

Fatores de localização das PME O caso da Beira Interior

VERSÃO FINAL APÓS DEFESA

Bernardo Henriques Santarém

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Marketing
(2º ciclo de estudos ou mestrado integrado)

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cristina Isabel Miranda Abreu Soares Fernandes

junho de 2020

Agradecimentos

A presente dissertação de mestrado constitui a concretização de um dos muitos desafios inerentes ao percurso académico de um estudante universitário, representando em si mesmo o esforço, sacrifício e capacidade de aprendizagem necessário para a conclusão da minha passagem pelo ensino superior. Apesar de terminar o meu percurso académico vou levar comigo para a vida todos os ensinamentos e valores que os 5 anos de Universidade da Beira Interior me transmitiram.

Assim sendo, cabe-me a honra e o dever de agradecer às pessoas que tão marcadamente enriqueceram e pertenceram ao meu percurso académico no curso de Marketing da Universidade da Beira Interior.

Quero agradecer aos meus pais, pelos valores e educação que me transmitiram, serei sempre grato pelos esforços que fizeram para me dar educação superior e uma vida melhor, a eles devo-lhes tudo.

Agradecer á minha orientadora científica, Professora Doutora Cristina Fernandes, pela orientação, disponibilidade e ajuda em todo os processos da investigação. Um muito obrigado.

Agradecer á Ana, minha namorada, pela ajuda, compreensão e companheirismos durante a realização da presente dissertação.

Aos meus amigos, verdadeiros amigos, que me acompanham desde o primeiro ano da faculdade, o meu muito obrigado por todo apoio, ajuda e transmissão de conhecimentos nesta jornada que todos de uma forma ou de outra iremos terminar juntos.

Agradecer também a todas as empresas e empresários que se disponibilizaram a responder ao questionário, apesar do período difícil que atravessámos neste ano de 2020. Sem o seu contributo a realização deste trabalho não seria possível.

Ao permanecermos infinitamente curiosos, seremos alunos intemporais, sempre com a missão e objetivo de aprender um pouco mais.

A todos o meu muito Obrigado!

Resumo

Fatores de localização das PME: O caso da Beira Interior

As pequenas, médias e micro empresas (PME), são atualmente reconhecidas como um dos principais tributários para a economia portuguesa, uma rede de segurança empreendedora que cada vez mais contribui para o desenvolvimento das regiões e conseqüente crescimento do emprego. As PME têm evidenciado um papel preponderante na contribuição do desenvolvimento regional, levando a um novo estudo das teorias de localização das empresas, neste caso das PME.

A presente investigação visa descobrir quais são os fatores que influenciam as pequenas, médias e micro empresas a localizarem-se na Beira Interior. Questionando-se a proposta de valor do produto território é essencial perceber que fatores as PME e seus empresários procuram numa região, para tal avançamos com um modelo conceptual de análise de tais fatores.

Os resultados evidenciam que o modelo conceptual não se verifica tal como concebido. Verificou-se então que, apesar dos fatores de localização se confirmarem, o seu agrupamento não se verifica nos três constructos do modelo teórico: fatores neoclássicos, comportamentais e institucionais, mas sim em cinco agrupamentos fatores psicológicos, índice de desenvolvimento, inovação e encorajamento à criação de empresas, características da região, conjeturas do meio envolvente à PME, ampliação económica e social da região.

Palavras-chave

Fatores de localização; PME; Beira Interior

Abstract

SMEs location factors: the case of Beira Interior

Small, medium and micro companies (SMEs) are currently recognized as one of the main tributaries to the Portuguese economy, an entrepreneurial safety net that increasingly contributes to the development of the regions and the consequent growth in employment. SMEs have shown a predominant role in the contribution of regional development, leading to a new study of theories of location of companies, in this case of SMEs.

This research aims to discover what are the factors that influence small, medium and micro companies to be located in the Beira Interior region. Questioning the value proposition of the territory product, it is essential to understand what factors SMEs and their entrepreneurs are looking for in a region, for this we have put forward a conceptual model for analyzing such factors.

The results show that the conceptual model does not exist as designed. It was then found that, despite the location factors being confirmed, their grouping is not found in the three constructs of the theoretical model: neoclassical, behavioral and institutional factors, but in five groups: psychological factors; index of development, innovation and encouragement for business creation; characteristics of the region; conjectures of the environment surrounding the SME; economic and social expansion of the region. ~

Keywords

Location factors;SME;Beira Interior

Índice

1	Enquadramento geral do problema de investigação.....	1
1.1	Introdução.....	1
1.2	Definição dos conceitos chave.....	4
1.3	Estrutura geral da investigação.....	5
2	Revisão de literatura.....	7
2.1	A dinâmica e características das PME.....	7
2.1.1	Importância da PME na economia.....	7
2.1.2	Fatores de sucesso das PME.....	8
3	Abordagens teóricas sobre a localização das empresas.....	12
3.1	Abordagem Neoclássica.....	13
3.2	Abordagem Comportamental.....	16
3.3	Abordagem Institucional.....	18
4	Metodologia de Investigação.....	21
4.1	Localização e caracterização da região da Beira Interior.....	22
4.2	Método de recolha de dados.....	24
4.2.1	Elaboração do questionário.....	26
5	Especificação dos métodos estatísticos.....	28
5.1	Caracterização das empresas e dos empresários em estudo.....	28
5.2	Fatores de localização das PME.....	37
5.2.1	Análise Fatorial: teste do modelo conceptual.....	37
5.3	Fatores de localização institucionais, neoclássicos e comportamentais: verificação das hipóteses.....	45
6	Conclusões e limitações.....	48
7	Sugestões para estudos futuros.....	50
8	Bibliografia.....	52
9	Anexos.....	65

Lista de Figuras

Figura 1: Estrutura geral da Investigação.....	6
Figura 2: Modelo concetual da investigação.....	19
Figura 3: Localização das empresas inquiridas	28
Figura 4: Scree Plot.....	39
Figura 5: Modelo empírico sugerido para a investigação.....	43
Figura 6: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica.....	45
Figura 7: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Comportamental.....	46
Figura 8: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Institucional.....	47

Lista de Tabelas

Tabela 1: Definições das diferentes categorias das PME	5
Tabela 2: Fatores de localização das empresas	19
Tabela 3: Caracterização dos concelhos pertencentes à região da Beira Interior	23
Tabela 4: Ficha Técnica do Trabalho de Campo	25
Tabela 5: Morada da empresa	27
Tabela 6: Dimensão atual da empresa	28
Tabela 7: Volume de negócios das empresas inquiridas (aproximadamente)	29
Tabela 8: Sexo.....	29
Tabela 9: Habilitações académicas	30
Tabela 10: Estatísticas Descritivas das idades dos empresários	30
Tabela 11: Distribuição das dimensões das PME segundo as habilitações dos empresários.....	30
Tabela 12: Testes qui-quadrado	31
Tabela 13: Nasceu na localidade/Concelho onde a empresa se situa	31
Tabela 14: Cresceu na localidade/Concelho onde a empresa se situa	31
Tabela 15: Número de empresas dos empresários anteriormente à criação da atual	32
Tabela 16: Atividade dos empresários anteriormente à criação das PME	32
Tabela 17: Existe mais algum empreendedor na sua família ou na sua rede de amigos próximos?	33
Tabela 18: Valores descritivos dos fatores de localização das PME em estudo por nível de importância	33
Tabela 19: Valores descritivos das vantagens de localização por nível de importância	35
Tabela 20: Valores descritivos das desvantagens de localização por nível de importância	35
Tabela 21: Teste de KMO e Bartlett.....	36
Tabela 22: Comunalidades.....	37
Tabela 23: Variância total explicada.....	38
Tabela 24: Junção das 29 variáveis em 5 fatores chave.....	39
Tabela 25: Testes de Normalidade	40
Tabela 26: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica	44
Tabela 27: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Comportamental.....	45
Tabela 28: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Institucional	47

Lista de Acrónimos

PME- Pequenas, médias e micro empresas

SME- Small and medium size enterprises

IAPMEI- Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

OCDE - Organização para a cooperação e desenvolvimento económico

I&D – Pesquisa e desenvolvimento

Parte I

Enquadramento Teórico

1. Enquadramento geral do problema de investigação

1.1 Introdução

De acordo com Schumpeter (1934), os empreendedores têm um papel crucial no desenvolvimento económico de uma região, segundo o autor os empreendedores são responsáveis pela criação e implementação de novas empresas, contribuindo para a criação de emprego. Atualmente o empreendedorismo é visto como um mecanismo capaz de aumentar o desenvolvimento económico, social e sustentável de uma região, permitindo que ocorra um aumento dos níveis de empregabilidade que consequentemente fornecem aos habitantes da região um aumento da sua qualidade de vida, (Audretsch e Fritsch, 2002)

Assim, a atividade empreendedora, tal como todos os fatores que estão por de trás da sua existência, e a sua influência no desenvolvimento económico regional têm sido objeto de estudo por parte de diversos autores (Birley 1985; Kirchoff e Phillips 1988; Storey, 1994). A questão do desenvolvimento regional tem despertado interesse nos mais diversos investigadores, nacionais e internacionais (Lopes, 1998; Cooke, 2002; Santos, 2009; Rego, 2003). No que concerne à relação entre o empreendedorismo e o crescimento económico, diversos autores concluíram que é fundamental, para o crescimento económico, conhecer o papel dos empreendedores visto que tem um contributo importante na criação de emprego e construção da inovação (Thurik e Wennekers, 2004; van Stel, 2006; Welter e Lasch, 2008).

Davidson et al (2006) definiu o empreendedorismo como a criação de nova atividade económica. Embora os empreendedores sejam analisados individualmente, operam a nível organizacional, económico, social e institucional (Veciana e Urbano, 2008).

Como refere Santos (2009), nos últimos anos assistiu-se a diversas mudanças na sociedade e na economia industrial, alterações que levaram a que a sociedade e economia atual progredam em áreas como a aprendizagem e o conhecimento, de forma a melhorarem a sua performance e obterem uma vantagem competitiva. Desde então têm sido criadas novas teorias tentando solucionar o problema da localização empresarial (Luo e Tung, 2018). Esta mudança em muito se deve à inovação, e ao vivermos numa era

moderna e digital, num mundo empresarial em que a competitividade é cada vez mais intensa, sendo normal para as empresas uma mudança territorial para novas áreas geográficas, mudança que nos leva até a um dos paradigmas mais importantes para as empresas em geral, qual a localização ideal para cada empresa. (Wu, e Deng, 2020).

Ao longo dos anos é inevitável a importância que o empreendedorismo e as PME têm para o desenvolvimento de uma região. Com o incremento de criação de pequenas e médias empresas, PME, é evidente que surjam questões relativamente às teorias de localização das mesmas. (Westman, et al. 2020)

Deste modo, associada à questão da importância do empreendedorismo e das PME para o desenvolvimento regional, aparece inevitavelmente, a questão das teorias da localização, ou seja ou que leva os empresários (que provocam a atividade empreendedora) a escolherem determinado local para implementarem a sua empresa (Ferreira et al, 2016). É assim notório o crescimento do interesse e investigações em relação à importância que o empreendedorismo tem a nível regional, tal como as características que levam uma empresa a se localizar em determinada região (Ferreira et al, 2016; Ferreira et al, 2017) É também dada cada vez mais importante o conhecimento proveniente de universidades, instituições e centros de formação que contribuem para o aumento do índice de desenvolvimento pessoal e intelectual dos empresários. Assim com o crescimento do interesse por parte de investigadores, surgem inevitavelmente novas teorias de localização empresarial, teorias que contribuem para perceber e caracterizar o processo de decisão dos empreendedores na hora de implementar a sua empresa, (Davicik, et al., 2020).

De todas as investigações analisadas tendo como o principal foco a análise e caracterização dos fatores de localização das PME, a revisão de literatura e teorias propostas por Hayter (1997), são as que mais se identificam com a nossa investigação. Na sua investigação Hayter (1997), chega à conclusão que existe uma diferenciação entre as abordagens Neoclássica, Comportamental e Institucional. De acordo com o autor, as abordagens Neoclássica, Comportamental e Institucional, mostram o quão complexo é o processo de decisão de localização de uma atividade económica, as razões pelas quais um empreendedor se motiva e decide implementar a sua empresa e atividades comerciais em determinada região é o fator mais complexo e difícil de interpretar. Hayter (1997) na sua investigação pretende que os conceitos das abordagens Neoclássica, Comportamental e Institucional, sejam mais fáceis de ser interpretados, na sua opinião na literatura desenvolvida até à data da sua investigação, a informação e ideias relativas ao seu tema não estavam bem claras, nem com informação e dados suficientes. De acordo

com o autor, as abordagens, em seguida analisadas, permitem analisar e caracterizar os fatores de localização de uma atividade económica a um nível mais “micro”, ideal para a nossa investigação visto que o principal foco é perceber quais os fatores de localização das PME.

A presente investigação tem por base analisar e caracterizar os fatores que levam os empreendedores das PME a escolherem uma determinada região para implementarem a sua empresa em detrimento de outra região, especificamente as decisões de localização das PME da região centro de Portugal.

De acordo com Cervo (1978), os objetivos de uma investigação pretendem transformar os problemas, tornando-os mais explícitos. Os objetivos podem ser genéricos, quando estão relacionados com uma visão abrangente do tema, ou específicos, quando estão relacionados com algo mais preciso e concreto (Marconi e Lakatos, 2003).

Assim, os objetivos gerais da nossa investigação passam por entender, através do estudo e da análise dos dados recolhidos, quais os fatores que influenciam a localização e implementação das PME na região da Beira Interior, suportados num modelo conceptual que permita denotar quais as capacidades dos territórios e quais os benefícios para as PME se localizarem em determinada região. Como objetivos mais específicos propomos os seguintes:

- (i) Validar empiricamente o modelo conceptual proposto, ou seja, de que forma determinados fatores podem influenciar a decisão de localização e implementação das PME e seus empresários na região da Beira Interior;
- (ii) Identificar quais os fatores que influenciam a localização das PME na região da Beira Interior;

Na sequência da escolha do tema para a investigação, houve a necessidade de identificar nitidamente quais os fatores de localização tradicionalmente aceites pelo mundo empresarial, pelo que a primeira etapa da investigação corresponde à identificação dos fatores que tenham a capacidade de influenciar o processo de decisão dos empresários na localização da sua empresa e atividades empresariais.

A etapa seguinte correspondeu à execução das diferentes fases da realização do inquérito às empresas, de salientar que o questionário foi realizado em dois formatos, em formato digital através da plataforma Google e em formato presencial nas próprias empresas. Em seguida realizámos toda a análise e tratamento estatístico dos dados recolhidos através dos questionários, o tratamento estatístico dos dados foi elaborado através do programa informático de análise estatística SPSS.

A última etapa correspondeu a todos os processos e etapas necessárias para a elaboração e redação da presente tese de mestrado, nomeadamente a revisão de literatura, metodologia, análise dos resultados e as conclusões e implicações do estudo.

1.2 Definição dos conceitos chave

De forma a tornar a investigação perceptível, entendemos que é essencial, definir alguns dos conceitos que serviram de base à concretização da dissertação, dissertação que tem como base os seguintes fatores: fatores de localização e pequenas, médias e micro empresas (PME).

- **Fatores de localização:** De acordo com Hayter (1997), o conceito de localização de uma empresa, varia consoante a empresa, a região onde a empresa está implementada e onde mesma se pretende implementar. O autor na sua investigação ainda nos diz que os fatores de localização são os motivos e ações que levam os empresários a implementar as suas empresas em determinado local. Esta será a abordagem adotada para análise na presente dissertação.
- **Pequenas e médias empresas (PME):** Segundo o IAPMEI, os principais fatores que definem o conceito de PME (pequenas, médias e micro empresas), e se efetivamente uma empresa é uma PME são o número de efetivos, o volume de negócios ou o balanço total de uma empresa. Atualmente as PME desempenham um papel crucial nos padrões de vida e economia de um país, contribuindo para que uma região e sua respetiva comunidade seja socialmente e economicamente mais estável e sustentável (Samujh, 2011).

Entende-se por PME uma micro, pequena ou média empresa que satisfaça os termos do decreto-lei n.º 372/2007. Os limites constantes neste decreto são os seguintes:

- É considerada PME uma Empresa que tenha efetivos um n.º de trabalhadores inferior a 250 pessoas e cujo volume de negócios anual não excede 50 milhões de euros ou cujo balanço total anual não excede 43 milhões de euros. Dentro da categoria das PME, uma pequena empresa é definida uma empresa que emprega menos de 50 pessoas e cujo volume de negócios anual ou balanço total anual não excede 10 milhões de euros; Uma microempresa é a empresa que empregue menos de 10 pessoas e que tenha um volume de negócios anual ou balanço total anual não excede 2 milhões de euros (tabela 1).

As PME representam atualmente 99,6% do número de empresas em Portugal segundo números de 2008 em que empregavam cerca de 75,2% dos empregados e detinham 56,4% do volume de faturação. (IAPMEI, 2008).

Tabela 1: Definições das diferentes categorias das PME

Categoria	Efetivos	Volume de negócios	Balanço total
Média empresa	< 250 (inalterado)	<= 50 milhões de euros (em 1996: 40 milhões)	<= 43 milhões de euros (em 1996: 27 milhões)
Pequena empresa	< 50 (inalterado)	<= 10 milhões de euros (em 1996: 7 milhões)	<= 10 milhões de euros (em 1996: 5 milhões)
Microempresa	< 10 (inalterado)	<= 2 milhões de euros (anteriormente não definido)	<= 2 milhões de euros (anteriormente não definido)

1.3 Estrutura geral da investigação

A presente investigação é composta por duas partes essenciais, embora distintas. A primeira parte é constituída pelo enquadramento do problema de investigação, capítulo de natureza introdutória, onde é apresentada uma primeira abordagem à problemática da localização das pequenas e médias empresas e pela revisão de literatura, capítulo que aborda temas como a importância, características e desempenho das PME na região da Beira Interior e as abordagens teóricas que levam à localização das PME na região da Beira Interior. A segunda parte da investigação, a parte empírica, é constituída por quatro capítulos: metodologia da investigação, objetivos e hipóteses da investigação, método de recolha da informação, análise e discussão dos resultados, sugestão para estudos futuros e conclusões e limitações da investigação.

