que Espanha despertou o interesse e depois os investidores portugueses começaram a investir também no Olival”.

A Figura 2 mostra que Espanha é o maior investidor estrangeiro na cultura do Olival na região do Alqueva. Referente aos últimos dados do Anuário Agrícola de Alqueva 2020 a presença espanhola no setor do azeite é 37%.

¹⁸Santos, S. M. (22 de abril de 2018). *Azeite Invasão Espanhola*. Jornal N. https://ionline.sapo.pt/artigo/609268/azeite-a-invasao-espanhola-seccao=Dinheiro_i

¹⁹ EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf

Figura 2: Origem do Investimento em Olival no EFMA em 2020



Fonte: Anuário Agrícola de Alqueva 2020²⁰

“A grande revolução de facto veio do olival foi descoberto que as produções que eram conseguidas nesta zona, com as condições que aqui temos, clima e solo (que são muito favoráveis) e com a ajuda da rega há uma estabilidade muito grande da produção.”²¹

Com a abundância de água, os preços das terras e as dimensões das propriedades, o Alentejo apresentava motivos excelentes para estes investirem. Como referido pela diretora da empresa Lagar Vale Formoso, “Espanha é o maior produtor de azeite, mas lá só há olivais de sequeiro, praticamente. Com a oportunidade da barragem do Alqueva a ser construída e quando disponibilidade de terra fazia sentido os espanhóis virem para cá.” No mesmo sentido, Ricardo Silva, da Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo, refere que “o olival é a principal cultura deles.” O sócio da Consulai acrescenta “A grande vantagem do olival são três, uma é sua periodicidade, ou seja é uma cultura que hoje em dia eu planto num ano e ao final de 1 ano/ 1 ano e meio já estou a tirar produção é uma coisa muito imediata ao contrário

²⁰ EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf

²¹ Pedro Salema da EDIA. Alentejo, Azeite e Água. Grande Reportagem SIC no dia 29 de agosto de 2021

de outros investimentos; número 2, é uma cultura em que já se ultrapassou toda a curva de crescimento e de maturidade da tecnologia (...); e o terceiro é mesmo a competitividade, ou seja, por muito que é uma *commodity* o azeite, não é? (...) do ponto de vista mundial pouco mais de 3% das gorduras vegetais é que são azeite, as pessoas usam no mundo outras gorduras desde, óleo de palma, óleo de girassol, etc. O azeite é uma franja mínima, ou seja, isso dá vantagem de ter uma grande margem de produção e a segunda vantagem é que o sistema que lá está montado é que se consegue de facto uma competitividade grande. Para que seja beliscada a rentabilidade dos investimentos que estão a ser feitos teriam que desaparecer, sei lá, dois terços dos olivicultores do mundo, não é? Porque a nossa competitividade é mesmo grande, nós conseguimos produzir azeites de excelente qualidade a baixo preço.”

Os motivos referidos pelas empresas enquadram-se no estudo realizado por Cuervo-Cazurra et al. (2015), mais concretamente no comprar melhor e melhoria.

Começando pelo motivo comprar melhor as empresas investiram no olival no Alentejo porque comprou as terras de grande dimensão a preços mais baixos. Os espanhóis (sendo Espanha o principal produtor de azeite do mundo) ao adquirirem propriedades no Alentejo querem grandes dimensões, como referido pela Olivum “Eu diria mais do que a água, a disponibilidade (agora nem tanto) na altura de investir numa coisa que havia pouca, porque em Espanha há muito olival, Espanha é o maior produtor do mundo de azeite. E, portanto, era um negócio já visto, e já tratado e sem grande disponibilidade de terra. Portanto, o que aconteceu aqui, foi a disponibilidade de terra e o investimento estrangeiro.” Ou seja, “um dos fatores será a possibilidade e disponibilidade de terra que eles provavelmente já não encontram em Espanha” (Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo). Tal como referido pela empresa A “A possibilidade em Portugal de terras irrigadas de grandes dimensões e curtas distâncias. Em Espanha a quinta era muito mais diversificada e em Portugal era possível unir várias quintas / cercas perto umas das outras. Eram muito rentáveis. A distância entre quintas é muito benéfica, pois todas elas estavam unidas na mesma área é muito lucrativa, pois assim não é necessário fazer longas distâncias.”

As empresas espanholas para serem mais eficientes consideraram que o preço das terras foi um motivo crucial para investir, pois diminui a estrutura de custos e foi algo referido por todos os entrevistados. Inicialmente com o projeto do Alqueva os valores eram mais

acessíveis, hoje em dia, já não é tão favorável investir no Alentejo, pois os preços aumentaram e há menos disposição e terra para investir.

Segundo o sócio da Consulai, “Ponto número dois, tem terra barata ou tinha (sobretudo há 20 anos!), tem agora menos. Mas, de qualquer das maneiras, é mais barato do que em Espanha”; no mesmo seguimento a EDIA nota que “o preço da terra tem vindo a subir exponencialmente, mas face ao que é praticado em Espanha é muito mais barato”. Ricardo Silva, da Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo, refere “Aumentou muito, aumentou muito por isso. Inicialmente o preço andava próximo de 7/ 8 mil € por hectare depois foi subindo para 10/ 12/ 13 e neste momento consta-se que já há explorações a serem comercializadas a 20000 e a mais 20000 € por hectare. Porque, à medida que eles vão comprando as terras, as explorações disponíveis para serem adquiridas vão reduzindo. E eles depois também querem explorações com alguma dimensão, que permita ter quadros técnicos responsáveis e isso não são pequenas parcelas. Têm que ser áreas pelo menos de 200 hectares, mas preferem áreas superiores a isso.” Este aumento do preço da terra foi salientado por vários entrevistados, como por exemplo pela Olivum, “O outro fator que se aplicava há 10 anos atrás e que já não se aplica agora, era o preço da terra. Para ter uma ideia, há 10 anos o preço da terra andava pelos 5/6 mil euros por hectare, hoje estamos em 20 e 25000 € por hectare. Portanto, hoje já não é tão interessante vir, na altura era mais interessante. O que é que se ganhou aqui? Ganhou-se em termos de preço de terra e de um ganho também para aquilo que é, por exemplo, a fiscalidade conseguida cada vez que há uma transação. Porque não é de menos importância que uma transação seja feita a 5000 € por hectare ou que seja feita a 20000 € por hectare, os impostos a pagar ao estado português são muito mais altos e, portanto, aí é interessante também o que se conseguiu em termos de receitas de impostos para o estado português.” (...) “O preço da terra foi interessante no princípio. Quando basicamente o Alentejo estava abandonado em termos de culturas agrícolas, aí, claro, o preço da terra foi um incentivo porque era mais barato do que em Espanha e era mais barato do que nos outros sítios. Hoje já não nesse sentido, porque precisamente a terra ganhou valor e hoje é caro. É o preço de terra mais caro em Portugal, diria 20/ 25 mil € por hectare.” O acesso à água terá sido uma consequência para o aumento de preços, mas é o principal motivo para os espanhóis investirem no Alentejo.

Referindo agora o motivo melhoria, neste estudo de caso a disponibilidade e segurança de água, é um motivo referido pelos entrevistados, mais concretamente a água que provém do Alqueva “maior lago artificial da Europa” (como referido pela empresa B).

A partir dos anos 90, com a construção do EFMA, as infraestruturas e a disponibilidade de água foram fatores importantes para os investidores²². O EFMA proporciona 120 mil hectares regados, sendo que a maior área ocupada é Olival²³. A diretora do Lagar Vale Formoso refere que “também devido ao Alqueva que veio aqui revolucionar um bocado por causa da água, então decidiram fazer as plantações aqui, nesta zona”. No mesmo seguimento refere uma empresa espanhola “Nós sim, só estamos presentes no Alqueva, porque é o maior reservatório de água da Europa e assim permite chegar a todas as quintas circulantes.” A Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo salienta “o outro fator importante para os espanhóis é a agricultura intensiva. É o facto de o regadio do Alqueva ter permitido a irrigação aqui de cerca de 120 mil hectares da terra e isso permitiu que eles investissem em culturas intensivas, como o olival (...) o olival é a principal cultura deles.”

