

O impacto da fiscalidade na internacionalização das empresas portuguesas de moldes

por Gonçalo Brás e Silvina Santana

RESUMO: Nos últimos vinte anos, a indústria de moldes portuguesa assumiu uma dinâmica de relevo nos mercados externos. Este trabalho analisa o impacto da fiscalidade no processo de internacionalização da indústria de moldes. Um inquérito às empresas exportadoras com CAE 25734 mostra que o fator fiscal é percebido como pouco importante no processo de internacionalização e que as empresas com capital social mais avultado estão, do ponto de vista fiscal, mais bem preparadas para a internacionalização.

Palavras-chave: Internacionalização, Fiscalidade, Indústria de Moldes, Mercado Externo, Questionário

TITLE: The fiscal impact in the internationalization of Portuguese mould companies

ABSTRACT: The Portuguese mould industry has gained increasing relevance in the foreign markets, particularly in the last twenty years. This work analyzes the impact of taxation in the process of internationalization of companies in the mould sector, based on information gathered through a survey applied to exporters with CAE 25734. Results show that the fiscal factor is somehow irrelevant in the process and that companies with higher equity are better prepared for internationalization, from the fiscal point of view.

Key words: Internationalization, Fiscal, Mould Industry, Foreign Market Entry, Survey

TÍTULO: El impacto de los impuestos en la internacionalización de las empresas portuguesas de moldes

RESUMEN: En los últimos veinte años, la industria de moldes portuguesa ha ganado una dinámica de liderazgo en los mercados internacionales. Este trabajo analiza el impacto de los impuestos en el proceso de internacionalización de la industria de los moldes. Una encuesta realizada a las empresas exportadoras con CAE 25734 muestra que el factor fiscal se percibe como poco importante en el proceso de internacionalización y que las empresas con más de capital, están, desde el punto de vista fiscal, mejor preparadas para la internacionalización.

Palabras-clave: Internacionalización, Fiscalidad, La Industria de los Moldes, Mercado Internacional, Cuestionario

A crescente interdependência económica, em resultado da integração europeia e da globalização, já não permite entender a fiscalidade como mera questão interna. Apesar do elevado grau de autonomia dos estados sobre esta matéria, ela não pode ser vista como um exercício de soberania de um determinado território fechado sobre si próprio. Atualmente, nem mesmo as nações mais poderosas podem fixar as suas opções em matéria fiscal sem ponderar e analisar devidamente as opções dos seus parceiros ou concorrentes. Em causa está, direta ou indiretamente, a sua competitividade.

De facto, a concorrência fiscal é um fator de competitividade. Apesar dos dados disponíveis não confirmarem a diminuição das receitas fiscais (OECD, 2011)¹, a globalização tem fomentado a competitividade fiscal entre estados (Tanzi, 2001; Avi-Yonah, 2000). Dados de 2000 até aos nossos dias denotam a erosão gradual da taxa de tributação direta das sociedades (KPMG, 2011), a qual, caso diretamente correlacionada com a diminuição das receitas fiscais, poderá culminar no fenómeno *race to the bottom* (Tanzi, 1996; Tanzi *et al.*, 2000; Lee e McKenzie, 1989; Avi-Yonah, 2000; Devereux *et al.*, 2002).

A competitividade fiscal tem como objetivo criar um enquadramento fiscal mais favorável à captação de investimento (Keuschnigg, 2008). No entanto, o fator fiscal é geralmente tido como acessório para efeitos de decisão de investimento e de localização do mesmo e poderá ser mais ou

menos importante em razão da natureza do processo de internacionalização em causa. Como refere Bessa (2006, p. 21), «é bem possível que, em muitos casos, a questão da competitividade se mostre quase insensível a considerações de fiscalidade. É igualmente possível que, em muitas condições, a fiscalidade entre, de forma decisiva, nas contas que levam a optar por esta ou aquela localização de determinada atividade».

O objetivo deste artigo é analisar a importância da fiscalidade enquanto fator operante no processo de internacionalização das empresas portuguesas. Através de inquérito por questionário autoadministrado, disponível para preenchimento numa plataforma de dados da Universidade de Aveiro, o artigo estuda uma indústria portuguesa com presença internacional proeminente, a indústria de moldes².

O artigo está segmentado em cinco partes. Na primeira são revisitados os conceitos teóricos que servem de base à elaboração do trabalho. Na segunda apresenta-se a metodologia de investigação adotada. A terceira parte reporta os resultados obtidos, remetendo para a componente seguinte, a interpretação e análise dos resultados. Na conclusão expõem-se os principais aspetos a reter, apresentam-se as limitações do trabalho e apontam-se futuras linhas de investigação.

Enquadramento teórico

A internacionalização pode ser entendida como «o processo de adaptação das operações empresariais (estratégia,

Gonçalo Brás

goncalo.bras@ipleiria.pt

Mestre em Economia pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Mestre em Gestão pela Universidade de Aveiro. Equiparado a Assistente na Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria, Peniche, Portugal.

Master in Economy, Faculty of Economics, University of Coimbra, and MBA, University of Aveiro. Assistant Professor at School of Tourism and Maritime Technology, Polytechnic Institute of Leiria, Peniche, Portugal.