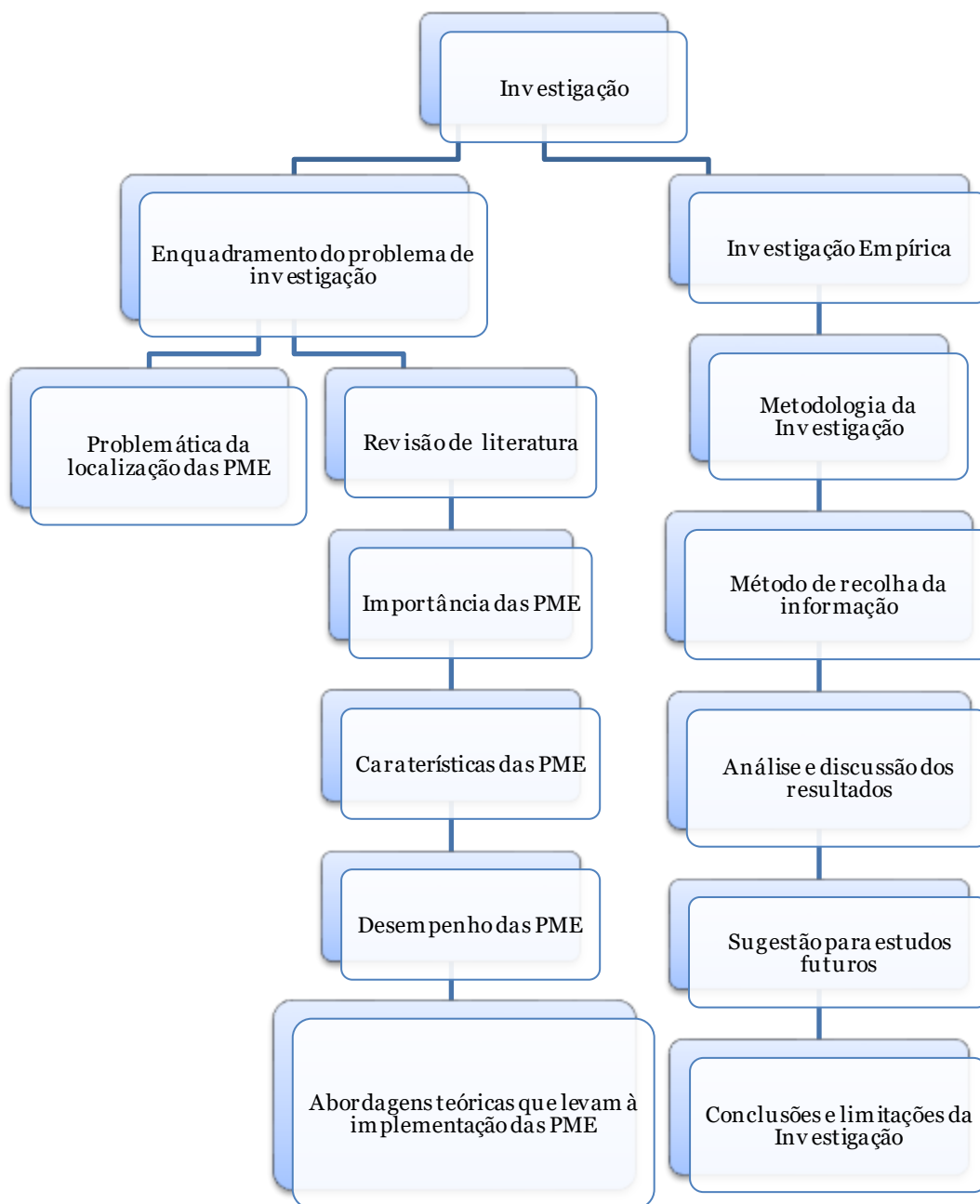


Figura 1: Estrutura geral da Investigação

2. Revisão de literatura

2.1 A dinâmica e características das PME

2.1.1. A importância das PME na economia

De acordo com o Verheugen (Membro da Comissão Europeia), “as PME são o principal impulsionador da economia europeia, contribuindo para a criação de postos de trabalho e consequente diminuição do desemprego, desenvolvendo o espírito empresarial e inovador na União Europeia (UE), sendo por isso cruciais para fomentar a competitividade e o emprego” (Definição de PME – Guia do utilizador e modelo de declaração, 2006).¹

Para diversos autores, as PME desempenham um papel cada vez mais importante na economia mundial, sendo cada vez mais importantes para o desenvolvimento económico de um país (Hill, 2001, Walsh e Lipinski, 2009, Muhammad et al, 2010 e Shaikh e Pahore, 2010; Martinez-Conesa, et al., 2017; Santoro, et al. 2018). As PME são atualmente consideradas em muitos países a principal fonte para o seu crescimento económico, contribuindo para a criação de emprego e atuando como fornecedoras de bens e serviços para grandes organizações (Singh et al., 2008; Ndiaye, et al, 2018). A Comissão Europeia (2019) refere que, em 2018, havia 25 milhões de PME na UE-28, das quais 93% eram micro-PME. As PME representaram 99,8% de todas as empresas do sector empresarial não financeiro da UE-28, gerando 56,4% do valor acrescentado e 66,6% do total de emprego. Com base nas previsões da primavera de 2019, o valor acrescentado das PME da UE deveria ter crescido 4,1% em 2019 e 4,2% em 2020, enquanto o emprego das PME na UE deveria crescer 1,6% em 2019 e 1,4% em 2020.

Existem, a nível internacional, vários estudos que demonstram e confirmam a importância das PME, que atualmente as PME avocam-se como um pilar na economia e no desenvolvimento económico destacando a sua relevância e contributo que as PME têm para o desenvolvimento económica de um país ou região (Cunningham, 2011; Dixit e Pandey, 2011; Lobo et al., 2018; Nakos et al., 2019).

As pequenas e médias empresas, PME, são responsáveis por compor a maioria do tecido empresarial de Portugal. Segundo dados da PORDATA relativos a 2017, 99,9% do total de empresas ativas em Portugal são, precisamente, PME. De acordo com os valores fornecidos é visível a importância das PME na economia portuguesa, em vários sectores como nas exportações e no emprego. AS PME portuguesas estão cada vez mais

¹ http://www.pofc.gren.pt/ResourcesUser/2013/Publicacoes/Guia_Definicao_PME.pdf Consultado em 17/02/2020

preparadas para se internacionalizar. Nuno Mangas, presidente do IAPMEI, assevera a realidade dos resultados obtidos, garantindo que as PME cooperam cada vez mais com instituições de ensino superior, tentando dinamizar os seus processos produtivos e ações de marketing, construindo uma melhor posição a nível nacional mas principalmente a nível internacional. É ainda dito que as empresas estão mais propícias em se envolver em projetos de transformação digital, resultando no aperfeiçoamento e modernização dos seus processos produtivos. ²

2.1.2. Fatores de sucesso das PME

Os fatores que contribuem para o sucesso das PME diferem consoante o método de estudo de cada investigador, não existindo uma unanimidade na comunidade. De acordo com Jasra et al. (2011), os fatores que mais contribuem para o sucesso das PME, são as estratégias de marketing, os recursos financeiros, os recursos tecnológicos, o acesso a informação, o apoio do governo e um plano de negócios bem definido e estruturado. Porém, de acordo com Benzing et al. (2009), as variáveis mais importantes nas PME são os traços psicológicos e da personalidade dos empresários, a habilidade para gerir, a formação dos empresários e o ambiente externo. Alguns aspetos políticos, como agências governamentais de apoio as PME e os clusters regionais também podem ter grande influência no sucesso das PME (Mason e Harrison, 2006).

Para Islam et al., (2011) os fatores de sucesso das PME podem então ser divididos em três grandes grupos/dimensões:

(1) **Meio envolvente:** O processo de tomada de decisão do empresário e a evolução das atividades económicas são fatores fortemente influenciados pelo meio envolvente ao local onde a empresa se pretende implementar (Mason e Harrisom, 2006; Benzing et al., 2009; Chawla et al., 2010). Assim sendo, o meio envolvente é um fator pertinente e importante no estudo dos fatores de localização das PME. O processo de tomada de decisão dos empresários e posterior implementação das PME pode ser influenciado por motivos económicos, geográficos, culturais e políticos (Al-Mahrouq, 2010) no entanto, existem fatores que se encontram fora do controlo dos empresários, fatores externos, que incluem a concorrência, a regulação governamental, a tecnologia e fatores contingenciais. O meio envolvente é influenciado pelos stakeholders, clientes e fornecedores (Porter, 1980).

² <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-em-rede/pme-2019/detalhe/o-tecido-empresarial-portugues>, Consultado a 29 de dezembro de 2019

De acordo com Storey, (2000), o crescimento e sucesso das PME pode ser o resultado das características morfológicas do ambiente externo da empresa. As características do meio envolvente referentes às PME estão relacionadas com a competitividade do mercado, os incentivos governamentais dirigidos às PME, as taxas de juros em vigor, o valor dos impostos a pagar, mas também podem estar relacionados com fatores mais pessoais, como o apoio da família e amigos (Benzing et al., 2009). Kozan et al. (2006) observou que os empresários, quer no processo de planeamento de expansão, quer no processo de implementação das suas PME necessitam de estar informados relativamente ao mercado em que a sua empresa se insere. Desta forma, o acesso a informação pertinente e atualizada é vital para a sobrevivência e sucesso das PME, permitindo aumentar o lucro proveniente das suas atividades económicas (Jasra et al., 2011).

Adams e Sykes (2003) referem a inovação tecnológica como um dos principais fatores de sucesso das PME, aludindo que as empresas que utilizam a tecnologia mais recente tendem a reter melhor os seus clientes do que seus os concorrentes.

A reestruturação tecnológica das PME tem um custo associado elevado para muitas das PME, no entanto, as vantagens que advêm através da aplicação de novas tecnologias, geralmente permite recuperar o valor investido, revertendo futuramente em lucros para as PME (Jasra et al., 2011).

(2) **Características do empresário:** Devido ao atual mundo empresarial, modernizado e cada vez mais global, as PME são forçadas a desenvolverem-se, habituando-se e acompanhando as mudanças que podem ocorrer nos mercados em que operam. Assim sendo, de acordo com Tahir et al. (2011), para que uma PME seja bem-sucedida, esta tem de ser capaz de se adaptar às contantes mudanças ocorrentes no mercado, sendo que o perfil e características pessoais de cada empresário são um fator chave para que este se possa adaptar às eventuais mudanças que possam ocorrer no mercado, sendo um fator imprescindível para o seu sucesso empresarial.

O papel do empreendedor é defendido por Kirzner (1973) e segundo este autor, um empreendedor é um agente dinamizador do equilíbrio dos mercados e a sua atividade é essencial à competitividade entre empresas, estando esta inerente ao processo de empreendedorismo (Fuller-Love 2009; Schindehutte e Morris 2009; Fuentes et al., 2010; Chiles et al. 2010). Também McClelland (1961) debruça a sua investigação sobre a personalidade do empreendedor, evidenciando as características pessoais do empreendedor, características que o levam a produzir negócios inovadores. Para este autor o empreendedorismo está relacionado com a vontade de realização pessoal, que acaba por ser transportar para os negócios, onde pode assumir riscos de diversa natureza

e onde pode alcançar o sucesso económico devido à sua competência e não à sua sorte. Entre os anos 60 e 70 criou-se então a ideia de que o empreendedor é alguém diferente do resto da população (Kilby, 1971). Durante este período a personalidade dos empreendedores foi enfatizada pela sua capacidade de exposição ao risco e pela sua ambição (Kihlstrom e Laffont, 1979). O interesse pelas características pessoais do empreendedor deu-se nos anos 80 (Gartner, 1988). A ideia que se formou do empreendedor nesta época foi de que este vinha de um grupo homogéneo com características psicológicas diferentes do resto da sociedade (Hebert e Link, 1989). A necessidade de estabelecer uma relação entre as decisões dos empreendedores e as suas características pessoais, tais como: a profissão dos pais; o género (masculino ou feminino); a raça ou etnia; as habilitações literárias; os anos de experiência no sector de atividade; e a idade, só mais recentemente mereceram atenção por parte dos investigadores (Mitchell et al., 2002; Lafuente et al., 2010; Ferreira et al., 2016).

Segundo Islam et al. (2011), esforço e dedicação ao seu negócio são fatores cruciais para o sucesso do empresário e respetivo negócio. Na realidade, os empresários desempenham uma função preponderante no sucesso das PME pelo que as suas características pessoais são de extrema importância para o seu sucesso empresarial, salientando que características, como autoconfiança, perseverança, autonomia, propensão para o risco e motivação, são fundamentais para que as PME alcancem sucesso. A educação e experiência profissional do empresário são também considerados como fatores essenciais para o sucesso e crescimento das PME (Yusuf, 1995; Wijewardena e Cooray, 1996). Cada empresário tem características pessoais singulares, sendo que é essencial destacar a importância de características proactivas, como a orientação para a realização e concretização dos seus objetivos (Rose et al., 2006); a fidelização e compromisso para com a empresa (Fink et al., 2008); a boa reputação, honestidade e simpatia (Benzing et al., 2009), todos estes atributos estão relacionados e são relevantes para o sucesso e futuro de uma PME.

Ibrahim e Goodwin (1986) referem que as competências interpessoais do empresário, ou seja, a existência de uma relação saudável com clientes e funcionários, a intuição, perceção dos riscos que possam por em perigo a empresa e a autonomia, são características fundamentais para o sucesso de um empresário, seja qual for o ramo em que a empresa trabalhe.

Segundo Tahir et al. (2011), as características psicológicas de cada empresário são importantes para as empresas mas não são suficientes para o seu sucesso, aliado às características psicológicas é necessário que exista uma experiência e formação prévia. As PME de sucesso geralmente estão relacionadas a empresários com formações no ensino superior, qualificações que fornecem aos empresários uma maior preparação para

lidar com as constantes mudanças no mercado e fazer com que as PME sejam mais lucrativas. Em suma, as características pessoais de cada empresário desempenham um papel fundamental para assegurar o sucesso e futuro das PME.

(3) **Características das PME.** Existem vários estudos desenvolvidos, que tentam definir quais são os fatores que levam ao sucesso das PME, destacando-se particularidades como: o avanço tecnológico da empresa, a estrutura empresarial, a sua localização, estrutura financeira, departamento de marketing e comunicação e recursos humanos (Al-Mahrouq, 2010; Raymond et al., 1998). Na sua investigação Al-Mahrouq, (2010), refere que o uso de equipamentos tecnológicos, a criação de um planeamento estratégico e a constante investigação e desenvolvimento de métodos operacionais e tecnológicos, são características inerentes à operacionalização de uma PME na era moderna. O mesmo autor refere que a tecnologia implementada numa empresa e seus processos é o fator mais importante para se obter uma vantagem competitiva em relação aos seus principais concorrentes, refletindo-se na qualidade dos produtos e serviços prestados ao cliente final.

Na sociedade atual é cada vez mais crucial para as PME o investimento em tecnologias de informação. Investimento dispendioso e a longo prazo mas que irá trazer enormes benefícios para as PME, como o avanço tecnológico em relação aos seus concorrentes diretos, a retenção e aumento do número de clientes, podendo mesmo ocorrer uma redução dos custos empresariais (Al-Mahrouq, 2010). De acordo com (O'Dwyer et al., 2009; Al-Mahrouq, 2010; Carson e Gilmore, 2000), o marketing é um fator de extrema importância, influenciando o sucesso e futuro das atividades económicas exercidas pelas PME, segmentando e publicitando os seus produtos e serviços para o público de interesse para as PME. Vega (2009) chega mesmo a dizer que o marketing é uma fator essencial para a concretização e implementação dos objetivos das PME, levando ao sucesso empresarial. As PME, devido a não terem uma carteira de clientes tão vasta como as grandes empresas, não se podem arriscar a perder clientes, pelo que o marketing é tão importante para uma boa comunicação e retenção dos seus clientes, determinando a sobrevivência e sucesso da PME. (Becherer et al., 2008). O planeamento e concretização de estratégias de marketing e o posicionamento estratégico são fatores que influenciam o sucesso e crescimento de um negócio, principalmente em empresas de pequenas dimensões. No entanto é necessária uma análise e estudo prévio do público-alvo a fim de evitar erros desnecessários (Walsh e Lipinski, 2009). Para que uma PME seja bem-sucedida é crucial que os recursos humanos estejam ao mesmo nível da empresa, o "Know-How" dos empregados e suas capacidades, a formação e aprendizagem contínua dos funcionários, incentivos monetários e não monetários, entre outros, são fatores

ligados ao crescimento e desenvolvimento das PME Al-Mahrouq (2010). Temtime e Pansiri (2006) referem que a evolução e progresso do trabalho realizado pelos recursos humanos é um fator crucial para o desempenho e sucesso das PME. A falta de funcionários experientes no mercado, a falta de mão-de-obra qualificada no mercado, a rotatividade de funcionários, a falta de instalações, inacessibilidade e indisponibilidade de instalações de formação na comunidade são considerados por (Temtime e Pansiri, 2006), os fatores mais importantes na área dos recursos humanos. Segundo o mesmo autor é visível o crescente interesse pelas PME na formação dos seus funcionários, com o objetivo de colmatar algumas falhas existentes, como a insuficiência de competências podendo levar a um trabalho mal executado.

3. Abordagens teóricas sobre a localização das empresas

De acordo com Moreira (1996), independentemente do tipo de mercado em que a PME se insere, o processo de decisão em relação à localização é um processo estratégico e planeado com antecedência, analisando todos os pequenos detalhes referentes ao local onde a empresa se pretende implementar, para assim poder perceber quais as possíveis vantagens e desvantagens da implementação da PME em determinada região. Assim sendo, é pretendido neste capítulo evidenciar a opinião de autores em relação à decisão de localização das PME.