Como também salienta a Olivum, “a outra vantagem é a água. Ou seja, o EFMA, quando foi feito, o Alqueva, quando as comportas abriram foi feito com três intenções: regar, abastecer as populações urbanas e produzir energia. Portanto, quem está dentro do perímetro do EFMA tem uma garantia de água que não existe em mais lado nenhum de Portugal e em poucos lados do mundo, porque o EFMA é realmente o maior lago artificial da Europa. É uma obra de tal grandeza que assegura, digamos, uma estabilização inter-anual em termos de acesso à água. Só com estes grandes projetos hídricos é que se consegue realmente assegurar que existe água durante vários anos.” No mesmo sentido refere a empresa A, “segurança no abastecimento de água para irrigação, porque as explorações agrícolas que se encontravam dentro do perímetro do reservatório do rio Alqueva, que é o maior da Europa e a segunda maior capacidade de água para irrigação, que aqui tem uma capacidade de 4300 metros cúbicos de bacia de água que é muito superior nas necessidades hídricas do hectare com a possibilidade de irrigação de toda a área. Portanto, em primeiro lugar, segurança e abastecimento de água”

²² EDIA, DGADR, DGAV, DRAP ALENTEJO & INIAV (2020). Olival em Alqueva Caracterização e Perspetivas. *Olival em Alqueva: A sustentabilidade desejada*, 1-137. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/03/olival_digital.pdf

²³ EDIA (dezembro de 2020). Anuário Agrícola de Alqueva 2020, 1-204. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/01/Anuario_Agricola_Alqueva_2020_ii.pdf

A disponibilidade de água existente no Alqueva é considerada como procura de recursos, permite fazer um olival de regadio enquanto a maioria do olival em Espanha é de sequeiro. O olival de regadio tem inúmeras vantagens, como referido, pelo sócio e diretor geral Pedro Santos da empresa Consulai, “(...) não há comparação na rentabilidade entre as culturas regadas e as de sequeiro. O olival de sequeiro tem grande imprevisibilidade e tem produtividades muito mais baixas, no de regadio também existe alguma imprevisibilidade na produção - por exemplo, a safra e contra-safra cíclica da azeitona - mas não tem nada a ver e a produtividade é muito maior. Qualquer olivicultura do mundo procura ter água para regar olival.” Também Ricardo Silva, da Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo, salientou “o outro fator importante que os espanhóis vêm para aqui fazer agricultura intensiva é o facto de o regadio do Alqueva ter permitido a irrigação, aqui, de cerca de 120 mil hectares da terra e isso permitiu que eles investissem em culturas intensivas como o olival (...)”. No mesmo seguimento Santos (2018) refere que a barragem do Alqueva tem capacidade para irrigar dezenas de milhares de hectares de olival²⁴.

A disponibilidade de água é tão importante para o olival intensivo que as empresas quando questionadas o que pode limitar o seu crescimento em Portugal referem esse fator. “Neste momento vamos ver, apesar de estarmos aqui a falar no Alentejo a água, a água para esta cultura é fundamental, é essencial! Para fazer qualquer projeto deste tipo temos que ter disponibilidade de água. E, claro, a água não é infinita, não podemos pensar que por termos o Alqueva podemos expandir, expandir, expandir. O Alqueva não expande, o reservatório não expande, tem recursos limitados naturalmente e tem uma dotação de água para cada hectare e chega a um ponto que diz não, não se pode expandir mais quando não há água para mais. Isso é uma limitação, a água”. A disponibilidade de água é o motivo principal para investir neste setor, pois este recurso é imprescindível para praticar um olival de regadio, sendo assim e tal como já referido é preciso garantir e assegurar que haverá água disponível, então a segurança de abundância de água é um motivo importante.

Atualmente, segundo os entrevistados já não se verifica tanta disponibilidade de terra que tenha disponibilidade de água, no entanto, a EDIA irá expandir esta infraestrutura a mais hectares, o que implica que futuramente poderá atrair novos investidores uma vez que a

²⁴Santos, S. M. (22 de abril de 2018). *Azeite Invasão Espanhola*. Jornal N. https://ionline.sapo.pt/artigo/609268/azeite-a-invasao-espanhola-?seccao=Dinheiro_i

disponibilidade e segurança de abundância de água são dos motivos principais para os espanhóis investirem.

Através do Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) 2020, o Estado tem como finalidade aumentar a área do Alqueva regada em 50 mil hectares até 2023, num valor de 240 milhões de euros²⁵.

Este ponto foi salientado pela Olivum que também salientou “a EDIA até 2023 vai infraestruturar mais 50.000 hectares. Terra livre no Alentejo há muita, agora terra irrigada não. E, portanto, esses 50.000 novos hectares que a EDIA vai fazer até 2023 estarão disponíveis para regadio porque temos sempre que fazer aqui a destriça entre aquilo que é terra arável e terra arável irrigada, não é? Porque aí é que está o interesse, porque infelizmente não há interesse em termos de rentabilidade de qualquer investidor independentemente da nacionalidade em culturas de sequeiro, ou seja, em culturas onde não há acesso a água de rega”.

No motivo melhoria, insere-se a evolução tecnológica como procura de recursos complementares. A produção de azeite em Espanha já se faz há mais tempo do que em Portugal e com o projeto de Alqueva os espanhóis viram o sítio ideal para aplicar os seus conhecimentos e trazer novas tecnologias que foram sendo melhoradas devido às condições ótimas que o Alqueva apresenta. Como refere a Consulai, “o Alqueva no fundo é uma nova região de regadio por explorar, onde se usou a última tecnologia que existia, quer ao nível da produção de azeitona, quer ao nível dos lagares de azeite - que são os mais modernos do mundo! Qualquer pessoa no mundo que queira fazer olival e azeite tem que visitar o Alqueva porque é onde vê o melhor que há no mundo, porque são os olivais mais modernos, porque são as técnicas mais evoluídas e os lagares mais evoluídos do mundo.” Referido pela empresa D, “todo o olival é colhido ou é tratado de forma da mais moderna que existe porque também foi plantado mais recentemente”. De acordo com a Olivum, “A nível tecnológico estamos a falar sobretudo de agricultura de precisão, sondas meteorológicas, de estações meteorológicas, de sistemas de rega, e por aí fora! Não é só espanhol, tem a ver com o que se pratica a nível de mercado mundial. Claro que Espanha tem um grande know-how, porque na altura, há 37 anos, importou essas tecnologias para Espanha e que depois foram desenvolvidas e quando chegaram a Portugal já estavam bastante maduras.” Ainda no mesmo

²⁵ Barriga, P. (2020). Os Novos Donos do Alentejo. *Sábado*, 820, 17. https://content.gulbenkian.pt/wp-content/uploads/2020/09/28164802/PBarriga_Sabado.1_20200116.pdf

sentido, a empresa D refere “Tecnologia, sim! Conhecimento, também. (...) digo que quase todas para não dizer todas trouxeram *know-how* espanhol para cá.”

“Tecnológico eles trouxeram novas técnicas, que agora não são exclusivas deles. Podem dizer, os espanhóis são muito bons, não são os espanhóis que são muito bons. Quem está a fazer o olival neste momento na zona do Alqueva é bom. Aliás, como estas explorações são todas relativamente recentes, eu atrevo-me a dizer que a média tecnológica aqui na região do Alqueva é superior à maior parte da Espanha, porque (...) eles vieram trazer nova tecnologia foi bom. (...) com a existência de sensores fica-se a saber qual é a necessidade e claro fazendo cálculos fica-se a saber qual é a necessidade que a cultura tem e dá-se só essa quantidade de água a essa cultura. Portanto, houve aqui um grande salto tecnológico, mas isto não é dos espanhóis! É do regadio, aliás dos melhores agricultores nessa área são portugueses e, portanto, eles ajudaram, vieram ajudar a criar aqui uma massa crítica e um local de cultura digamos assim, um ambiente para a inovação tecnológica. Mas, também já havia cá portugueses que também já estavam nessas áreas, portanto, não se pode dizer que é só português ou espanhol.” (EDIA)

Espanha é conhecida pela olivicultura de sequeiro, mas no Alqueva a olivicultura é de regadio. A olivicultura de regadio apresenta mais vantagens. Os olivais regados são mais produtivos e devido à modernização que o Alentejo apresenta atualmente é considerado o que tem a melhor qualidade de azeite do mundo.