Máster en Economía de la Facultad de Economía da Universidade de Coimbra y Master en Gestión por la Universidade de Aveiro. Equiparado asistente en la Escuela de Turismo y Maritime Technology, Instituto Politécnico de Leiria, Peniche, Portugal.

Silvina Santana

silvina.santana@ua.pt

Doutorada em Gestão Industrial pela Universidade de Aveiro. Prof.^ª Associada com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

PhD in Management and Industrial Engineering, University of Aveiro. Associate Professor with agregação of Department of Economics, Management and Industrial Engineering, University of Aveiro, Aveiro, Portugal.

Doctor en Administración Industrial por la Universidade de Aveiro. Prof.^ª asociada en el Departamento de Economía, Administración y de Ingeniería Industrial de la Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

Recebido em setembro de 2012 e aceite em abril de 2013.
Received in September 2012 and accepted in April 2013.

estrutura, recursos, de entre outros) às condições internacionais» (Calof e Beamish, 1995, p. 116). Uma dessas condições é a fiscalidade.

No que respeita aos fatores que influenciam o processo de internacionalização, pese embora alguma divergência académica neste âmbito (Hashim e Ahmad, 2008), podemos classificá-los como intrínsecos à empresa ou extrínsecos a esta (Aaby e Slater, 1989; Ford e Leonidou, 1991). Relativamente aos estímulos intrínsecos, além do conjunto de recursos ao dispor da empresa, também a atitude empresarial face ao processo de internacionalização pode servir de estímulo ao seu início (Freeman e Cavusgil, 2007). Como razões extrínsecas às empresas, apontam-se frequentemente o aumento da concorrência, a integração e a liberalização dos mercados e o risco financeiro associado (Douglas *et al.*, 1992; Croué, 1994; Viana e Hortinha, 2005). Outros fatores, como os custos de mão-de-obra, a cadeia de abastecimento (fornecedores) e o potencial de mercado, no caso de serem favoráveis no país de destino, poderão constituir estímulos à internacionalização (Calof e Beamish, 1995; Disdier e Mayer, 2004).

A fiscalidade do país de destino, apesar de não ser um fator apresentado de forma explícita, é uma das subdimensões que integram o potencial de mercado ou o risco financeiro associado, podendo influenciar o processo de internacionalização. Com efeito, a fiscalidade como fator extrínseco à empresa, é uma variável que influencia o processo de internacionalização, designadamente no que respeita à internacionalização pela via do investimento direto estrangeiro (Hartman, 1984). A fiscalidade, apesar da harmonização significativa na UE em matéria de tributação indireta, é uma condição de mercado com especificidades nacionais, à qual cada empresa que pretende internacionalizar o seu negócio deve adaptar-se.

Uma das correntes teóricas da internacionalização procura explicar, precisamente, o recurso ao investimento direto estrangeiro como forma de presença empresarial nos mercados externos. Neste sentido, Dunning (1977, 2001, 1980, 1988) propõe um modelo, o «Paradigma Eclético», assente em três dimensões que determinam a expansão, estruturação ou produção empresarial no exterior: vantagem específica, vantagem de localização e vantagem de internali-

zação³. Embora não atribua impacto a cada um dos fatores que compreendem as dimensões (Bellak e Leibrecht, 2009), a fiscalidade está presente nessas três dimensões (Hajkova *et al.*, 2006).

Por seu lado, Easson (2001) considera que o fator fiscal pode ser importante no processo de internacionalização sob a forma de Investimento Direto Estrangeiro (IDE) e que o mesmo tem assumido um peso crescente neste âmbito, devido a um conjunto de aspetos: a eliminação de barreiras que outrora condicionavam o IDE; o incremento de processos de produção internacionais como consequência da globalização; e a criação de zonas de mercado comum e comércio livre.

No entanto, e apesar da sua importância, a fiscalidade prevalece como fator acessório no processo de internacionalização, uma vez que os recursos organizacionais continuam a ser considerados como prioritários neste âmbito (Rugman, 1980; Hymer, 1970; Young *et al.*, 2003; Zahra *et al.*, 2006) e condição essencial para uma internacionalização precoce (Ojala, 2009; Coviello, 2006).

Apesar desta consideração, sobretudo por via da maior mobilidade existente (Gastaud, 1999), o papel da fiscalidade na atração de investimento estrangeiro é cada vez mais relevante (Hines Jr., 1999; Egger *et al.*, 2009; Devereux e Griffith, 2002; Devereux e Griffith, 1998; De Mooij e Ederveen, 2005; De Mooij e Ederveen, 2003), assumindo uma importância crescente no processo de internacionalização (Egger *et al.*, 2009).

Metodologia

A pesquisa incide sobre empresas da indústria portuguesa de moldes com a CAE 25734 que detinham relações com o mercado externo até ao ano de 2008, último ano da listagem disponibilizada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

De acordo com o INE, em 2008, existiam 756 empresas com o CAE 25734. Este número reduz-se drasticamente para 171 empresas, se apenas considerarmos as que possuem atividade com o estrangeiro. Destas, 17 estavam em processo de insolvência e 2 respeitavam a grupos empresariais no seu todo e não às empresas que os compõem, pelo que, no final, apenas foram consideradas 150 empre-

sas. Dado o número reduzido de empresas que compõe o universo, optou-se pelo recurso ao censo, pelo que o universo que se pretende estudar corresponde ao universo que é efetivamente estudado.