De acordo com Silva (2005), as estratégias de localização de uma empresa são delineadas em função de determinados objetivos previamente definidos. No entanto, a distribuição espacial de uma atividade económica não é um processo de decisão fácil, envolvendo uma série de componentes que se têm de ter em conta precedentemente da decisão final de implementação.

As teorias da localização têm como base a interpretação das decisões pelo qual uma empresa decide implementar as suas atividades económicas em determinada região. A escolha do melhor local onde uma empresa se deve localizar, está na origem de inúmeros estudos sobre localização, tendo merecido uma peculiar atenção por parte de diversos investigadores (Arauzo e Viladecans 2006). Os primeiros estudos relativos à localização industrial foram realizados no século XIX e podem ser atribuídos a três autores alemães – Launhart, Johann H.von Thünen e Alfred Weber. A estes autores seguiram-se outros que aprofundaram ainda mais o tema, são o caso de August Lösch, Walter Christaller, Roger Hayter, Tord Palander, Frank Fetter e Edgard Hoover.

Von Thünen (1826) defende no seu estudo, baseado no conceito de renda fundiária, que o principal fator a ter em conta na localização da renda fundiária é a distância. Alfred Weber (1909) decidiu focar o seu estudo na localização da indústria, dando especial

relevância à minimização dos custos, para o autor existiam três fatores determinantes para a localização e implementação de uma empresa, sendo eles: os custos dos transportes; os custos de trabalho; e as vantagens associadas às economias de aglomeração. Hoover (1948) defendia que a divisão espacial do mercado devia ser combinada com a densidade populacional e os custos de transporte associados. Lösch (1954) fez a sua investigação baseada no seu modelo de equilíbrio espacial global, já a investigação de Christaller (1933) teve por base a sua teoria dos lugares centrais.

Hayter (1997) defende três Abordagens diferentes que permitem caracterizar a localização das atividades económicas, são elas:

- (i) Neoclássica
 - (ii) Institucional
 - (iii) Comportamental.
-
- (i) A abordagem neoclássica é baseada na análise de estratégias de maximização do lucro e estratégias de minimização dos custos, como por exemplo reduzir os custos de transportes, custos de mão-de-obra e custos de mercadorias.
 - (ii) A abordagem institucional constata que o meio envolvente ao local onde a empresa se pretende implementar é um fator de extrema importância e que deve ser considerado no processo de decisão de localização. Fatores como a carteira de clientes, fornecedores, universidades, associações empresariais, associações regionais, governo e outras empresas, são pontos fundamentais para a implementação e sucesso de uma empresa.
 - (iii) A abordagem comportamental é baseada na análise de situações de incerteza e de falta de informação. Fatores como a personalidade do empresário, naturalidade e residência, são fatores predominantes na tomada de decisão.

3.1. Abordagem Neoclássica

A abordagem neoclássica tem como principal foco e preocupação encontrar a localização ideal para uma ou mais empresas a partir de considerações exclusivamente económicas, é então baseada num empreendedor informado, capaz de analisar e caracterizar as informações, ter espírito crítico, moderno e com uma visão concisa no futuro, tentando dessa forma, através da minimização dos custos, maximizar os lucros da sua empresa.

Na abordagem neoclássica as características pessoais e humanas dos empreendedores não são analisadas, pelo que o seu contexto, importância e pretensões não têm relevância na construção e desenvolvimento da abordagem neoclássica.

Segundo Mariotti (2005), uma das principais características da abordagem neoclássica é a utilização de modelos matemáticos para analisar e determinar qual a localização ideal para uma empresa. Os fatores de localização que maior relevância têm são normalmente associados a custos, como os custos de transportes, os custos de mão-de-obra, os custos de mercadorias, incentivos fiscais, entre outros. Segundo o mesmo autor, a tomada de decisão de localização para uma empresa tem de ser associada ao potencial aumento do lucro, que a mudança para outra localidade irá trazer para a empresa, se este fator não se verificar a mudança não seria exequível. Von Thünen (1826), Launhardt (1882) e Weber (1909) são por muitos autores considerados os fundadores da abordagem neoclássica. Alfred Weber (1909), na sua teoria, teve a preocupação de evidenciar como a localização perfeita para cada empresa pode ser encontrada através da minimização dos custos. Weber afirma na sua investigação que as empresas racionalmente se irão localizar na região onde os custos das suas atividades empresariais serão mais baixos. Desde a sua publicação a teoria de Weber tem sido alvo de diversas revisões e alterações, em particular, a maior parte dos autores tem utilizado vários elementos da teoria “Weberiana” para que assim possam formular suas próprias teorias. (Smith, 1981)

Existem algumas investigações que se focam nos fatores de localização de empresas de pequenas dimensões e incubadoras, mas são poucas as investigações que se centram na procura e análise dos motivos pelos quais as PME se localizam em determinada região ao invés de qualquer outra localização, especialmente quando temos em análise uma região com um meio envolvente ainda fortemente ruralizado como é o caso da região da Beira Interior. O pequeno número de empresas localizadas em regiões rurais quando comparadas com as grandes metrópoles, pode explicar a escassez de investigações que se centram na localização das PME em regiões rurais como é o caso da região da Beira Interior. No entanto, segundo Grimes (2000), devido ao constante desenvolvimento e avanço das tecnologias de informação, as regiões rurais tiveram um incremento do número de empresas a implementarem-se nas suas áreas.

O meio envolvente e as condições que uma determinada área ou região oferece a uma empresa é de fato um fator bastante importante, que favorece a implementação de atividades empreendedoras e fomenta o empreendedorismo e modernismo da região (Giné, X., et al. 2017). Por outro lado as localidades ou regiões que não apresentem as condições necessárias para a atração e subsequente implementação de atividades

empresariais estão condenadas, pelo que as empresas não terão interesse em que as suas atividades se localizem numa região que não trará benefícios (Stafford, 2015; Dupas et al., 2016). Smith e Barkley (1991) procuraram na sua investigação determinar quais são os critérios decisórios a nível regional (principalmente em áreas urbanas) que explicavam o porquê das empresas se localizarem e implementarem em determinada região. Os autores chegaram à conclusão que as PME especializadas em alta tecnologia, são as empresas que mais fomentam o emprego e o crescimento económico de uma determinada região, no entanto são também as empresas mais afetadas pelo meio envolvente e condições da região onde se decidem implementar.

De acordo com Ouwersloot e Rietveld (2000), o fator que mais contribui para o aumento do índice do desenvolvimento económico de uma região é a inovação tecnológica das empresas, contribuindo para a adoção de novos métodos e técnicas de produção dos produtos ou serviços comercializados. Os autores na sua investigação verificaram que existiam quatro fatores externos às empresas que podem influenciar o processo de tomada de decisão do local onde a empresa se deve localizar e implementar: (i) oferta de trabalho; (ii) infraestruturas do conhecimento; (iii) infraestruturas físicas; (iv) efeitos de aglomeração.

- (i) Oferta de trabalho: neste fator foi usado o nível de densidade populacional e de urbanismo de cada região, ao usarem estas variáveis os autores verificaram que os trabalhadores mais qualificados geralmente preferem viver em regiões mais calmas e menos povoadas, tornando estas regiões mais apelativas para a implementação de novas empresas, principalmente de startups e PME.
- (ii) Infraestruturas do conhecimento: neste fator os autores recolheram informações em relação às universidades, institutos politécnicos e incubadoras, no sentido de estabelecer uma boa relação entre estas entidades e as empresas que se pretendem implementar na região.
- (iii) Infraestruturas físicas: este fator foi avaliado através de várias variáveis, nomeadamente a qualidade e quantidade de vias rodoviárias, a proximidade e ligação entre cidades e dimensão e qualidade da zona industrial da região. Todos estes fatores incentivam as empresas na hora de mudança de localização, podendo ser uma oportunidade para uma determinada região aumentar o número de empresas, aumentando também o grau de desenvolvimento económico da região.

- (iv) Efeitos de aglomeração: este fator foi analisado devido ao nível de diversidade que cada região apresenta. Pois a diversidade populacional, empresarial e educacional incentiva muitas vezes a implementação de novas empresas.

Definimos assim a nossa primeira hipótese de investigação:

H1: Os fatores neoclássicos influenciam as pequenas e médias empresas, PME, a localizarem-se na região da Beira Interior

3.2. Abordagem Comportamental

De acordo com Martins, (2010), a abordagem comportamental analisada, caracterizada e aprimorada por Herbert Simon, (1959), que nos diz que um empresário é incapaz de processar todas as informações necessárias no processo de tomada de decisão, derivado a essa incapacidade é normal que o empresário opte pela primeira hipótese que cumpra todos os requisitos que procura no local onde pretende implementar a sua empresa.

De acordo com Arauzo e Manjón (2004), a abordagem comportamental difere consoante a área geográfica, ou seja, de uma região para outra a abordagem comportamental pode ser totalmente diferenciada, criando dificuldades de implementação para os empreendedores. Quando tal acontece os empreendedores (os principais tomadores de decisões) têm de recorrer a fatores não-económicos, isto é, em fatores relacionados com a personalidade de cada empreendedor. A abordagem comportamental é mais usual nas pequenas e médias empresas, PME, em que o processo de tomada de decisão para implementação da empresa tem como base, o local de origem da empresa e empresário, a experiência do empreendedor no sector ou pela situação financeira da empresa e/ou do empreendedor.

A abordagem comportamental vê as empresas como elementos que aceitam ter resultados satisfatórios, ao invés de tentarem maximizar os seus lucros. A abordagem comportamental salienta e é baseada nas considerações pessoais do empresário e na importância de fatores externos, como por exemplo as habilidades e perceções dos empreendedores, ou seja, a abordagem comportamental utiliza as considerações, características e opiniões do empreendedor para fazer face aos fatores presentes na abordagem neoclássica. (Jung & Park, 2018).

Em geral, de acordo com a abordagem comportamental, as empresas consideram no processo de tomada de decisão um número limitado de regiões, a partir desse momento

procuram e avaliam as potenciais hipóteses de uma maneira muito sequencial, escolhendo a primeira solução satisfatória (Hayter, 1997).

A forma como as empresas percebem, analisam, avaliam e caracterizam as informações e fatores influentes para o processo de decisão. Segundo Marioti, (2005) as empresas durante o processo de escolha da sua localização funcionam como processadores de informações, analisando tudo o que seja pertinente para a escolha final.

De acordo com Galbraith (1985), existem três fatores determinantes para a localização de uma empresa segundo a abordagem comportamental do empreendedor, são eles: a caracterização da personalidade do empreendedor, a cultura, costumes e modo de vida do empreendedor e o desejo do empreendedor viver na região onde pretende implementar a empresa. Além dos fatores mencionados, as cidades e regiões mais pequenas com um meio envolvente empresarial mais reduzido aparentam ser o local predileto para o empreendedores implementarem as suas empresas, contribuindo para o sucesso e crescimento da região. As localidades com uma dimensão mais reduzida, como todas as outras têm fatores positivos e fatores negativos, mas entre os pontos a favor podemos salientar: um meio ambiente calmo, sem trânsito e não tão stressante, uma maior qualidade de vida e um menor índice de empresas concorrentes. Todos os fatores mencionados são de extrema importância para um empreendedor na hora de determinar qual a região ideal onde a sua empresa se deve localizar.

De acordo com Felsenstein (1996) o processo de tomada de decisão em relação à localização de uma empresa, não segue um plano, nem uma estratégia específica, para o autor a localização de uma empresa não é uma decisão fundamentada, é algo selecionado de acordo com a vontade e características do empreendedor, salientando o caso das PME que na maioria das vezes são criadas e implementadas numa região, sem uma estratégia ou um plano, relativamente à sua localização, previamente definido.

Segundo Hayter (1997), o processo de tomada de decisão em relação à localização de uma empresa é explicado pela abordagem comportamental. Esta conclusão tem como explicação o facto de que para muitos empreendedores, no momento em que decidem onde querem implementar a sua empresa, deixam os fatores mencionados na abordagem neoclássica de parte e acabam por escolher o local ou região de onde são naturais. De acordo com o mesmo autor, a abordagem comportamental, teoria que apenas avalia os fatores pessoais e comportamentais do empreendedor, vai contra os fatores económicos da abordagem neoclássica. No entanto, a abordagem comportamental é bastante

importante no que diz respeito à localização e ao aparecimento das PME em regiões consideradas com mais ruralizadas.

Em resumo, na abordagem comportamental é defendido que a localização das empresas se deve essencialmente ao meio envolvente, qualidade de vida e características pessoais dos empreendedores, não se prendendo por quaisquer fatores económicos.

Definimos assim a nossa segunda hipótese de investigação:

H2: Os fatores comportamentais influenciam a localização das PME, na região da Beira Interior.

3.3. Abordagem Institucional

As abordagens neoclássicas e comportamentais serviram de base para uma análise e caracterização dos fatores de localização das empresas, dado por nós um maior enfoque às PME. No entanto, vários autores decidiram ter como meta nas suas investigações perceber e analisar qual o peso que as instituições de investigação, ensino, entre outras têm no processo de localização empresarial, surgindo assim uma nova abordagem no tema da localização empresarial, a abordagem institucional.

Abordagem que foi alvo de investigação por Elgen *et al.* (2004), que chegou à conclusão que as empresas atualmente tendem a confiar e respeitar bastante os fatores externos, como a ciência e ensino superior, podendo mesmo ser um fator predominante para a localização e implementação de uma determinada empresa. No entanto, fatores como o nível tecnológico da empresa, a atividade comercial em que se insere, a idade e mentalidade do empresário têm uma grande importância em relação a uma localização mais próxima ou afastada das instituições de investigação.

No fim dos anos 80, vários autores debatem o que realmente influencia as atividades económicas de uma empresa e de acordo com Mariotti (2005), as empresas atualmente refletem os valores sociais inculcados pelas instituições culturais e de ensino, sendo que os mesmos valores são posteriormente refletidos nas suas atividades económicas. As atividades económicas de uma determinada região são influenciadas pelas instituições de ensino e culturais, nomeadamente universidades, institutos politécnicos e incubadoras.

De acordo com Meyer (2003), um dos fatores mais importantes e que mais influencia a localização de uma empresa é facto da existência, na região onde é pretendido implementar a empresa, de uma incubadora de empresas.

De acordo com Mariotti (2005), a abordagem institucional incide na interação entre as empresas e outras instituições não se regendo apenas ao seu comportamento enquanto firma individual. O comportamento das empresas no processo de decisão do local onde devem implementar as atividades económicas é bastante distinto, porém de acordo com a abordagem institucional, é resultado de estratégias empresariais englobando negociações com fornecedores, governo, sindicatos dos trabalhadores e outras instituições de interesse, em relação ao preço dos produtos ou serviços comercializados, aos salários dos trabalhadores, impostos, subsídios, infraestruturas e outros fatores cruciais na atividade económica da empresa.

Definimos assim a nossa terceira hipótese de investigação:

H3: Os fatores institucionais influenciam as pequenas e médias empresas, PME, a localizarem-se na região da Beira Interior.

A tabela 2 de seguida apresentada sistematiza os principais fatores de localização para cada uma das três abordagens de acordo com os diferentes estudos realizados. Na Figura 2 apresentamos o modelo conceitual adotado na nossa investigação

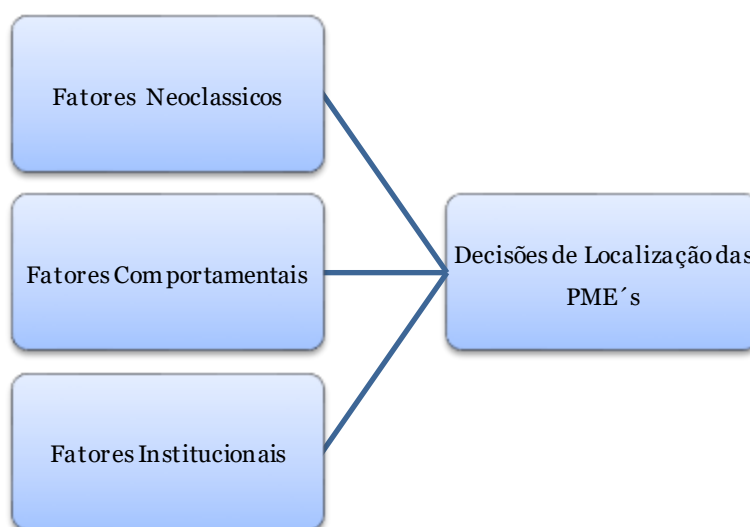


Figura 2: Modelo conceitual da investigação

Tabela 2: Fatores de localização das empresas

Dimensão	Fatores	Estudos
----------	---------	---------

<p>Fatores comportamentais (C)</p>	<p>C1: O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade; C2: Proximidade da residência do fundador; C3: A proximidade da residência do fundador; C4: Boas condições de alojamento; C5: Atitude da comunidade face aos negócios; C6: Atividades recreativas e de lazer; C7: O fato de o fundador ter nascido nessa localidade; C8: Bons acessos; C9. Estatuto financeiro do empreendedor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elgen <i>et al</i> (2004); • Meyer (2003); • Audrestch <i>et al</i> (2006); • Autant-Bernard <i>et al.</i> (2006); • Hayter (1997); • Ferreira <i>et al.</i> (2010); • Lafuente <i>et al.</i> (2010); • Parker (2004); • Van Praag and Versloot (2007).
<p>Fatores Neoclássicos (N)</p>	<p>N10. Distância a que as empresas se encontram dos centros urbanos; N11. Distância ao mercado e a dimensão das aglomerações; N12. Infraestruturas rodoviárias; N13. Especialização geográfica; N14. Qualificação do capital humano; N15. Custos da propriedade industrial; N16. Custos com salários; N17. Densidade populacional; N18. Nível de atividade económico do local onde se localiza a empresa; N19. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.); N20. Proximidade das matérias-primas; N21. Proximidade dos serviços.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grimes (2000); • Ouwersloot and Rietveld (2000); • Holl (2004); • Costa <i>et al</i> (2004); • Hayter (1997); • Ferreira <i>et al</i> (2010); • Lafuente <i>et al</i> (2010).
<p>Fatores Institucionais (I)</p>	<p>I22. Incubadora de empresas; I23. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação; I24. Localização perto de centros administrativos; I25. Acesso aos parques de ciência; I26. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos; I27. Proximidade das instituições de ensino; I28. Feiras tecnológicas; I29. Empresários de referência na região.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Galbraith (1985); • Arauzo and Viladecans (2006); • Felsenstein (1996); • Hayter (1997); • Ferreira <i>et al.</i> (2010); • Lafuente <i>et al.</i> (2010)

Parte 2

Investigação Empírica

4. Metodologia da Investigação

Os tipos de investigações podem ser quantitativos (quando por exemplo os dados são recolhidos através de um inquérito por questionário ou experimentação) ou qualitativos (quando por exemplo são aplicados estudos de caso ou focus group na obtenção dos dados), podendo ainda ambos os métodos ser conjugados para o investigador ter dados mais concretos e precisos do que realmente necessita para a sua investigação. Neste estudo, o tipo de investigação a utilizar será de natureza quantitativa (Vergara, 2000). Podemos assim enquadrar as diferentes pesquisas em três segmentos de investigações:

- (i) Exploratórias: As investigações exploratórias têm como objetivo principal desenvolver, aclarar e transformar conceitos, com vista à exposição de problemas ou hipóteses passíveis de investigação, sendo utilizadas essencialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e se torna difícil formular hipóteses específicas e operacionalizáveis.
- (ii) Descritivas: As investigações descritivas têm como objetivo a exposição dos atributos de determinada população ou fenómeno, ou a determinação da existência de relações entre variáveis, e uma das características que a distingue das investigações exploratórias é a importância da utilização de técnicas padronizadas de identificação da amostra a estudar e de recolha de dados.
- (iii) Explicativas: As investigações explicativas são aquelas que possuem como principal preocupação e fundamento a identificação de fatores que determinam a ocorrência de fenómenos e, nas ciências sociais, são sobretudo de índole observacional. Esta tipologia de investigação é a que mais aprofunda o conhecimento da realidade, uma vez que explica a razão e o porquê das coisas, sendo a investigação mais complexa e delicada, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.