Em resultado do regadio de Alqueva, o Alentejo é o local com a maior área de olival e de produção de azeite em Portugal. Com a modernização dos sistemas de produção tornando-os mais eficientes, em lagares com tecnologia considerada da mais evoluída mundialmente, passou-se de olivais tradicionais para mais modernizados e consequentemente melhoria na qualidade do azeite ²⁶.

“Antes de mais, o estado de arte do setor, (...) tudo o que tem a ver com tecnologia, tudo o que tem a ver com digitalização, quando chegou há 10 anos ao Alentejo trouxe o que melhor se fazia no mundo e, portanto, é muito simpático para qualquer investidor quando chega ao Alentejo e a Portugal e ao Alqueva começar logo a trabalhar com esse estado de

²⁶ Revista do Setor Agrário (27 de outubro de 2019). *Alentejo lidera em olival e produção de azeitona e azeite em Portugal*. Voz do Campo. <http://vozdocampo.pt/2019/10/27/alentejo-lidera-em-olival-e-producao-de-azeitona-e-azeite-em-portugal/>

arte, que é o mais evoluído em termos de olivicultura mundial. E, portanto, esse é um dos fatores.” (Olivum)

Tal como referido por Dunning (1988), aqui encontra-se a vantagem específica de propriedade, em que uma empresa para se tornar competitiva deve possuir certas vantagens. Neste caso, as empresas espanholas apresentam essas vantagens competitivas pois, como referido pelos entrevistados (Olivum; EDIA) em Espanha já se investe em olival há 30 anos, enquanto que em Portugal só se faz há 10 anos, e Espanha é o maior produtor de azeite e exportador do mundo! Os espanhóis quando entraram no Alentejo tinham vantagem competitiva em relação aos portugueses pois a nova forma de explorar o olival ainda era muito recente.

A vantagem de localização também se conjuga com a parte tecnológica, pois se Espanha já trazia conhecimento tecnológico encontrou no país destino, mais especificamente nas infraestruturas do Alqueva, as condições adequadas para o aplicar. Esse desenvolvimento tecnológico permitiu passar de olival de sequeiro para regadio, tal como referido pelo sócio da Consulai “(...) essa revolução tecnológica foi feita em Espanha, liderada por espanhóis e que viram no Alqueva o sítio ideal para poderem exprimir isso de uma forma o mais evidente possível (...)” E tal como na teoria da produção internacional referida por Dunning (1980), uma empresa quando decide produzir no exterior irá comparar o seu país de origem com as vantagens e desvantagens de operar noutro país e como já foi referido no estudo de caso é mais vantajoso a olivicultura de regadio do que de sequeiro.

O olival português, e o do Alentejo em particular, é uma referência internacional, devido à qualidade e a sistemas eficiente. Portugal encontra-se entre os 10 principais produtores de azeite do mundo e de todos eles é o que tem a melhor qualidade face ao total da produção, pois 95 % do azeite obtido é de qualidade virgem e extra-virgem, já Espanha atinge apenas 70%²⁷.

Note-se, como refere a empresa D, “Em Portugal consegue-se aproveitar 95% do azeite como virgem extra de elevada qualidade e, como tal, valorizá-lo bastante mais. Porque se utilizam as técnicas modernas e basicamente é muito simples - tal como na vinha, qual é que o ponto crítico é haver uma colheita e uma transformação. No caso da vinha, em vinho

²⁷ Vilar, J., Santos, P., Canô, S., Caldeira, B., Dias, P., & Rosário, L. (2019). Alentejo: A liderar a olivicultura moderna internacional. Consulai & Vilar, 1-95. <https://www.oliveoiltimes.com/wp-content/uploads/2019/12/portugal-olive-growing-report.pdf>

ou sumo de uva e no caso do olival é sumo da azeitona, é azeite num curto espaço de tempo (entre a colheita e essa transformação azeitona não fica parada a estragar-se).” Para a Consulai, “(...) nós fomos o primeiro país a ter o chamado azeite verde, ou seja, azeite novo”. Para além de ter melhor qualidade o azeite português é colhido mais cedo do que em Espanha, o que permite tirar alguma vantagem e tudo se deve novamente ao desenvolvimento tecnológico. A Consulai refere que “A primeira colheita que se faz de azeitona na Europa é em Portugal, nós conseguimos colher em outubro. Num ano normal, no início de outubro já estamos a colher, até já houve anos em que se colheu em setembro (...) a maior parte do Olival em Espanha é colhido, se calhar, só em janeiro, fevereiro para aí, que é quando a azeitona amadurece verdadeiramente, mas eles só começam a colher mais tarde, 1 mês, 2 meses, três, quatro meses às vezes mais tarde (...) porque não têm sistemas tão modernos como os nossos e portanto são sistemas mais antigos (...)”

No mesmo sentido, a empresa C quando questionada sobre os fatores que considerou para internacionalizar referiu essa antecipação da colheita como um fator relevante para a internacionalização “a antecipação da colheita em Portugal que é uma coisa favorável no mercado internacional, nacional ou mundial. Porque, ou seja, nós antecipamos o preço do azeite que está mais alto e é uma vantagem que Portugal tem.”

Vilar et al. (2019) refere que Portugal tem os melhores recursos para produzir eficientemente, são eles, a dimensão das explorações, água disponível, maturação da azeitona, inovação das explorações e dos lagares mais modernos a nível mundial, sobretudo no projeto de Alqueva²⁸.

Ainda no motivo melhoria temos a subcategoria qualidade de força de trabalho apesar de em minoria, este motivo é referido por uma empresa espanhola “também o profissionalismo dos portugueses acabou por ajudar”. Tal como referido por Castro (2000), este motivo é dos que apresenta menor importância para as empresas.

Atualmente a maior presença é portuguesa seguida dos espanhóis. Não se sabe ao certo a presença espanhola no setor do azeite no Alentejo, pois algumas empresas optam por criar nifs portugueses quando investem, para obter apoios governamentais. O Estado tem um papel significativo na atração de investidores no Alqueva pois, este ao longo dos anos

²⁸ Vilar, J., Santos, P., Canô, S., Caldeira, B., Dias, P., & Rosário, L. (2019). Alentejo: A liderar a olivicultura moderna internacional. Consulai & Vilar, 1-95. <https://www.oliveoiltimes.com/wp-content/uploads/2019/12/portugal-olive-growing-report.pdf>

tem disponibilizado apoios ao financiamento²⁹. Estes apoios inserem-se no motivo comprar melhor. Tal como a teoria da produção internacional, Dunning (1980) refere que a própria ação do governo tem relevância para a empresa poder operar no estrangeiro.

As empresas espanholas entrevistadas todas referiram que aproveitaram apoios governamentais e apesar de não ser o motivo principal para investir no Alentejo foi algo que tiveram em conta. Segue-se alguns exemplos: “Outra condição que tivemos em conta quando nos internacionalizámos para Portugal foi a possibilidade de subsídios da União Europeia. Na altura da internacionalização, os investimentos agrícolas que foram feitos em Portugal foram altamente subsidiados pela União Europeia, chegando quase a atingir 55% do investimento inicial, o que também foi muito benéfico. A União Europeia foi também um ponto muito importante, uma condição importante que tivemos em conta na altura da internacionalização.” (Empresa A); “Nesse momento sim, existiam apoios e que acabaram por ser aproveitados, mas não foi a chave da instalação dos sócios.” (Empresa C); “Isso tivemos, passando depois desta burocracia houve o apoio, principalmente nos projetos PRODER e que houve um apoio significativo, cerca de entre 30 e 40% de fundo perdido. Este também foi, poderá ter sido, outro fator importante na decisão de internacionalização. Haver a possibilidade de se conseguir a nível de apoios da união europeia, porque o PRODER não é português, é um apoio da União Europeia, e conseguir então esse apoio é muito importante 30 ou 40% é um valor extremamente elevado.” (Empresa B)

A diretora do Lagar Vale formoso também referiu “É assim, em termos de plantação foram aproveitados esses apoios que foram fornecidos pelo Estado. Em termos de indústria de lagar, o lagar onde nós estamos foi construído em 2016, por isso é um lagar recente. Candidatamo-nos, o investimento não foi aprovado, por isso é tudo de investimento particular.”