Foram recolhidos 61 inquéritos, tendo a análise incidido sobre as 57 empresas que declararam ter iniciado um processo de internacionalização (ver Quadro I). Neste caso, a representatividade do estudo é analisada à luz da taxa de respostas obtidas. A taxa de resposta aos questionários é de 38% (57 questionários respondidos das 150 empresas do universo corrigido), taxa superior ao intervalo de 10 a 20%, normalmente obtida em questionários similares (Dillon *et al.*, 1994).

A recolha de informação primária foi efetuada através de inquérito por questionário *online* disponível desde o dia 14 de junho de 2010 até ao dia 31 de julho de 2011. O conteúdo do questionário, constituído pela caracterização da empresa, internacionalização e fiscalidade, é sustentado por duas publicações académicas e contou, na elaboração da sua última parte, com o contributo do reputado fiscalista Professor Doutor António Martins.

Na primeira parte do questionário existem perguntas abertas e fechadas, bem como respostas nominais, ordinais e de escala. Na segunda e terceira partes do questionário são utilizadas escalas ordinais de cinco pontos tipo Lickert, para medição de todos os itens. Uma vez que algumas questões da escala do fator fiscal se encontravam enuncia-

das de forma invertida (itens BQ, BR, BT, BU e BV), procedeu-se à sua inversão antes de efetuar qualquer análise.

Dado o reduzido número de respostas, a opção para a análise dos dados obtidos incidu sobre a estatística descritiva. Paralelamente, perante a verificação da normalidade das variáveis de razão, recorreu-se ao coeficiente de correlação de Pearson, uma medida de associação linear para variáveis quantitativas que varia entre -1 e 1. A associação pode ser negativa ou positiva. Uma associação é negativa se a variação entre as variáveis ocorrer em sentido inverso, ou seja, os aumentos de uma variável estão associados, em média, a diminuições da outra. Numa associação positiva, os aumentos de uma variável estão associados a aumentos na outra variável.

Consideraram-se duas subescalas *ad-hoc*: condições internas da empresa para a abordagem fiscal; e condições externas ou de mercado que afetam o fator fiscal (ver descrição dos itens no Quadro III, mais adiante). A primeira é constituída pelos itens BM, BN, BO, BP, BQ, BR e BS. A segunda é constituída pelos itens BT, BU, BV, BW, BX, BY e BZ. É adotada a seguinte escala: 1 (discordo totalmente), 2 (discordo), 3 (indiferente), 4 (concordo) e 5 (concordo totalmente).

Procedeu-se à análise da fiabilidade da escala da componente fiscal, assim como das suas subescalas, condições internas e condições externas. O valor do *Alpha* de Cronbach para o total dos itens (66,5%) apresenta-se mais ele-

Quadro I
População inicial, corrigida e realizada na indústria

	População Inicial	Correção inicial	Correção final	Nº de respostas obtidas	Nº de respostas válidas	(%)
Nº de empresas da indústria de moldes que possuem atividades com o exterior	171	154	150	61	57	38 %

Fonte: Elaborado pelos autores

vado do que os valores nas subescalas (61,4% para a subescala das condições internas e 60,3% para a subescala das condições externas), obtendo-se um valor razoável de consistência interna (Pestana e Gageiro, 2008).

Resultados

No Quadro II apresentam-se os resultados obtidos na análise de frequências e estatística descritiva das variáveis da amostra.

As empresas que iniciaram o processo de internacionalização têm um capital social que varia entre 5000 € e 5 000 000 € ($M=592\ 967$; $DP=965\ 854$). Trata-se de empresas cuja constituição varia entre 4 e 56 anos ($M=23.00$; $DP=11.73$) e cujo processo de internacionalização conta com uma duração entre 2 e 52 anos ($M=19.77$; $DP=11.99$).

As empresas são essencialmente sociedades por quotas (70,9%) e sociedades anónimas (29,1%), sendo que 45,6% têm entre 20 e 49 colaboradores, 22,8% têm entre 50 e 99 colaboradores e 13,3% têm entre 10 e 19 colaboradores. Destas empresas, 42,9% tiveram, no ano de 2009, um volume total de vendas entre 1 000 001€ e 3 000 000€, 17,9% entre 3 000 001€ e 6 000 000€ e 16,1% entre 6 000 001€ e 10 000 000€. As vendas no mercado externo no ano de 2009 estabeleceram-se entre os 91% e os 100% em 28 empresas, entre os 81% e os 90% em 8 empresas, entre os 21% e os 30% em 7 empresas e entre os 71% e os 80% em 6 empresas.

As empresas inquiridas têm como atividade principal o fabrico de moldes (83,3%), sendo que 11,1% se dedicam ao fabrico e comercialização e 5,6% apenas à comercialização de moldes. Metade das empresas (54,9%) dedica-se a moldes indiferenciados, 37,3% a moldes para plástico e 7,8% a moldes para vidro (ver Quadro II, p. 7).