Uma investigação explicativa pode suceder a uma pesquisa descritiva, uma vez que a determinação dos fatores que influenciam um determinado fenómeno exige que este seja extensivamente descrito e compreendido. Esta tipologia de investigações está assente na utilização de técnicas padronizadas de recolha de dados bem como de metodologias

quantitativas de análise de dados, em particular com o auxílio e uso de metodologias estatísticas (Gil, 1991).

Em função dos objetivos do estudo, esta investigação identifica-se como sendo de caráter explicativo, sendo que o principal intuito da investigação é contribuir para o desenvolvimento da área científica alusiva ao estudo dos fatores de localização das PME, nomeadamente através da revisão da literatura e estudo de diversas variáveis, encontradas a partir desta, que posteriormente podem influenciar as decisões de implementação das empresas por parte dos empreendedores.

Marconi e Lakatos (2011) identificam quatro tipos de métodos às abordagens de investigação:

- (iv) Indutivo: O método indutivo desloca-se das constatações particulares para as leis e teorias.
- (v) Dedutivo: O método dedutivo parte das leis e teorias e prediz a ocorrência de fenómenos particulares.
- (vi) Hipotético-dedutivo: De acordo com Popper (1975), o método hipotético-dedutivo, inicia-se pela perceção de uma lacuna nos conhecimentos, sucedida por uma proposta de conjectura e dedução de consequências na forma de proposições passíveis de serem testadas (testes de falseamento).
- (vii) Método dialético: O método dialético penetra no mundo do fenómeno através da sua ação recíproca, da contradição inerente ao fenómeno e da mudança dialética que ocorre na natureza e na sociedade (Marconi e Lakatos, 2011).

Neste estudo, a metodologia a utilizar terá um caráter predominantemente dedutiva uma vez que em função das teorias e conceções existentes sobre os fatores de localização se pretende determinar quais as variáveis que influenciam as decisões de implementação empresarial.

Nos pontos seguintes iremos apresentar: a caracterização da população, especificação dos métodos de recolha de informação; a elaboração do questionário e a operacionalização das variáveis.

4.1. Localização e Caracterização da região da Beira Interior

A região da Beira Interior foi o território escolhido para a administração dos questionários, sendo os mesmos distribuídos pelas PME presentes na região, etapa essencial para a concretização da nossa investigação. A região da Beira Interior integra o NUTS III, Beira Interior Norte, Cova da Beira, Beira Interior Sul, Serra da Estrela e

Pinhal Interior Sul, correspondendo a um total de 26 municípios, sendo 12 do distrito da Guarda, 12 do distrito de Castelo Branco, 1 do distrito de Santarém e 1 do distrito de Coimbra, sendo ao todo composta por aproximadamente 370 468 habitantes (tabela3).

Tabela 3: Caracterização dos concelhos pertencentes à região da Beira Interior

Concelhos da Beira Interior			
Brasão	Concelho	População (INE, 2011)	Área
	<u>Aguiar da Beira</u>	5 473 hab	2 06,77 km ²
	<u>Almeida</u>	7 242 hab	520,55 km ²
	<u>Belmonte</u>	6 859 hab	1 14,56 km ²
	<u>Castelo Branco</u>	56 109 hab	1 439,94 km ²
	<u>Celorico da Beira</u>	7 693 hab	249,93 km ²
	<u>Covilhã</u>	51 797 hab	556,43 km ²
	<u>Figueira de Castelo Rodrigo</u>	6 260 hab	508,57 km ²
	<u>Fornos de Algodres</u>	4 989 hab	133,23 km ²
	<u>Fundão</u>	29 213 hab	7 01,65 km ²
	<u>Gouveia</u>	14 046 hab	3 02,49 km ²
	<u>Guarda</u>	42 541 hab	7 17,88 km ²
	<u>Idanha-a-Nova</u>	9 716 hab	1 412,73 km ²
	<u>Manteigas</u>	3 430 hab	125,00 km ²
	<u>Mação</u>	7 338 hab	400,83 km ²

	Mêda	5 202 hab	285,91 km ²
	Oleiros	5 721 hab	465,52 km ²
	Pampilhosa da Serra	4 481 hab	396,49 km ²
	Penamacor	5 682 hab	555,52 km ²
	Pinhel	9 627 hab	484,5 km ²
	Proença-a-Nova	8 314 hab	395,26 km ²
	Sabugal	12 544 hab	826,70 km ²
	Seia	24 702 hab	435,92 km ²
	Sertão	15 880 hab	446,70 km ²
	Trancoso	9 878 hab	364,54 km ²
	Vila de Rei	3 452 hab	191,26 km ²
	Vila Velha de Ródão	3 521 hab	329,91 km ²
TOTAL BEIRA INTERIOR		370 468 hab*	12 740 km ²

Fonte: Wikipedia e Instituto Nacional de Estatística (2011), *habitantes

4.2. Método de recolha de dados

No processo de realização e concretização de um estudo empírico podemos adotar dois métodos distintos de recolha de dados: o método quantitativo e/ou o método qualitativo. O método definido para a recolha de dados da presente dissertação foi o quantitativo, método que é caracterizado pela elaboração de hipóteses que necessitam de investigação, investigação elaborada através da recolha de dados a partir de procedimentos rigorosos e pré-estabelecidos, sendo que posteriormente todos os dados necessitam de tratamento estatístico (Dias *et al.*, 2004).

Para se poder testar as hipóteses o presente estudo guiou-se por um método de recolha de dados quantitativos, nomeadamente o inquérito por questionário e como forma de explicarmos melhor o trabalho elaborado em todo o processo de construção e distribuição do questionário apresentamos a tabela 4. A utilização do questionário é o método adequado para a recolha de dados fundamental para a elaboração do presente estudo de caso que se observa nesta dissertação, uma vez que permite verificar as hipóteses e analisar as suas correlações, assim como permite a existência de um elevado número de entrevistados, possibilitando uma mais acessível descrição da população analisada (Quivy e Campenhoudt, 2008).

A base de dados utilizada foi construída a partir de informação estatística fornecida pela Informa DB, (empresa que em Portugal e Espanha lidera a oferta de informação e conhecimento sobre o tecido empresarial), visto que não nos foi possível obter através de outros organismos de análise de dados. A informação fornecida continha uma base de dados das PME presentes na região da Beira Interior, nomeadamente nos distritos de Castelo Branco e Guarda.

Tabela 4: Ficha Técnica do Trabalho de Campo

Área Geográfica	Região da Beira Interior essencialmente nos distritos de Castelo Branco e da Guarda,
Alvo do estudo	Pequenas e médias empresas PME
Recolha de Dados	Inquérito por Questionário
Período do Trabalho de Campo	Janeiro de 2020 até maio de 2020
Número de Respostas Válidas da Amostra	78 Respostas válidas
Tamanho da Amostra	78 Empresários da Beira interior
Inquiridos	Quadros Superiores das PME.
Método de Recolha da Informação	Correio eletrónico e presencialmente com os empresários.
Programa utilizado na análise dos dados	SPSS
Controlo de Qualidade	O processo de recolha de dados foi executado tendo sempre em conta os objetivos da investigação de forma, a + que as questões presentes no questionário possam validar o modelo e revisão de literatura da presente investigação. O questionário já tinha sido testado anteriormente na dissertação de mestrado da minha orientadora, Prof. ^a Dr. ^a Cristina Fernandes.

4.2.1. Elaboração do questionário

O questionário, utilizado na presente investigação, foi elaborado com base no questionário aplicado por Fernandes (2011). O questionário, enviado às empresas através de correio eletrónico, (Anexo), está estruturado em cinco partes, ocupando um total de quatro páginas.

A primeira parte do questionário é constituída pela caracterização dos dados pessoais dos empresários (cargo na empresa; data de início das suas atividades na empresa; morada da empresa; página web da empresa e CAE). A segunda parte do questionário pretende caracterizar o perfil do empresário, nomeadamente data de nascimento; habilitações académicas; formação especializada; sexo; naturalidade; residência; número de empresas criadas; experiência do empresário; qual a atividade que o empresário exercia antes de criar a sua empresa e se o empresário tem empreendedores na sua família ou rede próxima de amigos. A terceira parte é referente às características e dados gerais da empresa, que são: número total de trabalhadores, escolaridade dos trabalhadores, volume de vendas e capital social. A quarta e última parte do questionário é referente aos indicadores de localização provenientes da revisão de literatura. Este é o ponto fundamental e crucial no nosso questionário, contribuindo para a comprovação das hipóteses de investigação apresentadas. De acordo com a revisão de literatura da presente investigação, foi pedido aos empresários para classificar, numa escala de Likert (de pouco importante a muito importante) vários fatores e abordagens que podem ter influência na localização e implementação da empresa em determinada região. Foi ainda pedido aos empresários que, de acordo com as vantagens e desvantagens apresentadas no questionário, respondam se concordam (ou não), numa escala de Likert (de pouco importante a muito importante), que as mesmas se apliquem à localização atual da empresa.

Na nossa investigação, foram utilizadas duas formas de administrar o questionário, o inquérito face-to-face e o inquérito à distância. Primeiramente o questionário foi administrado à distância, através da plataforma digital Google Forms, posteriormente, com o objetivo de aumentar o número de respostas, foi utilizado o inquérito face-to-face. O questionário foi dirigido aos quadros superiores das PME, sendo em todos os processos assegurada a privacidade e confidencialidade dos dados fornecidos.

Como já referido anteriormente o questionário foi criado através da ferramenta digital Google Forms disponível no Google Drive, sendo posteriormente enviado para as PME via correio eletrónico. O envio dos questionários iniciou-se em fevereiro de 2020

estendendo-se até maio de 2020, devido à baixa taxa de resposta por parte das PME e ao surto pandémico, Covid-19, que assolou a economia portuguesa.

5. Especificação dos métodos estatísticos

O presente capítulo servirá para apresentar e analisar os resultados obtidos através do método quantitativo escolhido, o questionário. Para uma apresentação completa e estruturada da análise dos dados recolhidos, são caracterizados todos os métodos e programas estatísticos utilizados e todos os gráficos e análises estatísticas retiradas do seu uso.

5.1. Caracterização das empresas e dos empresários em estudo

A amostra em estudo é constituída por pequenas e médias empresas, PME, da região da Beira Interior. Das 78 PME que participaram voluntariamente no estudo, 34,6% pertencem ao concelho do Fundão, 33,3% pertencem ao concelho da Covilhã, 30,8% pertencem ao distrito de Castelo Branco e 1,3% pertencem ao distrito de Coimbra, como é representado na tabela 5 e no gráfico presente na figura 3.

Tabela 5: Morada da empresa

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Alcains	2	2,6	2,6	2,6
	Alcaria	1	1,3	1,3	3,8
	Belmonte	4	5,1	5,1	9,0
	Caria	1	1,3	1,3	10,3
	Castelo Branco	10	12,8	12,8	23,1
	Covilhã	26	33,3	33,3	56,4
	Fundão	26	33,3	33,3	89,7
	Idanha-a-Nova	1	1,3	1,3	91,0
	Lousã	1	1,3	1,3	92,3
	Penamacor	1	1,3	1,3	93,6
	Sertã	4	5,1	5,1	98,7
	Vila velha de Rodão	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

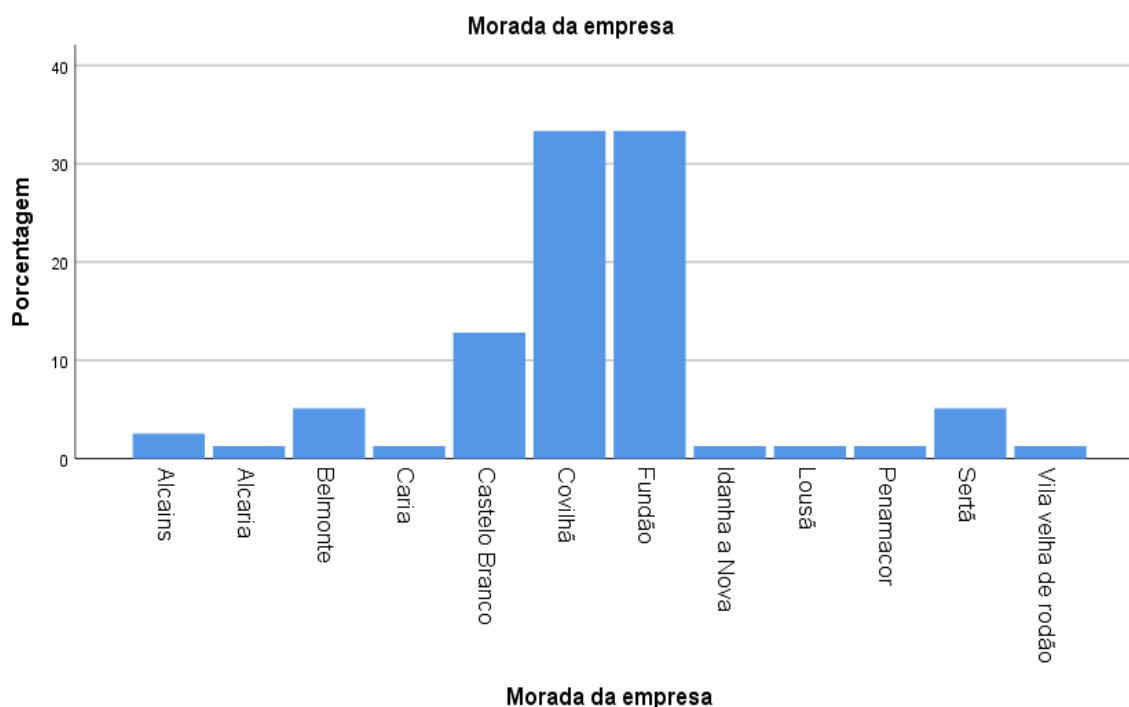


Figura 3: Localização das empresas inquiridas

Ao analisar a distribuição das PME em estudo de acordo com o setor de atividade económica em que elas se inserem, segundo a Classificação Portuguesa das Atividades Económicas- CAE, é notória a diversidade de atividades económicas exercidas pelas PME na região da beira Interior.

Relativamente à dimensão das PME em estudo (Tabela 6), foi analisada através do número de trabalhadores de cada PME, verifica-se que das 78 PME em estudo, 30.8% delas têm 5 trabalhadores ou menos, 39.7% entre 5 a 20 trabalhadores, 25.6% entre 20 a 50 trabalhadores e 3.9% das PME em estudo têm mais de 50 trabalhadores.

Tabela 6 : Dimensão atual da empresa

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	De 0 a 5	24	30,8	30,8	30,8
	De 5 a 20	31	39,7	39,7	70,5
	De 20 a 50	20	25,6	25,6	96,2
	De 50 a 100	2	2,6	2,6	98,7
	De 100 a 250	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Relativamente ao capital social associado às PME em estudo (Tabela 7) verifica-se que 19,2% das PME possuem um capital social inferior a 50.000€, 6,4% entre 50.000€ e 100.000€, 9% entre 100.000€ e 200.000€, 0% entre 200.000€ e 300.000€, 1,3% entre 300.000€ e 400.000€, 5,1% entre 400.000€ e 500.000€ e 59% das PME possuem um capital social superior a 500.000€.

Tabela 7: Volume de negócios das em presas inquiridas (aproximadamente)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Menos de 50.000€	15	19,2	19,2	19,2
	De 50.000€ a 100.000€	5	6,4	6,4	25,5
	De 100.000€ a 200.000€	7	9,0	9,0	34,6
	De 300.000€ a 400.000€	1	1,3	1,3	35,9
	De 400.000€ a 500.000€	4	5,1	5,1	41,0
	Mais de 500.000€	46	59,0	59,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Abordando agora o perfil dos empresários inquiridos (Tabela 8) é de salientar que 80,8% são do género masculino e 19,2% são do género feminino. A média de idades dos empresários inquiridos é de ... anos (com um desvio padrão de aproximadamente ... anos). Relativamente à faixa etária onde os empresários se inserem, 17,9% dos empresários têm idades compreendidas entre os 31 e os 40 anos, 18% dos empresários com idade compreendida entre 41 e os 50 anos; 62,8% com idade superior a 50 anos; e, apenas 1,3% dos empresários com idade inferior a 31 anos.