A partir de 2019 os apoios do setor do olival foram suspensos o que impede pequenas multinacionais de investir e fomentar apenas o investimento de grandes empresas com capacidade financeira para tal. A empresa Consulai referiu ainda “está a haver diminuição de investimento no olival, depois as outras culturas continuam aí. Tem havido um investimento

²⁹ EDIA, DGADR, DGAV, DRAP ALENTEJO & INIAV. (2020). Olival em Alqueva Caracterização e Perspetivas. *Olival em Alqueva: A sustentabilidade desejada*, 1-137. https://www.edia.pt/wp-content/uploads/2021/03/olival_digital.pdf

agrícola muito grande nas noutras culturas, o olival é que tem este impedimento. Quem está a fazer investimentos em olival hoje em dia são grupos que já estão instalados, que estão a ganhar escala. O que estamos a fazer com esta proibição, é proibir projetos mais pequenos de aparecerem, são aquelas pessoas que precisam dos apoios públicos. Os investidores são cada vez maiores e os grupos são cada vez maiores.”

Os apoios que foram disponibilizados às empresas são considerados um fator de decisão de entrada de internalização (IED) segundo (Mat Isa et al., 2017:83), os autores referem que a disponibilidade de fundos de projeto influencia as decisões ELETEM.

De acordo com Ghemawat (2001), a integração dos países na UE reduziu a distância administrativa. Portugal, com a entrada na Comunidade Económica Europeia, deixou de se restringir apenas ao espaço físico português e agora é “maior”, sendo que o seu mercado é toda a UE, o que se pode relacionar com a Nova Teoria do Comércio, pois agora a economia portuguesa é mais aberta e torna-se mais atrativa para os investidores.

Também é importante referir a Abordagem Institucional, pois com esta adesão as instituições financeiras e administrativas passaram a ser mais fiáveis e os investidores conseguem obter fundos. Tal como referido pelas empresas, estes apoios são originários da União Europeia.

Modo de entrada

Faltando referir a terceira propriedade (*internalisation*) do modelo de Dunning (1988), esta secção refere-se ao modo de entrada das empresas espanholas para ver se está de acordo com o paradigma eclético de OLI.

Referido por empresas espanholas “a empresa iniciou a sua internacionalização com a procura de novas áreas que permitam o desenvolvimento da olivicultura com o objetivo de obter a máxima rentabilidade, o mínimo risco de investimentos em azeitonas irrigadas (...) A primeira coisa foi que o grupo alugou uma quinta e transformou-a num olival.” (Empresa A); “Inicialmente foi compra e posteriormente já instituto de compra e arrendamentos” (Empresa C); “decidiram partir para uma outra vertente neste caso a agricultura e começaram adquirir propriedades no Alentejo.” (Empresa B); “o projeto nasceu da vontade conjunta de portugueses e espanhóis (...) e resolveram juntar as sinergias.” (Empresa D)

Referido pelo chefe de divisão do desenvolvimento económico, Rafael Rodrigues da Câmara Municipal de Évora “Tanto quanto eu conheço a maioria são investimentos diretos. Há conhecimento de várias opções, algumas empresas que compram, outras que eventualmente poderá ser a maioria que fazem arrendamentos de longo prazo. De longo prazo, digamos pelo tempo útil, se tivermos a falar de olivais intensivos, não é, no mínimo, pelo tempo útil de vida de exploração de um olival, sempre arrendamentos de longo prazo.” No mesmo seguimento refere o coordenador Ricardo Silva, da Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo, “Fundamentalmente, adquiriram propriedades. Nós temos aqui uma situação em que de uma forma geral os dirigentes das exportações agrícolas são pessoas com uma idade muito avançada e pouco motivados para e com pouca capacidade de investimento. Quando o regadio do Alqueva aqui chegou, as terras valorizaram-se muito. Os agricultores portugueses acabaram por ser tentados por esses valores que lhes eram oferecidos e acabaram por em muitos casos vender as suas explorações aos espanhóis.”

A diretora industrial Sara Carvalho do Lagar Vale Formoso, refere, “É assim, os sócios daqui deste lagar são todos espanhóis, são quatro grupos de sócios, são investidores. Aqui, na zona do Alentejo, fizeram plantações com alguma dimensão, aqui nesta zona de Beja, de Granja que pertence a Évora e Avis e (...) fizeram esta marca e este lagar que é o lagar Vale Formoso.” Quando questionada se os sócios já estavam dentro da área do azeite antes de internacionalizar para Portugal, a diretora Sara Carvalho referiu “tem outras áreas de negócios mas todos na área da agricultura” (...) “um sócio tem um lagar em Espanha e um é produtor de azeite juntaram-se estes quatro grupos”.

O Diretor executivo da Olivum, Gonçalo Almeida Simões, também refere “em todos os casos de figura, tem investimento direto espanhol em Portugal e tem vários casos de empresas que têm um sócio português, um sócio espanhol e, portanto, muitas vezes até o que acontece é havendo um sócio português e um sócio espanhol fazem investimento em Portugal e fazem investimento em Espanha. Portanto acaba por ser um investimento estrangeiro porque não só traz o sócio espanhol para Portugal como leva o sócio português para Espanha.”

No caso do terceiro aspeto de Dunning (1988), todas as empresas entrevistadas investiram diretamente no Alentejo no olival em vez de subcontratar, umas com investimento a 100% outras criando joint-ventures com sócios portugueses.

Sendo assim, este estudo de caso cumpre simultaneamente os três critérios referidos por Dunning (1988), vantagens de propriedade, de localização e de internalização. Estes critérios do paradigma de OLI são os que as empresas devem obedecer para realizar IDE em vez de optar por outros modos de entrada.

Introduzindo o S de especialização de Mat Isa et al. (2017), apenas a empresa B não cumpre o paradigma OLI+S pois esta empresa foi a única que investiu numa vertente diferente da que operava em Espanha. Todas as outras empresas cumprem o paradigma OLI+S, a empresa A e C quando internacionalizaram continuaram no mesmo setor, neste caso o olival. O Lagar Vale Formoso os sócios apesar de terem os seus negócios individuais já tinham conhecimento e experiência neste setor. No caso da empresa D, tal como referido pelo entrevistado, controller na empresa “(...) isto foi aproveitar o conhecimento e a experiência que já havia do lado espanhol, inclusive a empresa portuguesa tinha atividade em Espanha (...) as pessoas já sabiam com o que que contavam havia conhecimento”. Posto, isto a empresa, A, C, D e o Lagar Vale Formoso já tinham experiência no setor do olival quando internacionalizaram e como tal cumprem o paradigma OLI+S.

Distâncias

Como referido por Ghemawat (2001), dependendo do negócio as distâncias apresentam diferentes importâncias. Neste estudo de caso há uma maior preponderância da distância cultural e geográfica e apenas será feito um breve comentário à distância administrativa.