No que respeita ao fator fiscal (ver Quadro III, p. 8), relativamente às condições internas da empresa na abordagem fiscal, os valores médios das respostas variam entre 2.73 (*A qualidade da informação fiscal recolhida nos países de destino é elevada*) e 3.22 (*O levantamento da informação fiscal feito a priori contribui positivamente para os resultados*), sendo que os valores de resposta variam entre 1 (*discordo totalmente*) e 4 ou 5 (*concordo e concordo totalmente*, respetivamente).

Relativamente às condições externas ou de mercado que afetam o fator fiscal, os valores médios das respostas oscilam entre 2.59 (*Os métodos de apuramento do lucro tributável no exterior contribuem para a decisão de internacionalização*) e 3.51 (*A estabilidade institucional, judicial e a produção legislativa externa contribuem para a decisão de internacionalização*), sendo que a concordância com a afirmação varia entre 1 (*discordo totalmente*) e 4 ou 5 (*concordo e concordo totalmente*, respetivamente). Uma leitura mais atenta mostra que apenas duas variáveis ultrapassam os 3 pontos, BO (*o levantamento da informação fiscal feito a priori contribui positivamente para os resultados*) e BW (*a estabilidade institucional, judicial e a produção legislativa externa contribuem para a decisão de internacionalização*).

Os resultados do Quadro IV (ver p. 9) permitem observar a distribuição das respostas pelos valores mínimos (1-*discordo totalmente* e 2-*discordo*) e máximos da escala (4-*concordo* e 5-*concordo totalmente*). Exceção feita às afirmações BQ e BS, a opção maioritária das empresas recaiu sobre o valor médio da escala (3-*indiferente*). A análise aos resultados permite ainda concluir que, no seio das empresas inquiridas, existe tendência para a concordância com as afirmações BO, BU e BW, discordância para com as afirmações BM, BQ, BR, BV, BX e BY e uma tendência de indiferença para com as afirmações BN, BP, BS, BT e BZ.

Os resultados permitem concluir que as empresas atribuem maior importância ao fator fiscal à medida que aumenta a sua dimensão (mensurada pelo capital social).

De seguida, procedeu-se a uma análise da correlação no sentido de perceber se existia relação entre a importância atribuída ao fator fiscal e a dimensão da empresa (operacionalizado pelo valor do capital social). Conclui-se (ver Quadro V) que existem correlações positivas e estatisticamente significativas entre o capital social da empresa e as seguintes afirmações «as taxas legais de imposto nos países de destino não contribuem para a decisão de internacionalização» ($r=0,361$; $p=0,016$) e a «empresa

Quadro II
Caracterização das empresas na indústria de moldes

	N		M	DP	Min	Max.
	Válidos	Missing				
Capital social (euros)	55	2	592 967,44	965 854,505	5 000	5 000 000
Anos decorridos desde o início da constituição da empresa	57	0	23,00	11,729	4	56
Anos decorridos desde o início do processo de internacionalização	57	0	19,77	11,990	2	52
					N	%
Forma jurídica	Nome individual				0	0,0%
	Sociedade em nome coletivo				0	0,0%
	Cooperativa				0	0,0%
	Sociedade por quotas				39	70,9%
	Sociedade anónima				16	29,1%
	Sociedade em comandita				0	0,0%
	E.I.R.L.				0	0,0%
Atividade	Fabrico				45	83,3%
	Comercialização				3	5,6%
	Fabrico e comercialização				6	11,1%
Tipo de moldes	Vidro				4	7,8%
	Plástico				19	37,3%
	Indiferenciado				28	54,9%
Pessoal	1-9 colaboradores				4	7,0%
	10-19 colaboradores				7	12,3%
	20-49 colaboradores				26	45,6%
	50-99 colaboradores				13	22,8%
	100-249 colaboradores				5	8,8%
	250-500 colaboradores				1	1,8%
	Mais de 500 colaboradores				1	1,8%
Vendas totais (ano de 2009)	Até 1 000 000 euros				7	12,5%
	1 000 001 – 3 000 000 euros				24	42,9%
	3 000 001 – 6 000 000 euros				10	17,9%
	6 000 001 – 10 000 000 euros				9	16,1%
	10 000 001 – 20 000 000 euros				3	5,4%
	20 000 001 – 30 000 000 euros				1	1,8%
	30 000 001 – 50 000 000 euros				1	1,8%
	Mais de 50 000 000 euros				1	1,8%
Vendas no mercado externo (ano de 2009)	Até 20% das vendas totais				3	5,4%
	21 – 30% das vendas totais				7	12,5%
	41 – 50% das vendas totais				1	1,8%
	51 – 60% das vendas totais				2	3,6%
	61 – 70% das vendas totais				1	1,8%
	71 – 80% das vendas totais				6	10,7%
	81 – 90% das vendas totais				8	14,3%
	91- 100% das vendas totais				28	50,0%

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro III Caracterização do fator fiscal