Tabela 8: Sexo

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Feminino	15	19,2	19,2	19,2
	Masculino	63	80,8	80,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Quanto ao nível de escolaridade, (Tabela 9) 19,2% dos empresários completou o ensino básico, 50% dos empresários completou o ensino secundário, 3,8% concluiu os seus estudos através de uma escola de formação profissional e 26,9% dos empresários completou o ensino superior.

Tabela 9: Habilitações académicas

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Ensino básico	15	19,2	19,2	19,2
	Ensino Secundário	39	50,0	50,0	69,2
	Escola de formação profissional	3	3,8	3,8	73,1
	Licenciatura	21	26,9	26,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Tabela 10: Estatísticas Descritivas das idades dos empresários

	N	Mínimo	Máximo	Média	Erro Desvio
Data de nascimento do empresário	78	27	72	53,56	11,745
N válido (de lista)	78				

Ao analisar as habilitações académicas dos empresários inquiridos em relação à dimensão das PME, constata-se que cada vez mais, os empresários com nível de escolaridade mais elevado estão a usar os seus conhecimentos aplicando-os na criação de uma PME. De acordo com a tabela 11, os 21 empresários inquiridos que concluíram os seus estudos no ensino superior, são responsáveis por empresas com um número de trabalhadores mais baixo. De salientar, que apesar de 26.9% dos empresários inquiridos liderarem uma PME, as empresas de menor dimensão, com menos trabalhadores e um capital social baixo são maioritariamente lideradas por empresários com habilitações académicas inferiores.

Tabela 11: Distribuição das dimensões das PME segundo as habilitações dos empresários

		Dimensão atual da empresa					Total
		De 0 a 5	De 5 a 20	De 20 a 50	De 50 a 100	De 100 a 250	
Habilitações académicas	Ensino básico	3	5	6	0	1	15
	Ensino Secundário	9	19	9	2	0	39
	Escola de formação profissional	3	0	0	0	0	3
	Licenciatura	9	7	5	0	0	21
Total		24	31	20	2	1	78

Para que seja possível verificar se existem diferenças relativamente às habilitações académicas dos empresários inquiridos e a dimensão das suas empresas, utilizou-se o teste do Qui-quadrado (*Pearson Chi-Square*).

Tabela 12: Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	17,643 ^a	12	,127
Razão de verossimilhança	17,557	12	,130
N de Casos Válidos	78		

Na tabela 13, relativa às características demográficas dos empresários, verifica-se que 84,6%, dos empresários, nasceram na região onde está implementada a sua empresa, enquanto que apenas 15,4%, dos empresários, não são naturais da região onde decidiram implementar a sua empresa. Através da análise da tabela 14 percebemos que 87,2% dos empresários cresceram na região onde posteriormente decidiram implementar a sua empresa, o que representa um acréscimo de 2,6% em relação ao número de empresários que nasceu na região da Beira Interior. Esta informação diz-nos que 2,6% dos empresários apesar de não serem naturais da região da Beira Interior foi nesta região que cresceram e decidiram fazer vida, ao implementar a sua empresa no mesmo local.

Tabela 13: Nasceu na localidade/Concelho onde a empresa se situa

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Não	12	15,4	15,4	15,4
	Sim	66	84,6	84,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Tabela 14: Cresceu na localidade/Concelho onde a empresa se situa

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Não	10	12,8	12,8	12,8
	Sim	68	87,2	87,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Através da obtenção de dados relativamente à experiência profissional dos empresários, foram tidos em conta três aspetos: o número de empresas criadas anteriormente à sua empresa atual, a sua experiência profissional, em anos, no mercado em que a sua

empresa está inserida e qual a sua atividade profissional anteriormente à criação da empresa. Dos 78 empresários que responderam ao questionário 33,3% afirmam ter criado uma empresa antes da atual, 1,3% afirmam ter mesmo criado 2 empresas antes de implementar a sua empresa atual, no entanto para a maioria dos empresários, 65,4%, continuam a trabalhar na sua primeira empresa e experiência no mundo empresarial (Tabela 15).

Tabela 15: Número de empresas dos empresários anteriormente à criação da atual

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	0	51	65,4	65,4	65,4
	1	26	33,3	33,3	98,7
	2	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

As experiências profissionais anteriores ao atual cargo dos empresários, foi um tema também abordado e questionado no inquérito feito aos empreendedores, verificando-se que 60,2% dos empresários inquiridos afirmou ter experiência profissional no mercado em que a sua empresa se insere atualmente. Dos 78 empresários inquiridos 26,9% responderam que anteriormente à criação e implementação da sua atual empresa tinha outros negócios, 39,8% dos empresários afirma ter trabalhado em outras empresas no mesmo setor da sua atual empresa, 28,2% dos empresários afirma ter trabalhado em empresas de um setor diferente, enquanto que apenas 5,1% dos empresários afirma que anteriormente à criação da sua empresa era estudante (Tabela 16).

Tabela 16: Atividade dos empresários anteriormente à criação das PME

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Diretor de outra empresa de sector diferente	1	1,3	1,3	1,3
	Diretor de outra empresa do mesmo sector	1	1,3	1,3	2,6
	Estudante	4	5,1	5,1	7,7
	Tinha outros negócios	21	26,9	26,9	34,6
	Trabalhador de uma empresa do mesmo sector	30	38,5	38,5	73,1
	Trabalhador de uma empresa sector diferente	21	26,9	26,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

De salientar que também foi questionado aos empresários se alguém da sua família ou rede próxima de amigos é empreendedor e se esse fator influenciou de alguma forma a decisão do empresário, 97.4% dos empresários responderam afirmativamente à questão (Tabela 17).

Tabela 17: Existe mais algum empreendedor na sua família ou na sua rede de amigos próximos?

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Não	2	2,6	2,6	2,6
	Sim	76	97,4	97,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Após a caracterização e análise das empresas e dos empresários inquiridos realizada no ponto anterior, procedesse à análise dos fatores que levam o empresário a implementar a sua empresa numa determinada região em detrimento de outra, em específico na região da Beira Interior. Na tabela 18 em seguida aduzida, apresentamos os fatores de localização em estudo assim como a mediana de respostas dos empresários.

Tabela 18: Valores descritivos dos fatores de localização das PME em estudo por nível de importância

	N	Mediana
A1. O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade	78	5
A2. Proximidade da residência do fundador	78	4
A3. Boas condições de alojamento;	78	4
A4. Clima da região;	78	3
A5. Atitude da comunidade face aos negócios;	78	4
A6. Atividades recreativas e de lazer;	78	3
A7. O fundador ter nascido nessa localidade;	78	4
A8. Bons acessos;	78	4
A9. Estatuto financeiro do empreendedor;	78	4
A10. Distância a que as empresas se encontram dos centros urbanos.	78	4
A11. Distância ao mercado e a dimensão das aglomerações.	78	4
A12. Infraestruturas rodoviárias.	78	4
A13. Especialização geográfica.	78	4
A14. Qualificação do capital humano.	78	4
A15. Custos da propriedade industrial.	78	4
A16. Custos com salários.	78	4
A17. Densidade populacional.	78	4
A18. Nível de atividade económico do local onde se localiza a empresa.	78	4
A19. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.).	78	3
A20. Proximidade das matérias-primas.	78	4

A21. Proximidade dos serviços.	78	4
A22. Incubadora de empresas.	78	3
A23. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação.	78	3
A24. Localização perto de centros administrativos.	78	3
A25. Acesso aos parques de ciência.	78	3
A26. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos	78	3
A27. Proximidade de instituições de ensino	78	3
A28..Feiras tecnológicas.	78	3
A29. Empresários de referência na região.	78	3
N válido de lista	78	

Na tabela 18 são apresentados os vários fatores de localização que foram tidos em conta na investigação, tendo sido calculada a mediana de cada um dos fatores de modo que fosse possível analisar e caracterizar, em média, a importância que cada fator de localização tem para os empresários. A mediana foi calculada através do programa estatístico SPSS, através dos dados fornecidos pelos empresários, sendo que o nível mais baixo era 1, que representa um fator nada importante para a localização da empresa na região da Beira Interior e o nível mais alto era 5, que representa um fator muito importante para a localização da empresa na região da Beira Interior.

De acordo com os resultados refletidos, no quadro anterior é possível constatar que o fator mais importantes na escolha da localização é o fator A1. “O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade”, com uma mediana de respostas por parte dos empresários inquiridos igual a 5, o que representa, de acordo com os critérios atribuídos na escala de *Likert* utilizada no questionário, ser um fator de extrema importância para os empresários no processo de implementação de uma empresa em determinada região.

Nas tabelas 19 e 20 são apresentadas as vantagens e desvantagens, respetivamente, de determinada empresa se localizar e implementar na região da Beira Interior. A escala utilizada para descrever a importância que a vantagem ou desvantagem de determinado fator tem na implementação da PME, situa-se entre 1 e 5 sendo 1 um fator (vantagem ou desvantagem) nada importante e 5 um fator (vantagem ou desvantagem) muito importante.

Tabela 19: Valores descritivos das vantagens de localização por nível de importância

	N	Média
Qualidade de vida	78	4,78
Terrenos/ edifícios/custos de armazenagem	78	4,32
Custos de fornecimentos / custo de matérias-primas/custo de serviços	78	4,24
Custo da mão-de-obra (salários)	78	4,23
Disponibilidade de mão-de-obra qualificada e especializada	78	4,17
Disponibilidade de terrenos /edifícios/armazéns	78	4,23
Disponibilidade de fornecimentos/ matérias-primas/ serviços	78	4,14
Posição natural /meio envolvente	78	3,88
N válido (de lista)	78	

Tabela 20: Valores descritivos das desvantagens de localização por nível de importância

	N	Média
Isolamento	78	4,18
Infraestruturas rodoviárias inadequadas	78	3,68
Fornecimentos/matérias-primas/serviços inadequados	78	3,58
Falta de mão-de-obra qualificada e especializada	78	3,53
Dificuldade de acesso a infraestruturas de telecomunicações	78	3,64
Elevados custos de mão-de-obra (salários)	78	3,78
Falta de terrenos/ edifícios/armazéns	78	3,71
Falta de procura	78	3,91
N válido (de lista)	78	

De acordo com os resultados obtidos através da análise das tabelas anteriores, é possível constatar que os quatro fatores que advêm numa vantagem para a localização de uma PME em determinada região são: A qualidade de vida; os terrenos/ edifícios e custos de armazenagem; custos de fornecimento/custos de matérias-primas/custos de serviços; custo de mão-de-obra (salários).

Relativamente aos fatores que resultam numa desvantagem de localização, os fatores que para os empresários inquiridos mais se destacam e que segundo a sua opinião resultam numa desvantagem na implementação de uma PME na região da Beira Interior são: O isolamento; os elevados custos de mão-de-obra (salários); a falta de procura; a falta de edifícios/terrenos/armazéns.

5.2. Fatores de localização das PME

De forma a identificarmos quais são os fatores de localização mais importantes e pertinentes para as pequenas e médias empresas, PME, procedemos à utilização da análise fatorial. O principal objetivo da utilização da técnica de análise fatorial aos dados recolhidos através dos questionários é reduzir o número de fatores de localização. Para que a redução de fatores de localização seja possível é necessário aferir as relações estruturais entre as 29 variáveis, de forma, a conferir a importância dos fatores de localização das PME selecionados para a presente investigação. O método dos componentes principais será o método de extração de fatores utilizado na investigação, ou seja extrair os fatores que não apresentem um valor próprio superior a 1, critério de kaiser (Pestana e Gageiro, 2003).

5.2.1. Análise Fatorial: teste do modelo conceptual

Segundo Pereira (2004), a técnica utilizada na análise fatorial, consiste em calcular todas as correlações entre diversas variáveis e isolar o fator principal. A análise fatorial é uma técnica estatística, que permite identificar um número reduzido de fatores que podem ser utilizados para representar um conjunto de variáveis inter-relacionadas ou seja permite investigar a dependência de um conjunto de variáveis em relação a um número menor de variáveis não observáveis, designadas por variáveis latentes, (Maroco, 2003; Pestana e Gageiro, 2003, Angelo, 1991).

De forma a avaliar a qualidade dos dados, isto é a homogeneidade das 29 variáveis em estudo, apresentamos na tabela 21 o valor do *KMO* (*Kaiser-Meyer-Olin*) e do teste de *Bartlett* (Bartlett, 1951; Kaiser, 1974). O teste *KMO* mede a proporção de variação nas variáveis que pode ter início através de um fator subjacente, no entanto também verifica se as correlações parciais entre as variáveis são pequenas. Ao analisar os resultados através dos testes executados o valor encontrado para o *KMO* foi 0.690, quanto ao teste de *Bartlett* apresentou um valor de significância inferior a 5%, ou seja, com o valor de *p* do teste de significância inferior a 0.001, pode-se concluir que as variáveis estão todas correlacionadas, sendo possível executar adequadamente a análise fatorial aos dados recolhidos através dos questionários, (Leong & Austin, 2006).

Tabela 21: Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,690
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	891,685
	gl	406
	Sig.	,000

Ao analisar a tabela 22, relativa à análise das comunalidades é perceptível que a percentagem de variância comum das variáveis analisadas é superior a 40% para praticamente todas as variáveis, com exceção das variáveis A6, A8 e A19.

Tabela 22: Comunalidades

	Inicial	Extração
A1. O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade	1,000	,451
A2. Proximidade da residência do fundador	1,000	,595
A3. Boas condições de alojamento;	1,000	,545
A4. Clima da região;	1,000	,743
A5. Atitude da comunidade face aos negócios;	1,000	,397
A6. Atividades recreativas e de lazer;	1,000	,388
A7. O fundador ter nascido nessa localidade;	1,000	,668
A8. Bons acessos;	1,000	,350
A9. Estatuto financeiro do empreendedor;	1,000	,423
A10. Distancia a que as empresas se encontram dos centros urbanos.	1,000	,565
A11. Distancia ao mercado e a dimensão das aglomerações.	1,000	,601
A12. Infraestruturas rodoviárias.	1,000	,489
A13. Especialização geográfica.	1,000	,483
A14. Qualificação do capital humano.	1,000	,625
A15. Custos da propriedade industrial.	1,000	,557
A16. Custos com salários.	1,000	,417
A17. Densidade populacional.	1,000	,520
A18. Nível de atividade económico do local onde se localiza a empresa.	1,000	,609
A19. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.).	1,000	,181
A20. Proximidade das matérias-primas.	1,000	,425
A21. Proximidade dos serviços.	1,000	,473
A22. Incubadora de empresas.	1,000	,629
A23. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação.	1,000	,636
A24. Localização perto de centros administrativos.	1,000	,696
A25. Acesso aos parques de ciência.	1,000	,433
A26. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos	1,000	,612
A27. Proximidade de instituições de ensino	1,000	,416
A28..Feiras tecnológicas.	1,000	,590
A29. Empresários de referência na região.	1,000	,471

Através do ponto anterior, (tabela 22), foi possível verificar a possibilidade de executar adequadamente a análise fatorial, e utilizando o método de componentes principais, procedeu-se à extração dos fatores. Este processo de definição do número de fatores a extrair é considerada a etapa mais importante para a decisão numa análise fatorial. Outro

método normalmente utilizado e também bastante eficiente é a análise visual do gráfico *Scree Plot*, presente na figura 4. No entanto, de forma a não comprometer a identificação visual do ponto que define o número de fatores, são utilizados ambos os métodos para decidir o número de fatores a extrair. Assim garante-se o melhor resultado possível de maneira a que os dados analisados não sejam comprometidos. A tabela 23 de seguida apresentada mostra os valores próprios para cada fator e a percentagem de variância explicada.

Tabela 23: Variância total explicada

Componente	Total	Auto valores iniciais		Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
		% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	6,361	21,935	21,935	6,361	21,935	21,935
2	2,802	9,663	31,599	2,802	9,663	31,599
3	2,260	7,792	39,391	2,260	7,792	39,391
4	1,962	6,765	46,156	1,962	6,765	46,156
5	1,603	5,527	51,683	1,603	5,527	51,683
6	1,439	4,962	56,645			
7	1,277	4,404	61,049			
8	1,121	3,864	64,913			
9	1,046	3,607	68,520			
10	,998	3,441	71,960			
11	,838	2,891	74,851			
12	,764	2,636	77,487			
13	,733	2,527	80,014			
14	,662	2,284	82,298			
15	,637	2,198	84,497			
16	,529	1,824	86,321			
17	,506	1,744	88,064			
18	,501	1,727	89,791			
19	,468	1,616	91,407			
20	,436	1,502	92,909			
21	,359	1,237	94,146			
22	,318	1,097	95,243			
23	,255	,879	96,123			
24	,251	,865	96,988			
25	,241	,832	97,819			
26	,194	,670	98,489			
27	,177	,610	99,099			
28	,147	,505	99,604			
29	,115	,396	100,000			

De acordo com a regra de extração dos fatores com valores próprios superiores a 1, é sugerido, segundo análise do quadro anterior relativo à variância total explicada, que sejam extraídos nove fatores que são responsáveis por aproximadamente 69% da variabilidade total. O *Scree Plot* presente na figura 4 confirma graficamente o número de fatores a extrair.