A distância cultural, administrativa e geográfica (Ghemawat, 2001) enquadra-se neste estudo de caso, pois tal como referido, quanto menor estas distâncias forem mais interações se verifica entre os países, no entanto, isto só se verifica com maior peso do lado espanhol. A proximidade geográfica e cultura são fatores relevantes. Cultural porque existe alguma proximidade linguística. “Por um lado, somos vizinhos, por outro lado temos um problema de proximidade linguística o que permite que a gente se entenda.” (Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo). A distância administrativa, o facto de ambos os países estarem inseridos na União Europeia tem um papel muito importante, pois, de acordo com Ghemawat (2001), a distância administrativa é reduzida quando ambos estão na UE. A distância geográfica é também um fator importante visto Portugal e Espanha serem vizinhos e terem um clima muito semelhante. Santos (2018) chama a atenção para a existência de um

clima favorável³⁰. Como refere uma empresa espanhola, “Claro que sim. É um ponto muito favorável, sendo espanhóis que estamos ao lado de Portugal, que não temos de apanhar avião nem nada. Ou seja, não é a mesma coisa um espanhol investir na Europa ou investir na América. E, dentro da Europa, não é o mesmo que investir, não sei, na Holanda e investir em Portugal. A proximidade, sim, torna-se um ponto positivo.” (Empresa A). “Ah, sim. A proximidade sim” (Empresa C).

Também Rafael Rodrigues, da Câmara Municipal de Évora, refere “Influencia, obviamente, desde logo por uma questão de proximidade, não é? Também de conhecimentos de processos mas especialmente por uma questão de proximidade e de criação de condições para o investimento.” No mesmo sentido da distância geográfica, a Olivum salienta “Claro, o fator geográfico é sempre um fator importante a ter em mente e a ponderação da proximidade é sempre importante, não é? Nós também íamos a Badajoz comprar caramelos, por alguma razão. Não íamos nem a Veneza, nem a Antuérpia, nem a outro sítio qualquer! Portanto, o fator geográfico ... cada vez que se faz um investimento estrangeiro seja ele espanhol ou não seja espanhol dá sempre um maior conforto e uma maior segurança a quem faz o investimento estar próximo do seu investimento. Portanto, é natural que Espanha quando investe em Portugal sinta um maior conforto, França quando investe em Espanha sinta um maior conforto e Itália quando investe em França sinta um maior conforto, não é? Aliás o conforto muitas vezes pode não ser só geográfico, mas pode ser cultural. Porque é que neste momento há empresas brasileiras a apostar em Portugal e a investir em Portugal? Porque há uma proximidade cultural.” Dentro do fator geográfico de acordo com a teoria de Ghemawat (2001), falta referir o impacto do clima para os investidores espanhóis, que referem que este é importante para a cultura do olival e não difere muito do de Espanha. Como refere a Consulai “Sim, mas não é diferente de Espanha. A verdade é que o Alqueva não é diferente de Sevilha, Beja não é diferente de Sevilha (...).” Refere a empresa C, “O que se veio aqui abrir foram as portas pela chegada do perímetro de rega do Alqueva e uma vez que nós temos clima e solos. Temos todas as condições para poder ter aqui muita competitividade na parte do mundo do azeite. (...) e em termos de clima, basta haver alterações climáticas muito significativas para as coisas alterarem.” A empresa B quando questionada se o clima é um fator favorável salienta “Sim, porque não é muito diferente da

³⁰Santos, S. M. (22 de abril de 2018). *Azeite Invasão Espanhola*. Jornal N. https://ionline.sapo.pt/artigo/609268/azeite-a-invasao-espanhola-?seccao=Dinheiro_i

mancha, dali de Andaluzia. Em Andaluzia se Espanha é o maior produtor de azeite do mundo, Andaluzia é a maior região e digamos que o clima não difere muito da zona de Andaluzia espanhola e se aí existe a maior mancha do mundo de olival e nós estamos aqui ao lado, somos mesmo ao lado de Andaluzia e então pronto o clima é muito parecido.” A distância geográfica, quanto à distância física e ao clima é reduzida entre Portugal e Espanha.

Impactos das empresas espanholas no Alentejo

Como já referido, de acordo com Asiedu (2006), países que implementam políticas de atração de IDE promovem crescimento económico no longo prazo e apesar da questão de investigação ser sobre as motivações é importante referir os impactos ao nível do emprego, da tecnologia e da economia local que o investimento espanhol apresenta para Portugal. E tal como referido pela Olivum, “Penso que o investimento é sempre bem-vindo seja para que indústria for e quanto mais interesse houver no investimento mais tecnologias é exportada para esse país onde está a fazer esse investimento, mais receitas, mais fiscalidade, mais tudo.”

Ao nível do emprego, de acordo com a Consulai, “Numa primeira fase os técnicos eram quase todos espanhóis, agora os técnicos são quase todos portugueses. Estes novos modelos de produção, quer seja olival, quer sejam outras culturas, no fundo necessitam de uma mão-de-obra um bocadinho mais qualificada, no fundo deixou de haver (não é ridicularizar), mas deixou de haver a pessoa com enxada às costas e passaram a ser tratoristas qualificados. Para mexer com máquinas um bocado mais elaboradas, tem que haver técnicos que acompanhem a cultura de uma forma muito mais tecnológica, tem que haver prestadores de serviços que também tenham isso e, portanto, o efeito é direto com a empregabilidade que é maior nestas culturas do que era num Olival tradicional e nos sequeiros que existiam na região. Portanto, isto emprega mais pessoas, sendo que é uma das culturas permanentes que menos emprega pessoas por hectare, mas emprega muito mais do que a alternativa que existia e hoje em dia pedem empregos mais qualificados e pagam melhor. E tem o efeito indireto criar mais prestadores de serviço, mais fornecedores de fatores de produção, mais empresas de mão-de-obra temporária, quer dizer isto depois a economia mexe, não é?”

A EDIA refere “Também criaram, o facto de haver muitas explorações agrícola, muitas sociedades agrícolas (...) Vou dar aqui um exemplo, eles criaram uma nova classe de técnicos entre os 30 e os 40 anos. Os alunos da escola superior agrária de Beja têm todos

emprego. Não estou a dizer que são todos a trabalhar para espanhóis, mas criaram uma classe de técnicos que trabalham para eles, que são os gestores e técnicos agrícolas ao mesmo tempo. Portanto, acho que este é dos impactos mais positivos que possa haver. Mas isso também não é exclusivo dos espanhóis, é exclusivo da agricultura de regadio que implicou a necessidade de criar uma classe dessas. (...) mas Beja é uma cidade pequena, vê-se espanhóis a *dar com pau* (como se costuma dizer), nos restaurantes, nos hotéis, etc. Muitas vezes são técnicos que trabalham para eles, ou são pessoas que trabalham em áreas específicas do olival, etc. Mas isso até foi bom porque dinamizou determinados tipos de setor que não existiam aqui há 20 anos. Também foi positivo sobre esse ponto de vista.”

Segundo a empresa B, “Neste momento não é só espanhol, há aqui de vários países e vários quadrantes, mas tudo isto as pessoas começaram-se a perceber que tudo isto trazia emprego, trazia uma economia a crescer e começaram a aperceber-se disso. A aldeiazinha que está ali perto de uma propriedade ou até abriu um restaurante, tem uma mercearia, tem um café e agora até está sempre cheio. Digamos que toda esta economia colateral, não direta, mas também! Mesmo o emprego nas propriedades, o combustível de comprar ali no revendedor ali ao lado, tudo isto foi uma mais valia para a região e principalmente para algumas aldeias e vilas mais interiores. E, então, por tudo isso foram bem-vindos. Foram bem-vindos e continuam a sê-lo.”

As respostas das câmaras são diferentes das dos outros entrevistados. Segundo a Câmara Municipal de Évora, quando questionada sobre o impacto das empresas espanholas ao nível local e de emprego refere, “Não há diferença para uma empresa portuguesa a esse nível também não há grande crescendo.” Também, de acordo com a Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo, o impacto das empresas espanholas não é assim tão significativo “Tem, mas o impacto é relativamente reduzido, nomeadamente no Olival, porque o período em que estão em atividade, são atividades funcionais. Há ali três meses que os Olivais, que os lagares, trabalham e depois há as operações culturais, mas é quase tudo mecanizado e o número de postos de trabalho que criam é reduzido. Naturalmente que é bom que existam, mas não é nada de extraordinário. Depois a produção é toda exportada. Os lucros não ficam no território, não é? As empresas, não sendo empresas nacionais e não sendo empresas locais, e não estando as empresas muito ligadas ao território o que significa é que os lucros obtidos depois vão ser aplicados noutros locais, que não aqui no território, e isso acaba por não se traduzir em grandes vantagens para o território.”