		N		M	DP	Min.	Max.
		Válidos	Missing				
Condições internas da empresa para a abordagem fiscal							
BM	A qualidade da informação fiscal recolhida nos países de destino é elevada.	49	8	2,73	0,700	1	4
BN	A análise à tributação direta internacional prevalece sobre a análise à tributação indireta internacional	43	14	3,05	0,722	1	4
BO	O levantamento da informação fiscal feito <i>à priori</i> contribui positivamente para os resultados	45	12	3,22	0,795	1	5
BP	A recolha de informação fiscal internacional é feita por entidades externas (consultores, organismos, etc.)	44	13	2,95	0,861	1	4
BQ	Não há preocupação com o planeamento fiscal internacional	46	11	2,80	1,128	1	5
BR	A recolha de informação fiscal internacional é feita internamente	45	12	2,76	1,004	1	5
BS	Há um acompanhamento contínuo da situação tributária nos países de destino por parte da empresa	46	11	2,85	1,053	1	5
Condições externas ou de mercado que afetam o fator fiscal							
BT	A fiscalidade não constitui um estímulo para o processo de internacionalização	46	11	2,91	1,170	1	5
BU	Os países de destino têm uma carga fiscal mais elevada	45	12	3,33	0,739	2	5
BV	As taxas legais de imposto nos países de destino não contribuem para a decisão de internacionalização	46	11	2,85	0,918	1	5
BW	A estabilidade institucional, judicial e a produção legislativa externa contribuem para a decisão de internacionalização	45	12	3,51	0,920	1	5
BX	A empresa usufrui de convenções de dupla tributação	39	18	2,77	1,012	1	5
BY	Os métodos de apuramento do lucro tributável no exterior contribuem para a decisão de internacionalização	41	16	2,59	0,974	1	4
BZ	Nos países de destino, os custos administrativos, de tempo e de licenciamento são mais baixos	43	14	2,93	0,961	1	5

Fonte: Elaborado pelos autores

usufrui de convenções de dupla tributação» ($r=0,381$; $p=0,018$). Ou seja, à medida que aumenta o capital social da empresa assim aumenta a concordância com a afirmação «as taxas legais de imposto nos países de destino não contribuem para a decisão de internacionalização» e com a

afirmação «a empresa usufrui de convenções de dupla tributação».

Quando analisado o total da escala de fiscalidade, os resultados apresentam uma associação positiva e estatisticamente significativa com o capital social ($r=0,430$; $P=0,008$).

Quadro IV
Distribuição percentual das respostas pelos valores mínimos e máximos da escala

Afirmações/proposições do questionário		Número de respostas pelos valores da escala (%)			
		1	2	4	5
BM	A qualidade da informação fiscal recolhida nos países de destino é elevada.	8.7	27.5	13.04	0.00
BN	A análise à tributação direta internacional prevalece sobre a análise à tributação indireta internacional	5.00	11.67	20.00	0.00
BO	O levantamento da informação fiscal feito <i>à priori</i> contribui positivamente para os resultados	6.15	9.23	33.85	3.08
BP	A recolha de informação fiscal internacional é feita por entidades externas (consultores, organismos, etc.)	11.29	16.13	30.65	1.61
BQ	Não há preocupação com o planeamento fiscal internacional	10.45	32.84	31.34	5.97
BR	A recolha de informação fiscal internacional é feita internamente	7.81	31.25	17.19	3.13
BS	Há um acompanhamento contínuo da situação tributária nos países de destino por parte da empresa	12.12	19.70	33.33	3.03
BT	A fiscalidade não constitui um estímulo para o processo de internacionalização	15.15	21.21	24.24	7.58
BU	Os países de destino têm uma carga fiscal mais elevada	0.00	10.94	28.13	4.69
BV	As taxas legais de imposto nos países de destino não contribuem para a decisão de internacionalização	8.96	32.84	11.94	7.46
BW	A estabilidade institucional, judicial e a produção legislativa externa contribuem para a decisão de internacionalização	1.56	9.38	34.38	12.50
BX	A empresa usufrui de convenções de dupla tributação	15.79	22.81	19.30	3.51
BY	Os métodos de apuramento do lucro tributável no exterior contribuem para a decisão de internacionalização	15.79	19.30	19.30	0.00
BZ	Nos países de destino, os custos administrativos, de tempo e de licenciamento são mais baixos	5.00	20.00	16.67	5.00

Fonte: Elaborado pelos autores

Estes resultados permitem concluir que as empresas atribuem maior importância ao fator fiscal à medida que aumenta a sua dimensão (mensurada pelo capital social) (ver **Quadro V, p. 10**).

Na sequência da conclusão anterior, aplicando o mesmo coeficiente de correlação, pretendeu verificar-se se existia alguma associação entre cada uma das subescalas e o capital social.