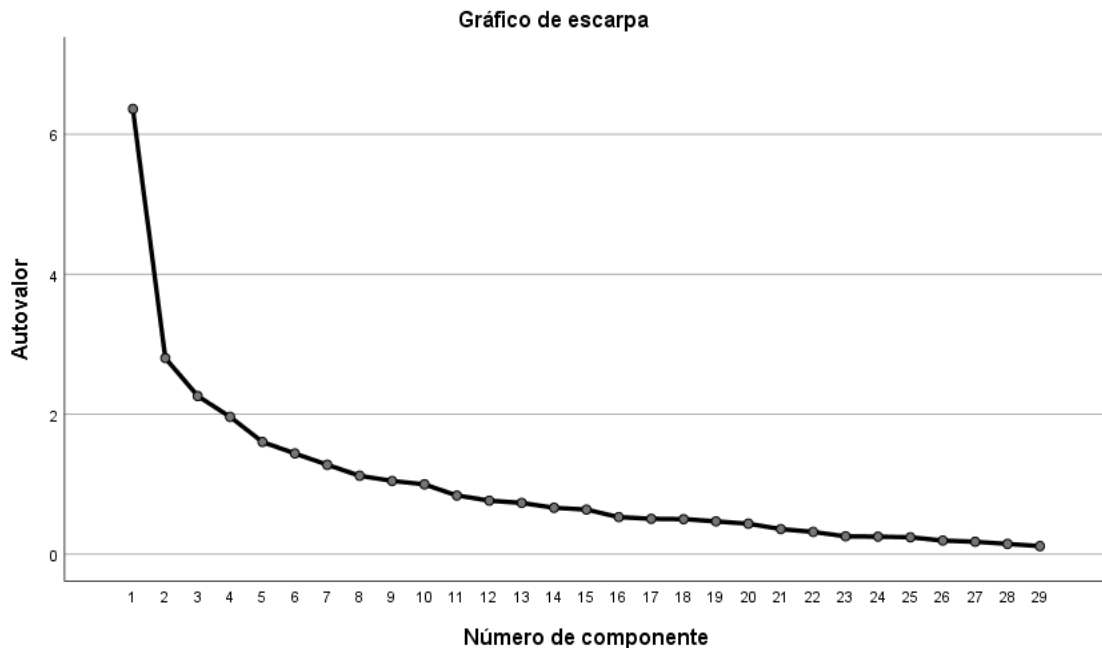


Figura 4: Scree Plot

O teste de *Alfa de Cronbach* consiste em medir a fidelidade ou a consistência de respostas a um conjunto de variáveis correlacionadas entre si, ou seja, como um conjunto de variáveis representam um determinado fator. Quando os dados tiverem uma estrutura multidimensional, o *Alfa de Cronbach* será baixo. Se as correlações entre as variáveis forem altas, o *Alfa de Cronbach* será alto. A análise da consistência interna de cada fator revelou valores de *Alfa de Cronbach* sempre superiores a 0.5, com exceção do fator “Condições do meio envolvente à PME” que apresentou um valor inferior a 0.5, o que representa um valor de *Alpha* aceitável, sendo o valor para o fator “Inovação e incentivo à criação de empresas” considerado como Bom.

Tabela 24: Junção das 29 variáveis em 5 fatores chave

Fatores	Itens	Nº total de itens	Consistência a <i>alfa de Cronbach</i>	Variância Explicada (%)
Fatores psicológicos	A1, A2, A7, A9	4	0.674	21.94

Índice de desenvolvimento, inovação e encorajamento à criação de empresas	A22,A23,A24,A25,A26,A27,A28,A29	8	0.846	9.66
Características da região	A5,A10,A11,A17,A19,A20,A21	7	0.670	7.79
Ampliação económica e social da região	A12,A14,A15,A16,A18	5	0.594	6.77
Conjunturas do meio envolvente à PME	A3,A4,A6,A8,A13	5	0.431	5.53

A tabela 24 representa a junção das 29 variáveis em 5 fatores chave, sendo necessário interpretar cada um dos 5 fatores. O fator 1 está relacionado com os intuitos de localização do empresário (a naturalidade, residência próxima do local de localização da PME para o fundador e funcionários e estatuto financeiro do empresário). O segundo fator está relacionado com o índice de desenvolvimento, inovação e encorajamento à criação de empresas na região onde está implementada a PME, assim como com os incentivos que a região dá para a criação e implementação de empresas no seu território (incubadora de empresas, proximidade de instituições de ensino, acesso ao conhecimento gerado pelas universidades, localização perto de centros administrativos, feiras tecnológicas, parques de ciência, empresários de referência na região e incentivo à criação de empresas). O terceiro fator refere-se às características da região (densidade populacional, distância ao mercado, proximidade de matérias primas e de serviços, nível das infraestruturas físicas). O quarto fator alude à possibilidade de ampliação económica e social da região onde o empresário decidiu implementar a sua PME (infraestruturas rodoviárias, qualificação do capital humano, nível de atividade económica, custo com terrenos e salários). O quinto e último fator está relacionado com as condições do meio envolvente à PME (acessos, alojamento, atividades recreativas e de lazer, clima e especialização geográfica).

Os fatores de localização das PME, de acordo com o modelo de investigação proposto, repartem-se em três abordagens distintas: a abordagem Neoclássica, a abordagem Institucional e a abordagem Comportamental.

Através da comparação de médias de duas ou mais variáveis aleatórias independentes é normalmente utilizado uma análise de variâncias, ANOVA, no entanto algumas suposições tem de ser comprovadas, nomeadamente, verificar se a variável dependente segue uma distribuição normal. Assim, de modo a verificar se os fatores seguem ou não uma distribuição normal usou-se o teste *Kolmogorov-Smirnov* (tabela 25).

Tabela 25: Testes de Normalidade

Kolmogorov-Smirnov^a

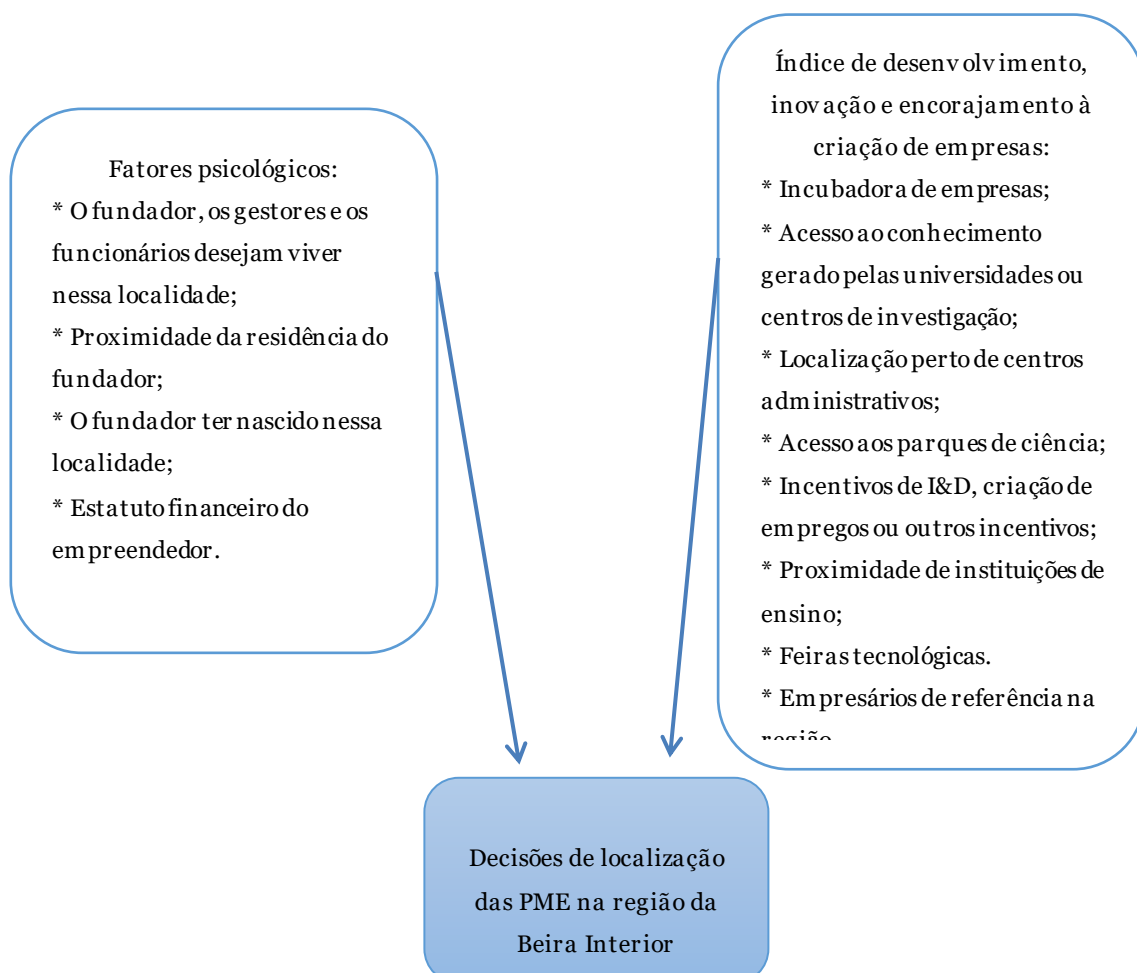
Shapiro-Wilk

	Estatística	gl	Sig.	Estatística	gl	Sig.
A1. O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade	,383	78	,000	,661	78	,000
A2. Proximidade da residência do fundador	,313	78	,000	,696	78	,000
A3. Boas condições de alojamento;	,287	78	,000	,746	78	,000
A4. Clima da região;	,231	78	,000	,872	78	,000
A5. Atitude da comunidade face aos negócios;	,323	78	,000	,721	78	,000
A6. Atividades recreativas e de lazer;	,319	78	,000	,805	78	,000
A7. O fundador ter nascido nessa localidade;	,266	78	,000	,739	78	,000
A8. Bons acessos;	,316	78	,000	,721	78	,000
A9. Estatuto financeiro do empreendedor;	,356	78	,000	,669	78	,000
A10. Distancia a que as empresas se encontram dos centros urbanos.	,293	78	,000	,811	78	,000
A11. Distancia ao mercado e a dimensão das aglomerações.	,340	78	,000	,752	78	,000
A12. Infraestruturas rodoviárias.	,361	78	,000	,722	78	,000
A13. Especialização geográfica.	,256	78	,000	,832	78	,000
A14. Qualificação do capital humano.	,276	78	,000	,719	78	,000
A15. Custos da propriedade industrial.	,313	78	,000	,698	78	,000
A16. Custos com salários.	,294	78	,000	,770	78	,000
A17. Densidade populacional.	,380	78	,000	,705	78	,000
A18. Nível de atividade económico do local onde se localiza a empresa.	,389	78	,000	,656	78	,000
A19. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.).	,274	78	,000	,852	78	,000
A20. Proximidade das matérias-primas.	,296	78	,000	,766	78	,000
A21. Proximidade dos serviços.	,311	78	,000	,755	78	,000
A22. Incubadora de empresas.	,363	78	,000	,762	78	,000
A23. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação.	,264	78	,000	,884	78	,000
A24. Localização perto de centros administrativos.	,244	78	,000	,884	78	,000
A25. Acesso aos parques de ciência.	,272	78	,000	,839	78	,000
A26. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos	,253	78	,000	,851	78	,000
A27. Proximidade de instituições de ensino	,275	78	,000	,829	78	,000
A28. Feiras tecnológicas.	,193	78	,000	,909	78	,000
A29. Empresários de referência na região.	,262	78	,000	,820	78	,000

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Os resultados do teste de Normalidade representado na tabela 25 permitem concluir que nenhuma das 29 variáveis segue a distribuição normal.

Depois da análise fatorial e de acordo com o nosso modelo conceptual empírico sugerimos o modelo empírico representado na figura 5.



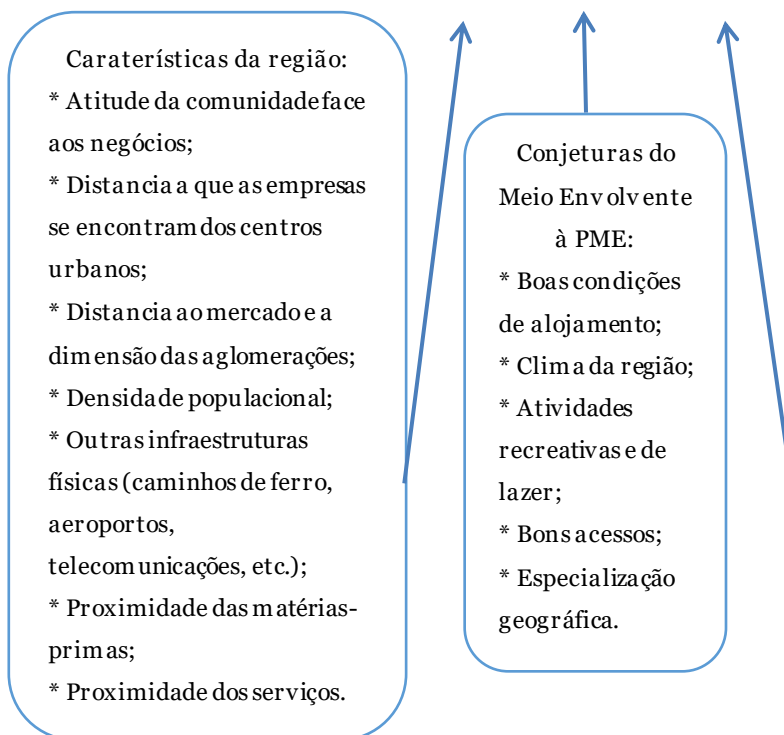


Figura 5: Modelo em pírico sugerido para a investigação

Assim, verificamos que apesar da maioria dos fatores se manter, o modelo conceptual tal como concebido por Hayter (1997), não se aplica na Beira Interior, ou seja, não surgem três dimensões, mas sim cinco dimensões. Assim, o modelo de fatores de localização dos empresários da Beira Interior segue opções como: fatores psicológicos; índice de desenvolvimento, inovação e encorajamento à criação de empresas; características da região; conjeturas do meio envolvente à PME; ampliação económica e social da região.

5.3. Fatores de localização institucionais, neoclássicos e comportamentais: verificação das hipóteses

Com o objetivo de aprofundar e analisar as diferenças em relação aos fatores de localização, recorreu-se à análise das diferentes abordagens teóricas em estudo. Para tal, os 29 fatores de localização em estudo, de acordo com as suas características, foram divididos entre as abordagens neoclássicas, institucionais e comportamentais. De forma a verificar as hipóteses da

Ampliação económica e social da região:

- * Infraestruturas rodoviárias;
- * Qualificação do capital humano;
- * Custos da propriedade industrial;
- * Custos com salários;
- * Nível de atividade económica do local onde se localiza a empresa.

dissertação foi feita a análise da média dos fatores das diferentes abordagens em estudo, de modo a verificar quais os fatores mais importantes e influentes no momento dos empreendedores implementarem as suas empresas. De salientar que a escala de medida utilizada varia entre 1 a 5, em que o nível 1 corresponde a um fator nada importante para a localização de uma empresa e o nível 5 corresponde a um fator muito importante para a localização de uma empresa.

Tabela 26: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica

	Válido	Média
F1. Distancia a que as empresas se encontram dos centros urbanos.	78	4,03
F2. Distancia ao mercado e a dimensão das aglomerações.	78	4,13
F3. Infraestruturas rodoviárias.	78	4,28
F4. Especialização geográfica.	78	3,86
F5. Qualificação do capital humano.	78	4,37
F6. Custos da propriedade industrial.	78	4,22
F7. Custos com salários.	78	4,26
F8. Densidade populacional.	78	3,99
F9. Nível de atividade económico do local onde se localiza a empresa.	78	4,01
F10. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.).	78	3,37
F11. Proximidade das matérias-primas.	78	4,06
F12. Proximidade dos serviços.	78	4,15

Através dos resultados obtidos na tabela 26 é possível concluir que a maioria dos fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica é superior a 4, o que nos quer dizer que para a grande maioria dos empresários inquiridos os fatores de localização da abordagem Neoclássica são de fato importantes para a localização de uma PME.

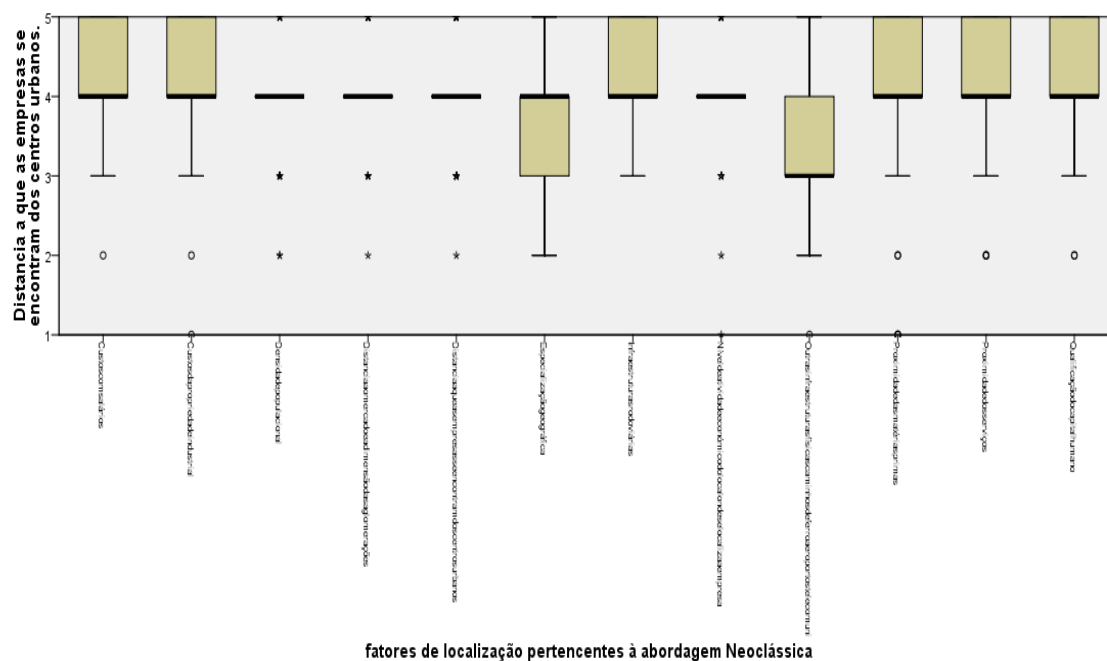


Figura 6: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica

Da análise da figura 6, verificamos que 5 dos 12 fatores de localização pertencentes à abordagem Neoclássica são de acordo com empresários inquiridos de extrema importância para a localização e implementação empresarial. Assim, e de acordo com os resultados obtidos, verifica-se e suporta-se a nossa primeira hipótese “*H1: Os fatores neoclássicos influenciam as pequenas e médias empresas, PME, a localizarem-se na região da Beira Interior*”.