Já a diretora do Lagar Vale Formoso refere que é relevante a sua presença no Alqueva “vimos dinamizar um bocado uma zona que estava abandonada, tanto quando eles começaram em 2005 a fazer as plantações, como agora na construção do lagar. A maioria dos trabalhadores aqui da empresa são portugueses e portugueses da zona. Houve a criação de postos de trabalho que nem existia na altura e com a construção do lagar começamos a criar estes postos de trabalho.”

De acordo com a Olivum, “Em termos de emprego, os dados não estão segmentados a esse nível. Não sabemos quanto é que as empresas de olival português versus empresas de olival espanhol contribuem em termos de emprego, sabemos quanto é que o setor do olival contribui em termos de emprego. Contribui em termos de emprego com 32 mil postos de trabalho a nível nacional e cerca de 12.000 postos de trabalho a nível do Alqueva. Temos dados interessantes também, por exemplo, no Alentejo, entre 2011 e 2017 temos uma subida de 68% das empresas agrícolas e temos uma subida do poder de compra do Alentejo em 2019. Portanto, se as empresas agrícolas aumentaram é óbvio que parte desse poder de compra da população (que neste momento grande parte está empregue em empresas agrícolas) também vem daí. Temos, por exemplo, que em termos de desemprego em 2020, o Alentejo foi o distrito que menos cresceu em termos de desemprego, precisamente porque estas empresas agrícolas, nomeadamente no Olival, não despediram nem recorreram ao lay off. Este é realmente o grande contributo para o emprego e para a economia local.”

Como já referido há também a questão da valorização do preço da terra e da receita fiscal recebida pelas transações e, muitíssimo importante, o desenvolvimento tecnológico que hoje é de todos, mas foi trazido para o Alentejo pelas empresas espanholas.

5. Conclusão

A presente dissertação teve como objetivo determinar quais os motivos que as empresas espanholas têm considerado para investir no Alentejo no setor do olival de modo a responder à questão de investigação.

Relativamente à parte teórica, foram abordadas várias teorias que são consideradas importantes no IDE, como o paradigma eclético de Dunning (1988), modelo de Uppsala, modelo CAGE, a Nova Teoria do Comércio e a Abordagem Institucional.

O paradigma Eclético de Dunning (1988) refere que para existir IDE é necessária a concomitância de três condições: vantagens de propriedade, vantagens de localização e, por fim, vantagens de internalização. O modelo de Uppsala é um modelo gradual, ou seja, de acordo com este modelo, as empresas tendem a entrar no exterior primeiro para países vizinhos de modo a evitar incertezas e, gradualmente, aumentam a distância psíquica. O mesmo se verifica para os modos de entrada, de acordo com o modelo, as empresas inicialmente optam por modos de entrada menos envolventes evoluindo gradualmente para modos com maior comprometimento. O modelo CAGE tem como foco as distâncias, não se referindo apenas à distância geográfica (embora esta seja a distância em que as empresas pensam em primeiro lugar), mas engloba outras distâncias, a distância cultural, a política e a económica. A Nova Teoria do Comércio coloca ênfase na dotação de fatores, na abertura da economia e na dimensão e crescimento de mercado. Já a Abordagem Institucional tem em atenção fatores como a instabilidade política, corrupção, qualidade institucional e enquadramento fiscal.

Para além das teorias referidas incluiu-se estudos sobre os motivos das empresas realizarem IDE. Nomeadamente, o estudo de Cuervo-Cazurra et al. (2015) que permitiu relacionar todas as motivações referidas ao longo da revisão de literatura e com o estudo de caso. A revisão de literatura sobre o IDE, como resumido na Tabela 1, permitiu concluir que as empresas apresentam os mais diversos motivos para investir, dependendo desde logo do setor de atividade.

Visto que os primeiros a investir no Alqueva foram espanhóis, com a presença espanhola e com a competitividade os portugueses adquiriram novas competências. O IDE traz conhecimento, tecnologia e este desenvolvimento tecnológico gera novos postos de trabalho mais qualificado, como por exemplo, todo este desenvolvimento dá emprego a

estudantes da Escola Superior Agrária de Beja. O IDE é rentável para as próprias empresas além de aumentar a sua quota de mercado, como neste caso investiram no Alentejo e compraram a preços mais razoáveis, aumentou a sua rentabilidade e maximização do seu desempenho. Neste sentido o IDE é um impulsionador para o crescimento económico, não tem impacto apenas direto no PIB, também dinamiza a região e as próprias empresas locais. O IDE tem impacto a longo prazo e agora está mais estabilizado o setor do olival, para além de se perceber os motivos também foi importante perceber os impactos.

Todo este IDE permitiu que na atualidade Portugal seja o país com a melhor qualidade de azeite, cerca de 95% é de qualidade virgem e virgem extra. O crescimento foi tão rápido que a cultura do olival é que apresenta maior presença no Alqueva e 70% do olival de Portugal é na região do Alentejo e Ribatejo.

De forma a responder à questão de investigação procedeu-se à elaboração de entrevistas semiestruturadas e cada entrevista gerou novos conhecimentos e consequentemente novas questões para as seguintes, o que resultou no total de 10 entrevistas. Este estudo permitiu sugerir novos fatores explicativos no quadro de análise: o preço da terra, a disponibilidade da terra, a disponibilidade da água e a segurança de continuidade destas condições.

Da análise do estudo de caso resultaram as seguintes motivações: a disponibilidade de água (infraestruturas) e a segurança da sua continuidade, o preço da terra, a disponibilidade da terra, a modernidade/tecnologia sendo este último um motivo secundário. Os primeiros motivos referidos foram os impulsionadores para a internacionalização e com o passar do tempo verificou-se um forte desenvolvimento tecnológico no Alqueva. Outro motivo referido prende-se com os apoios (subsídios), aqui pode-se verificar que o facto de Portugal estar inserido na União Europeia é uma grande vantagem, pois foi assim que as empresas conseguiram esses apoios. A possibilidade de apoios atraiu novos investidores para o Alentejo, gerando crescimento económico.

Do ponto de vista teórico, a contribuição deste estudo reflete-se numa vasta apresentação das principais teorias do IDE e a apresentação da Tabela 1 com a síntese das motivações facilita e ajuda em estudos futuros. De acordo com este estudo, a existência de infraestruturas e de recursos naturais e integração na União Europeia foram essenciais na atração do IDE espanhol, neste setor, no Alentejo.

Posto isto, do ponto de vista prático é crucial perceber quais os determinantes que levam as empresas a investir em determinado setor. Realizando estudos direcionados para cada setor permite atuar diretamente e atrair mais IDE no futuro. Este estudo torna-se relevante, pois como o Alqueva ainda vai ser aumentado até 2023 é possível trabalhar diretamente na atração do IDE e criar incentivos para as empresas.

Como o setor em estudo é no Alentejo, a distância e a dificuldade de mobilidade provocada pela pandemia de COVID-19 não permitiram contactar e entrevistar presencialmente as empresas, o processo de coleta de dados foi mais demorado e mais dificultado na seleção das entidades. É também importante notar que a presença espanhola pode ser superior à refletida nas estatísticas oficiais, pois muitas empresas criam nifs portugueses para obterem apoios.

É importante referir que as conclusões estão direcionadas ao setor do olival e que não representa todos os setores que se inserem no Alqueva e outras nacionalidades de investidores, o que implica que não se deve generalizar os resultados para outro setor e outro país. As empresas espanholas ao investirem noutro setor as motivações podem ser diferentes e investidores estrangeiros de outras nacionalidades que investem no Alentejo neste setor podem apresentar perspetivas distintas.