Os resultados apresentam-se no Quadro VI e permitem concluir que existe uma correlação positiva e estatisticamente significativa entre a dimensão da empresa (capital social) e as condições internas criadas na empresa para a abordagem fiscal ($r=0,340$; $p=0,032$). Isto é, à medida que aumenta o capital social da empresa aumentam também as condições criadas internamente para lidar com questões de

Quadro U Associação do fator fiscal com o capital social

		A3. CAPITAL SOCIAL (Euros):	
		<i>r</i>	Sig.
BM	A qualidade da informação fiscal recolhida nos países de destino é elevada.	0,198	0,183
BN	A análise à tributação direta internacional prevalece sobre a análise à tributação indireta internacional	0,276	0,077
BO	O levantamento da informação fiscal feito <i>à priori</i> contribui positivamente para os resultados	0,190	0,223
BP	A recolha de informação fiscal internacional é feita por entidades externas (consultores, organismos, etc.)	0,056	0,727
BQ	Não há preocupação com o planeamento fiscal internacional	0,253	0,093
BR	A recolha de informação fiscal internacional é feita internamente	0,094	0,549
BS	Há um acompanhamento contínuo da situação tributária nos países de destino por parte da empresa	0,169	0,272
BT	A fiscalidade não constitui um estímulo para o processo de internacionalização	0,165	0,283
BU	Os países de destino têm uma carga fiscal mais elevada	0,213	0,171
BV	As taxas legais de imposto nos países de destino não contribuem para a decisão de internacionalização	0,361*	0,016
BW	A estabilidade institucional, judicial e a produção legislativa externa contribuem para a decisão de internacionalização	0,094	0,547
BX	A empresa usufrui de convenções de dupla tributação	0,381*	0,018
BY	Os métodos de apuramento do lucro tributável no exterior contribuem para a decisão de internacionalização	0,213	0,188
BZ	Nos países de destino, os custos administrativos, de tempo e de licenciamento são mais baixos	-0,139	0,386
Total da escala de fiscalidade		0,430**	0,008

Nota: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,005$

Fonte: Elaborado pelos autores

índice fiscal no processo de internacionalização (ver Quadro VI, p. 11).

Discussão

A leitura global dos resultados sugere que o fator fiscal tem uma importância residual no processo de internacionalização das PME da indústria de moldes, confirmando os resultados de outros estudos (Easson, 2001). Perante estes resultados, os trabalhos, citados anteriormente, que dão

conta da crescente importância ou da importância determinante do fator fiscal no processo de internacionalização, carecem de evidência empírica no setor de moldes em Portugal.

Com médias muito próximas dos três pontos, tal facto sugere-nos que existe consciência de que a fiscalidade pode ser um fator importante para o apuramento dos resultados das PME e de que os custos de contexto – os que se prendem sobretudo com a estabilidade institucional e judicial –

Quadro VI

Associação do fator fiscal com a dimensão da empresa

	A3. CAPITAL SOCIAL (Euros):	
	<i>r</i>	Sig.
Condições internas da empresa para a abordagem fiscal	0,344	0,032
Condições externas, ou de mercado, que afetam o fator fiscal	0,291	0,081

Nota: * $p \leq 0,05$;

Fonte: Elaborado pelos autores

poderão ser relevantes na decisão de internacionalização. No entanto, estes aspetos podem, por agora, ser tidos como indiferentes nas perceções daqueles que, nestas empresas, lidam com o processo de internacionalização.

No âmbito fiscal, relativamente às condições internas, a especificidade das informações recolhidas permite aferir o seguinte: a informação e o acompanhamento da situação fiscal nos países de destino é residual; existe uma sensibilidade equitativa entre tributação internacional direta e indireta, não existindo, conforme se poderia supor, um maior cuidado na análise à tributação direta; a recolha da informação fiscal internacional poderá ser feita por elementos intrínsecos ou extrínsecos à empresa; e não existe grande preocupação com planeamento fiscal internacional.

A leitura global dos resultados sugere que o fator fiscal tem uma importância residual no processo de internacionalização das PME da indústria de moldes. Perante estes resultados, os trabalhos, citados anteriormente, que dão conta da crescente importância ou da importância determinante do fator fiscal no processo de internacionalização, carecem de evidência empírica no setor de moldes em Portugal.

No que respeita às condições externas ou de mercado que influenciam o fator fiscal nas empresas inquiridas, uma vez que as respostas se situam próximas dos três pontos, podem tirar-se as seguintes conclusões: as taxas e os métodos de apuramento do lucro tributável no exterior não são estimulantes para o processo de internacionalização; existe uma recorrência pontual às convenções para combate à dupla

tributação internacional; e verifica-se uma perceção equivalente de custos, administrativos, de tempo e de licenciamento entre o território nacional e os mercados externos. Embora o valor ainda se situe perto dos três pontos (valor médio de 2,67), parece haver indício de que as empresas inquiridas têm a perceção de que os países de destino têm uma menor carga fiscal.

Constata-se ainda que empresas com capital social mais avultado estão, do ponto de vista fiscal, mais bem preparadas para a internacionalização. Isto é, à medida que aumenta o capital social, maior a propensão para a preparação fiscal das empresas da indústria de moldes. Neste caso, a dimensão da empresa e o volume de recursos ao seu dispor poderão ser determinantes para uma melhor habilitação fiscal aquando do início do processo de internacionalização.

As variáveis respeitantes à componente fiscal registaram os valores mais elevados de *missing values* de todo o questionário, o que pode indiciar algum cansaço no respetivo preenchimento, já que estas variáveis estavam agrupadas na última parte, ou um eventual desconhecimento do seu conteúdo, por parte das entidades respondentes. No entanto, apesar deste facto, a componente fiscal do questionário regista consistência interna e é assegurada a fiabilidade das respostas que a compõem.