Seguimos e comprovamos a mesma linha de pensamento de outros autores que defendem que o meio envolvente e as condições que uma determinada área ou região oferece a uma empresa é de fato um fator bastante importante, que favorece a implementação de atividades empreendedoras e fomenta o empreendedorismo e modernismo da região (Mariotti, 2005; Stafford, 2015; Dupas et al., 2016; Giné, et al. 2017).

Tabela 27: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Comportamental

	Válido	Média
H1. O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade	78	4,58
H2. Proximidade da residência do fundador	78	4,24

H3.Boas condições de alojamento;	78	4,23
H4.Clima da região;	78	3,47
H5.Atitude da comunidade face aos negócios;	78	4,40
H6.Atividades recreativas e de lazer;	78	3,41
H7.O fundador ter nascido nessa localidade;	78	4,21
H8.Bons acessos;	78	4,41
H9.Estatuto financeiro do empreendedor;	78	4,13

Na tabela 27, relativa à média dos fatores de localização pertencentes à abordagem comportamental, foi realizada a mesma análise da tabela 26, com o objetivo de verificar qual o valor médio que os empresários inquiridos deram a cada fator. Ao analisar os resultados obtidos é possível concluir que apenas um fator é inferior a 4, o que nos traduz que a os fatores de localização pertencentes à abordagem comportamental influenciam e muito os empresários em relação à localização de uma empresa.

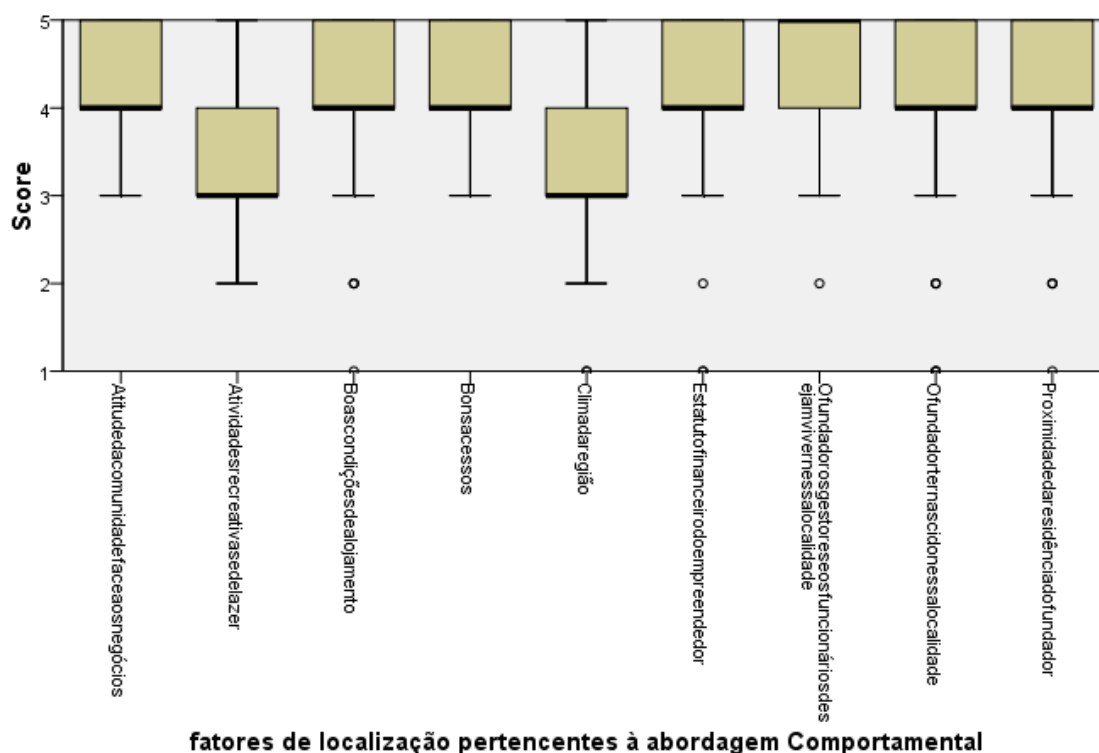


Figura 7: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Comportamental

Ao analisar a figura 7, concluímos que os fatores pertencentes à abordagem comportamental são de fato os mais importantes e influentes na decisão de localização empresarial por parte dos empreendedores. Como é visível na figura 7, 7 dos 9 fatores de localização são de extrema importância para os empresários. Assim, e de acordo com os

resultados obtidos, suporta-se a nossa segunda hipótese “H2: Os fatores comportamentais influenciam a localização das PME, na região da Beira Interior”.

Assim, tal como outros autores também nós verificámos que o processo de tomada de decisão para implementação da empresa tem como base, o local de origem da empresa e empresário, a experiência do empreendedor no setor onde se insere a sua PME ou pela situação financeira em que a empresa e/ou o empreendedor se encontram (Martins, 2010; Arauzo e Manjón, 2004; Jung e Park, 2018).

Tabela 28: Média dos fatores de localização pertencentes à abordagem Institucional

	Válido	Média
G1. Incubadora de empresas.	78	2,95
G2. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação.	78	2,99
G3. Localização perto de centros administrativos.	78	3,00
G4. Acesso aos parques de ciência.	78	2,73
G5. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos	78	3,29
G6. Proximidade de instituições de ensino	78	2,96
G7. Feiras tecnológicas.	78	3,23
G8. Empresários de referência na região.	78	3,42

A tabela 28 é relativa à média dos fatores de localização pertencentes à abordagem institucional e tal como nas tabelas 26 e 27 foram realizadas as mesmas análises. Ao analisar os resultados obtidos é possível constatar que a abordagem institucional não apresenta os mesmos resultados que as abordagens comportamentais e neoclássicas, apresentando bastantes fatores com uma média de resposta inferior a 3 e nunca ultrapassado o nível 4. Estes resultados levam-nos a concluir que os fatores pertencentes à abordagem institucional não influenciam diretamente os empresários inquiridos no momento de escolha de onde devem implementar a sua empresa.

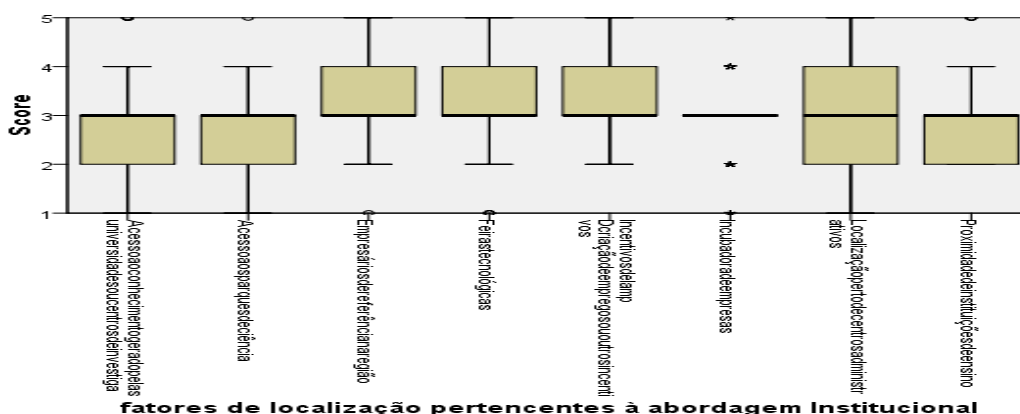


Figura 8: Diagrama de extremos e quartis para os fatores de localização pertencentes à abordagem Institucional

Da análise da figura 8, verificamos que os empresários inquiridos não deram grande importância aos fatores de localização pertencentes à abordagem Institucional, sendo que a maioria das respostas corresponde ao nível 3, um nível intermédio que nos traduz que estes fatores não pesam quanto à decisão de localização empresarial por parte dos empresários. Assim, e de acordo com os resultados obtidos, não se comprova a nossa terceira hipótese, *H3: Os fatores institucionais influenciam as pequenas e médias empresas, PME, a localizarem-se na região da Beira Interior.*

Ao não suportarmos a nossa terceira hipótese, verificamos que os empresários das PME localizadas na região da Beira Interior discordam das considerações nas conclusões de outros autores que defendem que as empresas atualmente tendem a confiar e respeitar bastante nos fatores externos, como a ciência e ensino superior, podendo mesmo ser um fator predominante para a localização e implementação de uma determinada empresa (Meyer, 2003; Elgen et al. 2004, Mariotti, 2005).

6. Conclusões e limitações

A presente dissertação é centrada em dois capítulos teóricos de extrema importância. No primeiro capítulo são abordadas a dinâmica e características das PME portuguesas em geral, assim como as suas diversas contribuições, posteriormente, no segundo capítulo abordamos as teorias de localização das empresas, nomeadamente das PME, tendo como foco as três abordagens teóricas de localização: a abordagem neoclássica, a abordagem comportamental e a abordagem institucional. A partir destes dois capítulos formulamos a nossa questão central para a nossa dissertação: *quais são as razões/motivos/fatores que levam as PME a implementarem-se em determinada região? Particularmente para as PME presentes na região da Beira Interior, quais foram os motivos que levaram os empresários a decidir implementar a sua empresa numa região no centro de Portugal?*

Tendo em conta análises estatísticas efetuadas na presente dissertação foi possível identificar quais os fatores de localização que mais influência têm na localização das PME na região da Beira Interior, os resultados obtidos foram os seguintes:

- (i) O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade;
- (ii) Atitude da comunidade face aos negócios;
- (iii) Bons acessos;
- (iv) Qualificação do Capital humano.

De acordo com o modelo conceptual elaborado para a presente dissertação, é possível verificar que dos 4 fatores mais importantes e influentes para a localização de uma PME, 3 pertencem à abordagem comportamental e apenas 1 pertence à abordagem neoclássica. Ao analisar os resultados obtidos, podemos concluir que os principais motivos que influenciam e levam os empresários a implementarem as suas empresas na região da Beira Interior são motivos de cariz pessoal, tendo em conta a sua personalidade e comportamentos. Os fatores comportamentais foram os que mais pesaram na decisão de localização, no entanto os fatores neoclássicos também tiveram um papel e influência preponderante na decisão de localização empresarial do empreendedor. Quanto aos fatores institucionais não tiveram importância ou qualquer influência na decisão de localização por parte dos empresários.

A região da Beira Interior é de fato uma região ruralizada, não se encontrando perto de grandes centros urbanos, aeroportos e do mar, no entanto através dos resultados obtidos verificamos que esse não é um fator impeditivo à criação de novas PME. Através dos dados recolhidos foi possível verificar que os empresários têm orgulho e paixão pela região da Beira Interior decidindo por isso implementar neste local a sua empresa, apesar de todas as limitações que a região apresenta.

Quando testámos o modelo conceptual proposto verificamos que na região da Beira Interior, não temos 3 fatores mas sim 5 fatores (Fatores psicológicos, índice de desenvolvimento, inovação e encorajamento à criação de empresas, características da região, ampliação económica e social da região, conjunturas do meio envolvente à PME). No entanto verificamos que os fatores psicológicos pertencentes à abordagem comportamental continuam a construir um fator autónomo, mostrando assim a influência que os fatores mencionados têm nas decisões de localização dos empresários. Quando testámos as nossas três hipóteses sobre o impacto dos fatores neoclássicos, comportamentais e institucionais verificamos que as três eram suportadas pelas nossas análises.

As limitações são algo inerente a qualquer tipo de investigação, no nosso caso estão geralmente associadas com dois aspetos: i) delimitações da investigação: é referente às próprias delimitações do estudo. O nosso estudo como é dito anteriormente incidiu sobre as pequenas e médias empresas, PME, na região da Beira Interior. A falta de bases de dados referentes às PME da região da Beira interior foi uma das nossas maiores dificuldades, pois para além da criação da nossa própria base de dados, tivemos que contactar outras entidades de análise estatística para o fornecimento de uma base de

dados com o objetivo de alargar o número de empresas contempladas. ii) recolha de dados e amostra: está relacionada com o método de recolha de informação escolhido, o questionário. Assim, foi necessário contactar as empresas através de correio eletrónico para que pudessem responder ao questionário proposto. Posteriormente a essa fase procedeu-se à recolha de respostas inquirindo presencialmente os empresários nas suas empresas, este método teve por parte dos empresários uma grande relutância para que nos recebessem e respondessem ao inquérito, o que dificultou o acesso a novas respostas. Todos os processos de recolha de informação utilizados na nossa investigação sofreram uma quebra significativa a partir do mês de março, principalmente o método de recolha de informação presencial que teve que ser interrompido devido ao surto pandémico, Covid-19, que assolou Portugal e o resto do mundo, o que levou a um número de respostas inferior ao pretendido inicialmente.

7. Sugestões para estudos futuros

Quanto a propostas para futuras linhas de investigação, propomos duas: a primeira proposta tem como fundamento a repetição deste estudo, com a introdução de uma nova variável, Marketing territorial. Deste modo, o objetivo do novo estudo, passa por perceber e analisar de que forma o Marketing territorial é importante e influente na localização de uma PME em determinada região. Desta forma, poderemos analisar e caracterizar os fatores de localização de diferentes empresas, assim como a construção de novos modelos de localização.

A segunda proposta versa sobre uma investigação futura tendo como variável principal a era da localização inteligente, “Location intelligence”, e de que forma este fator pode influenciar a localização de uma empresa. Deste modo, iniciei alguma pesquisa de carácter introdutório, onde abordo os principais aspetos relacionados com a localização inteligente. A este propósito adiantamos a importância e pertinência do conceito da era da Localização Inteligente, “*Location intelligence*”.

De acordo com Barquette (2002), a introdução e crescimento na sociedade de um novo paradigma tecnológico tem como consequência o surgimento de alterações económicas, culturais, políticas e sociais, tanto a nível global como também localmente.

O aparecimento e crescimento dos sistemas de informação geográfica criaram um novo paradigma ao meio empresarial, a localização inteligente. A localização inteligente utiliza e é baseada nas teorias clássicas sobre os fatores de localização, tendo como diferença que a teoria da localização inteligente se encontra numa posição assente no modernismo, utilizando a tecnologia como forma de apoio às decisões estratégicas para cada empresa. Atualmente as empresas, principalmente as PME, utilizam o conceito de localização como um componente fundamental na análise empresarial. A localização inteligente

permite às empresas melhorar vários aspetos, como: a compreensão do mercado em que se insere a empresa, quais são os seus clientes e potenciais clientes, análise da coocorrência, otimizar os métodos de trabalho e a implementação de estratégias que maximizem os lucros. ESRI (2013)

No ano de 2012, Wayne Gearey, desenvolveu na Universidade do Texas o primeiro curso relacionado com o tema da localização inteligente. Nesse âmbito definiu o conceito de localização inteligente como “o processo de escolha do local ideal para implementar a empresa, tendo como finalidade o sucesso no trabalho desenvolvido, alcançando os objetivos comerciais e financeiros propostos”. De acordo com o ESRI (2013), a localização de uma empresa influencia diretamente as atividades económicas de uma empresa e conseqüentemente o comportamento dos seus consumidores. De acordo com a mesma fonte a utilização da localização inteligente permite que as empresas antes de chegarem a um veredicto possam analisar a distribuição dos canais de produção, caracterizar os seus potenciais clientes, quais são as áreas geográficas com maior concentração de clientes, analisar informações demográficas, analisar potenciais locais para a expansão empresarial e a criação de novos postos de trabalho desenvolvendo economicamente e socialmente a região e país onde a empresa se pretende localizar.

Bibliografia

Adams, B. e Sykes, V. (2003). Performance measures and profitability factors of successful African-American entrepreneurs: An exploratory study, *Journal of American Academy of Business*, Vol. 2, pp. 418 – 424.

Al-Mahrouq, M. (2010). Success Factors of Small and Medium Enterprises: The Case of Jordan, *Zagreb International Review of Economics & Business*, Vol.13, No.2, pp. 89 106.

Alves, R. M.A. (2002). “Os sistemas de Informação geográfica. Compêndio de Economia Regional”. Coleção APDR. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional. Associação para o desenvolvimento Regional. pp .816-829.

Angelo, C. F. (1991). A estrutura do Mercado de transportes, a conduta e o desempenho das empresas ferroviárias brasileiras. Tese de livre-docência em Administração - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.

Arauzo, J. M. e Manjón, M. C. (2004): "Firm size and geographical aggregation: an empirical appraisal in industrial location". *Small Business Economics*, 22, 299-312.

Arauzo, J. M. e Viladecans, E. (2006): "Industrial Location at the Intra-Metropolitan Level: A Negative Binomial Approach". *Estudios de Economía Española*, 224, FEDEA.

Audretsch, D. B., Fritsch, M. (2002). Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 36(2), 113-124.

Audretsch, D. e Lehmann, E (2006): "Entrepreneurial Access and Absorption of knowledge Spillovers: Strategic Board and Managerial Composition for Competitive Advantage". *Journal of Small Business Management*, 44 (2) pp. 155-166.

Autant-Bernard, C., Mangematin, V. e Massard, N. (2006): "Creation of Biotech SMEs in France". *Small Business Economics*, 26, pp. 173-187.

Bartlett, M. S. (1951). The effect of standardization on a chi square approximation in factor analysis. *Biometrika*, 337-344. doi:10.2307/2332580

Barquette, S.A. (2002). "Fatores de localização de incubadoras e empreendimentos de alta tecnologia". *RAE - Revista de Administração de Empresas*. ERA.v.42. n.º 3.p.1

Beaver, G. (2003). Small business: success and failure, *Strategic Change*, No. 12, Maio, pp. 115-122.

Becherer, H. e Helms (2008). An exploratory investigation of entrepreneurial marketing in SMEs: The influence of the owner/operator, *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 20, No. 2, pp. 44-63.

Benzing, C., Chu, H.M. e Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems, *Journal of Small Business Management*, Vol.47, No. 1, pp. 58-91.

Birley, S. (1985): "The role of networks of cities and growth in regional urban". *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.

Carson e Gilmore (2000). SME marketing management competencies, *International Business Review*, No. 9, pp. 363-382.