Para finalizar ficam algumas propostas de investigações futuras. Como referido pela Olivum a presença de investidores espanhóis em Portugal fez com que alguns investidores portugueses se interessassem por investir no exterior. “A consequência direta é a vinda do investidor para o país onde está a investir, mas a consequência indireta é levar o outro sócio da empresa para o mercado que não conhece, e que irá pela mão do investidor espanhol e, portanto, tem que ver, quando falamos em investimento estrangeiro. No setor do olival estamos a falar de investimento estrangeiro que pode ser espanhol ou não, em Portugal e investimento português em Espanha e noutros sítios. (...) Que é por exemplo, não havendo este investimento espanhol em Portugal nunca um investidor português se sentiria à vontade para entrar no mercado espanhol e acaba por entrar precisamente por esta via.” Seria, pois, muito interessante estudar não só os fluxos de investimento em sentido contrário, mas também este investimento cruzado.

A maioria dos entrevistados referiu que o amendoal é um setor que está em crescimento e que está a atrair investidores, aliás muitos investidores de olival estão a investir

também em amendoal. por isso seria um bom setor para estudo, ajudando ainda a perceber a estabilidade do investimento no longo prazo. Com este estudo percebemos que o setor do olival está a ser um tema mediático relativamente à sustentabilidade ambiental, assim o seu impacto no meio ambiente e as práticas de responsabilidade social neste setor são um caminho de investigação que não se pode evitar.

6. Referências

- Asiedu, E. (2006). Foreign direct investment in Africa: The role of natural resources, market size, government policy, institutions and political instability. *World Economy*, 29(1), 63–77. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2006.00758.x>
- Assunção, S., Forte, R., & Teixeira, A. A. C. (2013). Location determinants of FDI: Confronting theoretical approaches with empirical findings. *Argumenta Oeconomica*, 31(2), 5–28. https://dbc.wroc.pl/Content/35496/PDF/Forte_Location_Determinants_Of_FDI_2013.pdf
- Barrios, S., & Lucio, J. J. (2003). Economic integration and regional business cycles: Evidence from the Iberian regions. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 65(4), 497–515. <https://doi.org/10.1111/1468-0084.t01-2-00059>
- Barros, P. P., & Cabral, L. (2000). Competing for foreign direct investment. *Review of International Economics*, 8(2), 360–371. <https://doi.org/10.1111/1467-9396.00227>
- Botelho, J. M. M., Silva, A. M. A. S. da, & Sousa, A. J. C. (2014). Determinantes da atratividade do IDE em Portugal. *Jornadas Luso-Espanholas*, XXIV, 1–17. https://www.researchgate.net/publication/277598253_determinantes_da_atratividade_e_do_ide_em_portugal
- Castro, F. B. (2000). *Foreign Direct Investment in the European Periphery: The Competitiveness of Portugal*. (Doctoral dissertation, University of Leeds). https://etheses.whiterose.ac.uk/2612/1/Castro_FB_LUBS_PhD_2000.pdf
- Cuervo-Cazurra, A., & Narula, R. (2015). A set of motives to unite them all?: Revisiting the principles and typology of internationalization motives. *Multinational Business Review*, 23(1), 2–14. <https://doi.org/10.1108/MBR-03-2015-0010>
- Cuervo-Cazurra, A., Narula, R., & Un, C. A. (2015). Internationalization Motives: Sell More, Buy Better, Upgrade and Escape. *SSRN Electronic Journal*, 23, 25–35. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2939444>
- DeJonckheere, M., & Vaughn, L. M. (2019). Semistructured interviewing in primary care

- research: A balance of relationship and rigour. *Family Medicine and Community Health*, 7(2), 1–8. <https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000057>
- Dubois, A., & Gadde, L. E. (2002). Systematic combining: An abductive approach to case research. *Journal of Business Research*, 55(7), 553–560. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00195-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00195-8)
- Dunning, J. H. (1980). Toward an eclectic theory of international production: Some empirical tests. *Journal of international business studies*, 11(1), 9–31. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490593>
- 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. <https://doi.org/193.136.31.10>
- Dunning, J. H. (2000). The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. *International business review*, 9(2), 163–190. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(99\)00035-9](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(99)00035-9)
- 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. <https://doi.org/10.1080/13571510110051441>
- Dygas, R. (2020). Determinants of foreign direct investment outflow from India to Poland. *International Journal of Management and Economics*, 56(2), 109–117. <https://doi.org/10.2478/ijme-2020-0008>
- Ermolaeva, L., Nefedov, K., Panibratov, A., & Viktorov, D. (2019). Internationalisation Driving Value Chain Configuration: The Case of Emerging Market IT Companies. *Journal of East-West Business*, 25(4), 340–362. <https://doi.org/10.1080/10669868.2018.1475316>
- Faeth, I. (2009). Determinants of foreign direct investment - A tale of nine theoretical models. *Journal of Economic Surveys*, 23(1), 165–196. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2008.00560.x>
- Ferrão, J., & Fonseca, M. L. (1989). Investimento estrangeiro e desenvolvimento regional: o

- caso do investimento espanhol em Portugal. *Finisterra*, XXIV(48), 251–278.
<https://www.researchgate.net/publication/298786920>
- Gao, Q., Li, Z., & Huang, X. (2019). How EMNEs choose location for strategic asset seeking in internationalization?: Based on strategy tripod framework. *Chinese Management Studies*, 13(3), 687–705. <https://doi.org/10.1108/CMS-06-2018-0573>
- Ghemawat. (2001). Distance Still Matters. *Harvard Business Review*, 79, 137–147.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=5134712&site=ehost-live>
- Giroud, A., & Mirza, H. (2015). Refining of FDI motivations by integrating global value chains’ considerations. *The Multinational Business Review*, 23(1), 67–76.
<https://doi.org/10.1108/MBR-12-2014-0064>
- Haaparanta, P. (1996). Competition for foreign direct investments. *Journal of Public Economics*, 63(1), 141–153. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(95\)01567-1](https://doi.org/10.1016/0047-2727(95)01567-1)
- Habib, M., & Zurawicki, L. (2002). Corruption and Foreign Direct Investment. *Journal of International Business Studies*, 33(2), 291–307.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8491017>
- Haufler, A., & Wooton, I. (1999). Country size and tax competition for foreign direct investment. *Journal of Public Economics*, 71(1), 121–139.
<https://doi.org/10.1016/j.jiref.2011.08.002>
- Hong, E., Lee, I. H. (Ian), & Makino, S. (2019). Outbound Foreign Direct Investment (FDI) Motivation and Domestic Employment by Multinational Enterprises (MNEs). *Journal of International Management*, 25(2), 100657.
<https://doi.org/10.1016/j.intman.2018.11.003>
- Hubert, F., & Pain, N. (2002). Fiscal incentives, European integration and the location of foreign direct investment. *Manchester School*, 70(3), 336–363.
<https://doi.org/10.1111/1467-9957.00306>
- 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. <https://doi.org/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. <https://doi.org/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. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x>
- Kubíčková, L., Votoupalová, M., & Toullová, M. (2014). Key Motives for Internationalization Process of Small and Medium-Sized Enterprises. *Procedia Economics and Finance*, 12(March), 319–328. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00351-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00351-7)
- Latif, Z., mengke, Y., Danish, Latif, S., Ximei, L., Pathan, Z. H., ... Jianqiu, Z. (2018). The dynamics of ICT, foreign direct investment, globalization and economic growth: Panel estimation robust to heterogeneity and cross-sectional dependence. *Telematics and Informatics*, 35(2), 318–328. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.006>
- Leitão, N. C., & Rasekhi, S. (2013). The impact of foreign direct investment on economic growth: the Portuguese experience. *Theoretical and Applied Economics*, XX(1 (578)), 51–62. <http://hdl.handle.net/10400.15/797>
- Lopes, T. S., & Simões, V. C. (2020). Foreign investment in Portugal and knowledge spillovers: From the Methuen Treaty to the 21st century. *Business History*, 62(7), 1079–1106. <https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1386177>
- Magnier-Watanabe, R., & Hoadley, J. (2019). The motives for Japanese foreign direct investment in the Southeastern United States. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(4), 324–338. <https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2019-0087>
- Makiela, K., & Ouattara, B. (2018). Foreign direct investment and economic growth: Exploring the transmission channels. *Economic Modelling*, 72, 296–305. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.02.007>
- Markusen, J. R., & Venables, A. J. (1998). Multinational firms and the new trade theory. *Journal of International Economics*, 46(2), 183–203.