Conclusão

No domínio do setor transacionável, a indústria portuguesa de moldes regista uma dinâmica assinalável no âmbito do comércio internacional. De facto, ao definir o mercado externo como eixo estratégico preferencial, a indústria de

moldes deverá estar devidamente preparada para conviver com múltiplas variáveis, entre elas a variável fiscal. Neste particular, outras variáveis, que não a variável fiscal, assumem-se como proeminentes num qualquer processo de internacionalização. Os resultados obtidos, em linha com outros trabalhos, não refutam esta reflexão.

Os resultados permitem concluir que a fiscalidade não é considerada como fator determinante no processo de internacionalização da indústria portuguesa de moldes. Eventualmente, esta conclusão estará associada ao facto de as empresas da indústria de moldes optarem, maioritariamente, pela exportação no acesso ao mercado externo. De qualquer forma, e face ao enquadramento tributário efetuado anteriormente, as empresas inquiridas parecem desconhecer, por completo, algumas vantagens fiscais vigentes noutros mercados.

Numa perspetiva mais lata, a indiferença ao fator fiscal no processo de internacionalização das empresas da indústria dos moldes é a principal conclusão a extrair da informação recolhida.

Perante isto, emergem outras questões que carecem de evidência empírica e que podem ajudar na compreensão da fiscalidade enquanto fator de internacionalização, nomeadamente:

- Poderão os dados que relatam a internacionalização precoce da indústria portuguesa de moldes justificar a indiferença e falta de preparação em matéria fiscal?
- O facto de a indústria portuguesa de moldes privilegiar a exportação em detrimento do IDE poderá conduzir a uma maior indiferença face à fiscalidade vigente nos países de destino?
- No âmbito do comércio internacional, poderá o fator fiscal estar a ser relegado para um plano secundário por a maioria de transações da indústria de moldes se realizar no seio da União Europeia?

A consciência das limitações inerentes ao desenvolvimento do presente artigo, das quais se destacam a reduzida dimensão do universo inquirido, a distância entre os autores e a fonte de informação e o elevado número de *missing values* do questionário tornam desejáveis metodologias complementares na abordagem aos caminhos de investigação acima mencionados. ■

Notas

1. Conclusões refutadas por Munshi (2010), «Capital mobility and tax competition: empirical evidence from South Asia». *International Review of Business Research Papers*, 6, pp. 299-303, no Sul da Ásia.

2. Portugal encontra-se entre os maiores fabricantes mundiais de moldes, nomeadamente no caso de moldes para plásticos, tendo exportado, em média, 80% da sua produção, entre 2006 e 2009.

3. DUNNING, J. H. (1981), «Ownership advantage, location advantage and internalization advantage». **International Production and the Multinational Enterprise**. Londres, Boston, Allen & Unwin.

Referências bibliográficas

AABY, N. E. e SLATER, S. E. (1989), «Management influence on export performance: a review of the empirical literature». *International Marketing Review*, 6, pp. 7-26.

AVI-YONAH, R. S. (2000), «Globalization, tax competition, and the fiscal crisis of the welfare state». *Harvard Law Review*, 113, p. 1575.

BELLAK, C. e LEIBRECHT, M. (2009), «Do low corporate income tax rates attract FDI? – Evidence from Central – and East European countries». *Applied Economics*, 41, pp. 2691-2703.

BESSA, D. (2006), «Competitividade e concorrência fiscal». *Revista da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas*, 77, pp. 20-21.

CALOF, J. L. e BEAMISH, P. W. (1995), «Adapting to foreign markets: Explaining internationalization». *International Business Review*, 4, pp. 115-131.

COVIELLO, N. E. (2006). «The network dynamics of international new ventures». *Journal of International Business Studies*, 37, pp. 713-31.

CROUÉ, C. (1994), **Marketing International**. De Boeck Université, Bruxelas.

DE MOOIJ, R. A. e EDERVEEN, S. (2003), «Taxation and foreign direct investment: a synthesis of empirical research». *International Tax and Public Finance*, 10, pp. 673-693.

DE MOOIJ, R. A. e EDERVEEN, S. (2005), «How does foreign direct investment respond to taxes? A meta analysis». *Workshop on FDI and Taxation*. GEP Nottingham.

DEVEREUX, M. P. e GRIFFITH, R. (1998), «Taxes and the location of production: evidence from a panel of US multinationals». *Journal of Public Economics*, 68, p. 335.

DEVEREUX, M. P. e GRIFFITH, R. (2002), «Evaluating Tax Policy for Location Decisions». *SSRN Working Paper Series*.

DEVEREUX, M. P.; GRIFFITH, R. e KLEMM, A. (2002), «Corporate income tax reforms and international tax competition». *Economic Policy*, 17, pp. 450-493.

DILLON, W. R.; MADDEN, T. J. e FIRTLE, N. H. (1994), **Marketing Research in a Marketing Environment**. Irwin Professional Publishing, Burr Ridge, Illinois.

DISDIER, A.-C. e MAYER, T. (2004), «How different is Eastern Europe? Structure and determinants of location choices by French firms in Eastern and Western Europe». *Journal of Comparative Economics*, 32, pp. 280-96.

DOUGLAS, S. P.; CRAIG, C. S. e SLEUWAEGEN, L. (1992), «Advances in International Marketing; Comment». *International Journal of Research in Marketing*, 9, p. 291.

DUNNING, J. H. (1977), «Trade, location of economic activity and the multinational enterprise: a search for an eclectic approach».

In B. Ohlin, P.-O. Hesselborn e P. M. Wijkman (Eds.), **The International Allocation of Economic Activity**, Macmillan, Londres e Basingstoke.

DUNNING, J. H. (1980), «Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests». *Journal of International Business Studies*, 11, p. 9.

DUNNING, J. H. (1981), **International Production and the Multinational Enterprise**. Allen & Unwin, Boston e Londres.

DUNNING, J. H. (1988), «The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions». *Journal of International Business Studies*, 19, p. 1.

DUNNING, J. H. (2001), «The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future». *International Journal of the Economics of Business*, 8, p. 173.

EASSON, A. (2001), «Tax incentives for foreign direct investment – part I: recent trends and countertrends». *Bulletin for International Fiscal Documentation*, 55, p. 266.

EGGER, P.; LORETZ, S.; PFAFFERMAYR, M. e WINNER, H. (2009), «Bilateral effective tax rates and foreign direct investment». *International Tax and Public Finance*, 16, p. 822.

FORD, D. e LEONIDOU, L. (1991), «Research developments in international marketing». In S. J. Paliwoda (Ed.), **New Perspectives on International Marketing**, Routledge, Londres.

FREEMAN, S. e CAVUSGIL, S. (2007), «Toward a typology of commitment states among managers of born-global firms: a study of accelerated internationalization». *Journal of International Marketing*, 15, p. 1.

GASTAUD, J.-P. (1999), «Le pouvoir des États et la concurrence fiscale déloyale». *Colloque du réseau «Droit et finance»*. Université Paris IX Dauphine, RTD éco.

HAIKOVA, D.; NICOLETTI, G.; VARTIA, L. e YOO, K.-Y. (2006), «Taxation and business environment as drivers of foreign direct investment in OECD countries». *OECD Journal Economic Studies*, 7-38, p. 5.

HARTMAN, D. G. (1984), «Tax policy and foreign direct investment in the United States». *National Tax Journal*, 37, pp. 475-88.

HASHIM, M. K. e AHMAD, S. A. (2008), «Year. Internationalization of Malaysian SME's influencing factors, sources of information and options». In *2008 International Council for Business World Conference*, Halifax, Nova Scotia, Canadá, pp. 1-19.

HINES JR., J. R. (1999), «Lessons from behavioural responses to international taxation». *National Tax Journal*, 52, p. 305.

HYMER, S. H. (1970), «The efficiency (contradictions) of multinational corporations». *American Economic Review*, 60, pp. 441-448.

KEUSCHNIGG, C. (2008), «Exports, foreign direct investment, and the costs of corporate taxation». *International Tax and Public Finance*, 15, pp. 460-477.

KPMG (2011), **KPMG's Corporate and Indirect Tax Rate Survey**.

LEE, D. R. e MCKENZIE, R. B. (1989), «The international political economy of declining tax rates». *National Tax Journal*, 42, p. 79.

MUNSHI, F. (2010), «Capital mobility and tax competition: Empirical evidence from South Asia». *International Review of Business Research Papers*, 6, pp. 299-303.

OECD (2011), *OECD Factbook 2011-2012*. OECD Publishing.

OJALA, A. (2009), «Internationalization of knowledge-intensive SMEs: the role of network relationships in the entry to a psychically distant market». *International Business Review*, 18, pp. 50-9.

PESTANA, M. H. e GAGEIRO, J. N. (2008), **Análise de Dados para as Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS**. Edições Sílabo, Lisboa.

RUGMAN, A. (1980), «A new theory of the multinational enterprise: internationalization versus internalization». *Columbia Journal of World Business*, 15, p. 23.

TANZI, V. (1996), «Globalization, tax competition and the future of tax systems». *IMF Working Paper No. 96/141*.

TANZI, V. (2000), «Globalization, technological developments, and the work of fiscal termite». *International Monetary Fund WP/00/181*, pp. 1-23.

TANZI, V. (2001), «Globalization and the work of fiscal termite». *Finance & Development*, 38, pp. 34-37.

VIANA, C. e HORTINHA, J. (2005), **Marketing Internacional**. Ed. Sílabo, Lisboa.

YOUNG, S.; DIMITRATOS, P. e DANA, L. P. (2003), «International entrepreneurship research: what scope for international business theories?». *Journal of International Entrepreneurship*, 1, pp. 31-42.

ZAHRA, S. A.; SAPIENZA, H. J. e DAVIDSSON, P. (2006), «Entrepreneurship and dynamic capabilities: a review, model and research agenda». *Journal of Management Studies*, 43, pp. 917-55.

O maior directório de entrevistas em directo com Gurus de Gestão & Tecnologia

JANELA
na WEB.COM

O seu PORTAL para o Management em português

REGISTE-SE NA JANELA NA WEB

GURUS ON LINE
www.gurusonline.tv
Entrevistas sobre Administração de Empresas



ph©2011