https://doi.org/10.1142/9789811222962_0003

- Mat Isa, C. M. B., Saman, H. M., & Preece, C. N. (2017). Development of OLI+S entry decision model for construction firms in international markets. *Construction Economics and Building*, 17(4), 66–91. <https://doi.org/10.5130/AJCEB.v17i4.5573>
- Moreira, A. C., & Dias, A. F. A. (2008). O investimento directo do estrangeiro em Portugal - Uma perspectiva histórica. *Economia Global e Gestão*, 13(1), 23–42. Retrieved from http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0873-74442008000100003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt
- Nielsen, B. B., Asmussen, C. G., & Weatherall, C. D. (2017). The location choice of foreign direct investments: Empirical evidence and methodological challenges. *Journal of World Business*, 52, 62–82. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.10.006>
- Pheng, L. S., Hongbin, J., & Leong, C. H. Y. (2004). A comparative study of top British and Chinese international contractors in the global market. *Construction Management and Economics*, 22(7), 717–731. <https://doi.org/10.1080/0144619042000202780>
- Polcarpo, F. M., & Mogóllon, R. H. (2015). A Actividade Empreendedora na Fronteira Portugal-Espanha Alentejo- Extremadura. *XVII Seminário Luso-Espanhol Da Economia Empresarial SL3E '15*, 1–15. <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/12840/1/EFEITO%20FRONTEIRA%20NA%20ACTIVIDADE%20EMPREENDEDORA.pdf>
- Quer, D., & Peng, X. (2019). Emerging-market multinationals and international acquisitions: The case of Chinese firms in the Spanish hotel industry. *Cuadernos de Turismo*, (44), 601–604. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404981>
- Ribeiro, J. F. (2010). Portugal, Espanha, a integração europeia e a globalização. Balanço de uma época. *Relações Internacionais*, (28), 91–98. http://www.ipri.pt/images/publicacoes/revista_ri/pdf/ri28/n28a07.pdf
- Sabir, S., Rafique, A., & Abbas, K. (2019). Institutions and FDI: evidence from developed and developing countries. *Financial Innovation*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.1186/s40854-019-0123-7>

- Saldaña, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Sage.
<https://doi.org/10.1108/qrom-08-2016-1408>
- Tocar, S. (2018). Determinants of Foreign Direct Investment: A Review. *Review of Economic and Business Studies*, 11(1), 165–196. <https://doi.org/10.1515/rebs-2018-0069>
- Tulder, R. Van. (2015). Getting all motives right: a holistic approach to internationalization motives of companies. *The Multinational Business Review*, 23(1), 36–56.
<https://doi.org/10.1108/MBR-12-2014-0068>
- Zhang, K. H., & Markusen, J. R. (1999). Vertical multinationals and host-country characteristics. *Journal of Development Economics*, 59(2), 233–252.
[https://doi.org/10.1016/S0304-3878\(99\)00011-5](https://doi.org/10.1016/S0304-3878(99)00011-5)

7. Anexos

Tabela 5: Investimento direto estrangeiro em Portugal

Autores	Título do artigo	Ano do artigo	Questão de Investigação	Metodologia	Países envolvidos	Principais conclusões
Castro	Foreign direct investment in the European periphery: The competitiveness of Portugal	2000	Evolução e as características do investimento direto estrangeiro interno e externo de Portugal nos últimos anos e como refletem as alterações na competitividade do país	O IDE interno foi analisado através de análise de regressão e um questionário. Para o IDE de saída, foi através de entrevistas semiestruturadas em empresas locais com capacidade produtiva no exterior.	Portugal, Espanha, França, Alemanha, Reino Unido, outros países da União Europeia, Resto do mundo	Com o apoio da análise fatorial, os custos e competências do trabalho, a estabilidade económica e política foram identificados como os principais determinantes. As condições da concorrência no país de origem foi outro motivo importante associado ao IDE em Portugal.
Botelho, Silva, Sousa	Determinantes da atratividade do IDE em Portugal	2014	Identificação dos determinantes do IDE (modalidade de internacionalização estratégica), no período 2002 – 2010, em Portugal.	Para a avaliação da significância dos determinantes do IDE em Portugal, é utilizado um modelo fronteira de produção estocástica com efeitos de ineficiência, ou seja, onde a ineficiência é estimada, simultaneamente com o modelo geral de regressão por máxima verosimilhança e a partir de um conjunto de variáveis específicas e caracterizadoras de cada país, países	Portugal, países desenvolvidos e em desenvolvimento	O IDE é motivado pelos determinantes, tamanho do mercado, taxa de imposto aplicado às empresas, volume de crédito, exportações e endividamento externo. A análise aos países desenvolvidos permite concluir que o IDE é motivado pelos determinantes, crescimento do mercado, aglomeração, taxa de imposto aplicado às empresas, volume de crédito,

				que representam 91% do IDE em Portugal Analisados 33 países 23 países desenvolvidos e 10 países em desenvolvimento		recursos naturais e endividamento externo. A análise aos países em desenvolvimento explicita como determinantes do IDE, o nível de impostos, o volume de crédito, as exportações e os recursos naturais.
--	--	--	--	---	--	--

7.1 Guião das entrevistas

Guião das entrevistas para organizações e câmaras

1. Qual o principal investidor estrangeiro no setor do azeite no Alentejo?
2. Principais modos de entrada das empresas espanholas?
3. Quais os fatores/ motivos existentes no Alentejo que as empresas espanholas consideram para internacionalizar? (falar preços da terra, disponibilidade de terra, disponibilidade de água, preço da água)
4. As empresas espanholas estabelecem parcerias com produtores portugueses?
5. Existem apoios/ incentivos governamentais para as empresas espanholas?
6. As empresas espanholas antes de investir no Alentejo no setor do azeite tem facilidade de acesso de informação do mercado português? Existem associações que facilitam o acesso a essa informação?
7. A presença espanhola no Alentejo no setor do azeite como tem evoluído ao longos dos anos? (O preço da terra foi uma consequência)
8. Quais as razões para este tipo de evolução?
9. Existe forte concorrência portuguesa neste setor?
10. Considera que as empresas espanholas são bem aceites na comunidade local?
11. Impactos das empresas espanholas (a nível local, tecnológico, emprego)?
12. O facto de sermos vizinhos e culturalmente próximos influenciou?

Guião das entrevistas para as empresas espanholas

1. Qual a localização da sede?
2. Quantas variedades de azeite produzem?
3. Quais os países em que estão presentes?
4. Como é o processo de internacionalização?
5. O IDE é uma estratégia prioritária na empresa?
6. Qual o modo de entrada que utilizam para internacionalizar?
7. Quais os fatores que consideraram para internacionalizar?
8. Antes de realizar IDE em Portugal já tinham relações comerciais com este?
9. Quais as dificuldades/ riscos que enfrentaram para investir em Portugal?

10. Que oportunidades consideram que Portugal apresentava para investirem? No processo de internacionalização houve apoios/ incentivos governamentais?
11. Quais os clientes alvo em Portugal?
12. O investimento em Portugal permitiu crescimento para a empresa? Foi uma boa aposta?
13. Ao internacionalizar sentiram necessidade de investir em formações?
14. Os mercados são semelhantes (português e espanhol). Como se refletiu no processo de internacionalização?
15. Houve ausência ou dificuldade em aceder a informação sobre o mercado português?
16. A proximidade geográfica e a cultura foram pontos a favor para internacionalizar?
17. Foram bem aceites na comunidade local ou sentiram dificuldade por serem estrangeiros?
18. Qual o motivo de escolher o Alentejo e não o Douro, por exemplo?
19. A internacionalização permitiu desenvolver conhecimento?
20. Quais as vantagens que a organização possui?
21. Quais os fatores que podem limitar o crescimento em Portugal?
22. Estabeleceram parcerias com produtores portugueses?
23. Existem forte concorrência Portuguesa ou internacional?