Cervo, A. e Bervian, P.A. (1983), *Metodologia Científica*, 3ª Edição, Brasil.

Cervo, A. L. (1978): *Metodologia científica para uso dos estudantes*. McGraw-Hill, New York.

Chawla, S.K., Khanna, D. e Chen, J. (2010). Are small business critical success factors same in different countries, *Journal of Management*, Vol.7, No.1, pp. 1-12.

Chiles, T. H., Vulture, D. M., Gupta, V. K., Greening, D. W., e Tuggle, C. S. (2010): “The philosophical foundations of a radical Austrian approach to entrepreneurship”. *Journal of Management Inquiry*, 19 (2), pp. 138–164.

Christaller, W. (1933): *Die Zentralen Orte in Südeuschland*. Iena, Fisher, Tradução para ingles.

Comissão Europeia (1997): “Rural Developments”. CAP 2000 Working Document, V/1117/97.

Comissão Europeia (2010). European SMEs Under Pressure, Annual Report on EU SMEs 2009, Comissão Europeia.

Comissão Europeia (2019). ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2018/2019. Comissão Europeia.

Cooke, P. (2002): *Knowledge Economies – Clusters, learning and cooperative advantage*. Routledge Studies in International Business and the World Economy, London e New York.

Costa, M. T., Segarra, A. e Viladecans (2004): “The location of new firms and the life cycle of industries”. *Small Business Economics*, 22, pp. 265 – 281.

Costello, A., Osborne, J. (2005). Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most from your Analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 1-9.

Cunningham, L. (2011). SMEs as motor of growth: A review of China's SMEs development in thirty years (1978-2008), *Human Systems Management*, Vol. 30, No. 1/2, pp. 39-54.

Davidsson, P., Delmar, F., e Wiklund, J. (2006): "Entrepreneurship as growth; growth as entrepreneurship". In P. Davidsson, F. Delmar, & J. Wiklund (Eds.), *Entrepreneurship and the growth of firms* (pp. 21–38). Cheltenham: Edward Elgar Publisher.

Davcik, N. S., Cardinali, S., Sharma, P., Cedrola, E. (2020). Exploring the role of international R&D activities in the impact of technological and marketing capabilities on SMEs' performance. *Journal of Business Research*. doi:10.1016/j.jbusres.2020.04.042

Dias, D., Leitão, C. e Costa, A. M. (2004): "Como conhecer usuários através do método de explicitação do discurso subjacente". *Revista do departamento de Psicologia, PUC-Rio*.

Dinis, A. (2004): "Empresarialidade em meios rurais e periféricos – um modelo multidimensional de análise". Tese de doutoramento, Universidade da Beira Interior, Covilhã.

Dixit, A. e Pandey, A. (2011). SMEs and economic growth in India: Co integration analysis, *IUP Journal of Financial Economics*, Vol. 9, No. 2, pp. 41-59.

Dupas, P., J. Robinson e S. Saavedra (2016): "The Daily Grind: Cash Needs, Labor Supply and Self-Control," Working paper, Stanford University.

Elgen, J, Gootschalk, S. e Rammer, C. (2004): "Location decisions of Spin-Offs from public research institutions". *Industry and Innovation*, 11 (3), 207-223.

ESRI, (2013). "Intelligent Location". By Wayne Eckerson, President, BI Leadership Forum, and Director of Research, TechTarget

Felsenstein, D. (1996): "High – Technology firms and the metropolitan locational choice in Israel; A look at the determinants". *Geografiska Annaler Series B, Human Geography*, 78 (1), 43-58.

Fernandes, C. (2011): *Knowledge Intensive Business Services (KIBS) in Portugal: location and Innovative Capacities*. Tese de Doutoramento, Universidade da Beira Interior, Covilhã

- Ferreira, J., Marques, C., e Fernandes, C. (2010). “Decision-making for location of Knowledge Intensive Businesses on ICT sector: Portuguese Evidences”. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), pp. 60-82.
- Ferreira, J., Fernandes, C., Raposo, M., Thurik, R., Faria, J. (2016). Entrepreneur location decisions across industries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4): 985-1006. doi:10.1007/s11365-015-0370-7
- Ferreira, J., Fernandes, C., Raposo, M. (2017). The effects of location on innovation capacity, *Journal of the Knowledge Economy*. 8(1): 77-96
- Fink, M., Harms, R. e Kraus, S. (2008). Cooperative internationalization of SMEs: Selfcommitment as a success factor for international entrepreneurship, *European Management Journal*, Vol. 26, pp. 429-440.
- Fuentes, M., Ruiz, M., Bojica, A. e Fernandez, V. (2010): “Prior knowledge and social networks in the exploitation of entrepreneurial opportunities”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), pp. 481-501.
- Fuller-Love, N. (2009): “Formal and informal networks in small businesses in the media industry”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3), pp. 271-284.
- Galbraith, C. S. (1985): “High – Technology location and development: the case of Orange Country”. *California Management Review*, 28 (1), 98 – 109.
- Gartner, W. B. (1988): “Who is the entrepreneur? Is the wrong question”. *American Journal of Business*, 12(14), pp. 11-32.
- Gil, A. C. (1991). Métodos e técnicas de pesquisa social. (E Atlas, Ed.) (3a_ Edição). São Paulo.
- Giné, X., Martinez-Bravo, M., Vidal-Fernández, M. (2017). Are labor supply decisions consistent with neoclassical preferences? Evidence from Indian boat owners. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 142, 331-347. doi:10.1016/j.jebo.2017.07.014
- Grimes, S. (2000): “Rural areas in the information society: diminishing distance or increasing learning capacity?” *Journal of Rural Studies*, 16 (1), 13-21.
- Hayter, R. (1997): *The dynamics of industrial location: the factory, the firm and the production system*. Nova Iorque: Wiley.

- Hebert, RF. e Link, A (1989): "In search of the meaning of entrepreneurial" *Small Business Economics*, 1, pp. 39 – 49.
- Hill, J. (2001). A multidimensional study of the key determinants of effective SME marketing activity: Part 1, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 7, no. 5, pp. 171-204.
- Holl, A. (2004): "Manufacturing location and impacts of road transport infrastructure: empirical evidence from Spain". *Regional Science and Urban Economics* 34, pp. 341-363.
- Hoover, E. (1948): *The location of economic activity*. McGraw – Hill, Nova Iorque.
- IAPMEI (2008), Sobre as PME em Portugal, Direção de Planeamento e Estudos
- Ibrahim, A., and J. Goodwin. (1986). Perceived causes of success in small business. *American Journal of Small Business*, 41-50.
- Islam, A., Khan, M., Obaidullah, A. e Alam, A. (2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No.3, pp. 289-299.
- Ittner, C. e Larcker, D. (1998). Are nonfinancial measures leading indicators of financial performance? An analysis of customer satisfaction, *Journal of Accounting Research*, Vol. 36, pp. 1–35.
- Jasra, J., Khan, M., Hunjra, A., Rehman, R. e Azam, R. (2011). Determinants of business success of small and medium enterprises, *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, No. 20, pp. 274-280.
- Jung, Y., & Park, J. (2018). *An investigation of relationships among privacy concerns, affective responses, and coping behaviors in location-based services*. *International Journal of Information Management*, 43, 15–24. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.05.007
- Jutla, D., Bodorik, P. e Dhaliwal, J. (2002). Supporting the e-business readiness of small and medium-sized enterprises: Approaches and metrics, *Internet Research*, Vol. 12, No. 2, pp. 139-164.

- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 31-36.
- Kayser, B. (1990): *La Renaissance Rurale, sociologie des campagnes du monde occidental*. Edition Armand Colin, France.
- Kihlstrom, R.E. e Laffont, J. (1979): "A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion". *Journal of Political Economy*, 87 (4), 719-48.
- Kilby, P. (1971): *Hunting the heffalump: entrepreneurial an economic development*. The Free Press, New York.
- Kirchoff, B. A. e Phillips, B.D. (1988): "The effect of firm formation and growth on job creation in the United States". *Journal of Business Venturing*, 11, 133 – 149.
- Kozan, M.K., Oksoy, D. e Ozsoy, O. (2006). Growth plans of small business in Turkey: Individual and environmental influences, *Journal of Small Business Management*, Vol. 4, No. 11, pp. 114 – 129.
- Lafuente, E., Vaillant, Y., e Serarols, C., (2010). "Location decisions od knowlwdge-based entrepreneurs: Why som Catalan KISAs choose to be rural?" *Technovation* 30, pp. 590-600.
- Launhardt, W. (1882): "Die Bestimmung des zweckmaËtigsten Standorts einer gewerblichen Anlage", (*Determining the optimal location of an industrial site*), *Zeitschrift des Vereins Deutscher Ingenieure*, 26: 105-116.
- Leong, F. T. L.; Austin, J. T. (2006). *The Psychology Research Handbook*. Second Edition. Sage Publications, Thousand Oaks, California, 516.
- Lobo, C; Fernandes, C; Ferreira, J; Peris-Ortiz, M. (2018). Factors affecting SMEs' strategic decisions to approach international markets. *European Journal of International Management*. Inderscience Publisher. (online first) DOI: 10.1504/EJIM.2020.10018550
- Lösch, A. (1940): "Die Raumliche Ordnung der Witschoft", tradução para inglês *The economics of location*, Yale UP, 1954.

Luo, Y., & Tung, R. L. (2018). A general theory of springboard MNEs. *Journal of International Business Studies*, 49(2), 129–152.

Marconi, M. e Lakatos, E. M. (2003): *Fundamentos da Metodologia Científica*, Edições Sílabo, Lisboa.

Marconi, M. e Lakatos, E. M. (2011). *Metodologia Científica* (5a Edição). São Paulo: Atlas.

Mariotti, I., 2005. *Firm relocation and regional policy. A focus on Italy, the Netherlands and the United Kingdom*. 1 ed. Groningen, S.L. : S.n.

Maroco, J. (2003): *Análise Estatística com utilização do SPSS*. Segunda Edição, Edições Sílabo, Lisboa.

Martins, G. W. (2010), “Uma contribuição aos estudos de localização industrial: determinando o potencial de transporte aéreo de uma região com base no modelo de análise hierárquica coppe-cosenza. Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE.”

Mason, C.M. e Harrison, R.T. (2006). After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development, *Regional Studies*, Vol. 40, No. 1, pp. 55-73.

Marques, Teresa Sá (2004), “Portugal na Transição do Século: Retratos e dinâmicas Territoriais”, Edições Afrontamento, Santa Maria da Feira.

McClelland, D.C. (1961): *The achieving society*. Pinceton, N.J; Van Nostrand.

Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Carayannis, E. G. (2017). On the path towards open innovation: Assessing the role of knowledge management capability and environmental dynamism in SMEs. *Journal of Knowledge Management*, 21(3), 553–570.

Meyer, M. (2003): “Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-Based ventures and public support mechanisms”. *R&D Management*, 33, 107-115.

Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., e Smith, J. B. (2002). “Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research”. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 27(2), pp. 93–104.

Moreira, Daniel Augusto. (1996). *Administração da produção e operações*. 2. ed. São Paulo: Pioneira.

Muhammad, M., Char, A., Yaso, M. e Hassan, Z. (2010). Small and medium enterprises (SMEs) competing in the global business environment: A Case of Malaysia, *International Business Research*, Vol. 3, No. 1, pp. 66-75.

Nakos, G., Dimitratos, P., Elbanna, S. (2019). The mediating role of alliances in the international market orientation-performance relationship of smes. *International Business Review*. 28(3):603-612. doi:10.1016/j.ibusrev.2018.12.005

Neely, A. (1998). *Mesuring Business Performance: what, why and how*, The Economist Books, Profile Books Ltd, London, UK.

Ndiaye, N., Abdul Razak, L., Nagayev, R., & Ng, A. (2018). *Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies*. *Borsa Istanbul Review*. doi:10.1016/j.bir.2018.04.003

North, D., Smallbone, D, e Vickers, I. (2001): "Public support Policy fot innovative SME´s". *Small Business Economics*, 16, 303-317.

Nudurupati, S., Bititci, U., Kumar, V. e Chan, F. (2011). State of the art literature review on performance measurement, *Computers & Industrial Engineering*, Vol. 60, pp. 279-290.

OCDE (1996): *Territorial Indicators of Emploement Focusing on Rural Development*. OECD, Paris.

OCDE (2006): "The New Rural Paradigm, Policy and Governance". Working Paer on Territorial Policy in Rural Areas, OECD, Paris.

OCDE (2007): *Rural Policy Review: Mexico*. Paris: OCDE.

O'Dwyer, M., Gilmore, A. e Carson, D. (2009). Innovative marketing in SMEs, *European Journal of Marketing*, Vol. 43, No. 1/2, pp. 46-61.

Ouwensloot, H. e Rietveld, P. (2000): "The geography of R&D: tobit analysis and a Bayesian approach to mapping R&D activities in the Netherlands". *Environment and Planning*, 32, 1673 – 1688.

Parker, S.C. (2004): *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. Cambridge University Press.

Pestana, M. e Gageiro, J. (2000): *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*, Segunda Edição, Edições Sílabo, Lisboa.

Popper, K. (1975). *Conhecimento objetivo: uma abordagem evolucionária*. São Paulo: Universidade de São Paulo.

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*, Free Press, 2a Edicao, New York and London.

Raymond, L., Bergeron, F. e Rivard, S. (1998). Determinants of Business Process Reengineering Success in Small and Large Enterprises: An Empirical Study in the Canadian Context, *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, No. 1, pp. 72-85.

Rego, M. C. (2003): “Análise de alguns impactos regionais da Universidade de Évora no meio envolvente”, *Nova Economia e desenvolvimento regional*, 2, 1019 – 1027.

Rose, R.C., Kumar, N. e Yen, L.L. (2006). The dynamics of entrepreneurs success factors in influencing venture growth, *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Vol. 2, No. 3.

Rossel, J e Viladomin, L. (2001): “Empresariado y Politicas de Apoyo a las Empresas en una Zona Rural com Tradicion Industrial”. Artigo apresentado no 73º seminário EAAE. Saragoça, Espanha.

Santoro, G., Ferraris, A., Giacosa, E., & Giovando, G. (2018). How SMEs engage in open innovation: A survey. *Journal of Knowledge Economics*, 9, 561–574.

Shaikh, F. e Pahore, N. (2010). Performance review of export potential of Pakistani SMEs compared with developing countries, *Journal of Business Strategies*, Vol. 4, No. 2, pp. 10-15.

Samujh, R. H. (2011), “Micro-businesses need support: survival precedes sustainability”, *Corporate Governance*, V.11, N^o. 1, pp.15 – 28.

Santos, H. (2009). “Em busca do território perdido: conhecimento, aprendizagem e inovação”. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. P.289.

Schindehutte, M. e Morris, M. H. (2009): “Advancing strategic entrepreneurship research: the role of complexity science in shifting the paradigm”. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(1), pp. 241–276.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.

Silva, J. (2005): “Acessibilidade, Competitividade e Desenvolvimento Económico e Social do Concelho da Covilhã”, Série de Estudos Económicos, Universidade da Beira Interior.

Singh, R., Garg, S. e Deshmukh, S. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: A review, *Benchmarking*, Vol. 15, No. 5, pp. 525-547.

Smallbone, D., North, D., Baldok, R. e Ekanem, I. (2002): “Encouraging and supporting enterprise in rural areas”. Report to Small Business Service. Centre for Enterprise and Economic Development Research, Middlesex University Business Scholl, Inglaterra.

Smith, D. M., 1981. *Industrial Location: an economic geographical analysis*. 2 ed. New York, John Wiley.

Stafford, T. (2015): “What Do Fishermen Tell Us That Taxi Drivers Don’t? An Empirical Investigation of Labor Supply,” *Journal of Labor Economics*, 33, 683–710.

Storey, D. J. (1994): ”Employment”. In Storey, D. J. *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, Londres, Cap 6, 160-203.

Storey, D. J. (2000). Six Steps to Heaven: evaluating the impact of public policies to support small businesses in developed economies, in Landstrom, H. e Sexton, D.L. (eds.), *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwells, Oxford, pp. 176-194.

Sun, A., Yazdani, A. e Overend, J. (2005) Achievement assessment for enterprise resource planning (ERP) system implementations based on critical success factors (CSFS), *International Journal of Production Economics*, pp. 189-203.

Tahir, P., Mohamad, M. e Hasan, D. (2011). A short review of factors leading to success of small medium enterprises, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 2, No.11, pp. 519-529.

Tentime, T. e Pansiri, J. (2006). Perceived managerial problems in SMEs: evidence from Botswana, *Development and Learning in Organizations*, Vol. 20, No. 5, pp.15-17.

Thurik, A. R., e Wennekers, A. (2004): “Entrepreneurship, small business and economic growth.” *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), pp. 140–149.

Herbert Simon, *Theories of decision making in economics and behavioral science*, (1959).

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva, Lisboa, 5^a Edição.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. 276p. Gradiva, Lisboa, Portugal. ISBN, 978-9726622758.

Van Praag, M.C., e Versloot, P.H. (2007): “What is the value of entrepreneurship? A review of recente research”. *Small Business Economics*, 29, pp. 351-382.

Van Stel, A. J. (2006): *Empirical analysis of entrepreneurship and economic growth*. International studies in entrepreneurship series, vol. 13. New York: Springer Science.

Veciana, J. M., e Urbano, D. (2008): “The institutional approach to entrepreneurship research. Introduction.” *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), pp. 365–379.

Vega, R. (2009). How to increase the use of marketing strategies in small and médium enterprises (SMEs) in Colombia: A proposal based on national and international studies”, International Council for Small Business (ICSB). World Conference Proceedings, pp. 1-11.

Vergara, S. C. (2000). *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.

Von Thünen (1826): “Der isolierte staat in beziehungauf landwirtschaft und national ö konomie”, traduzido para ingles por C. M. Wartenberg como “*Von Thünen ´s isolated state*”. Pergamon Press, Oxford, 1966.

Walsh, M. e Lipinski, J. (2009). “The role of the marketing function in small and medium sized enterprises”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 16, N. 4, pp.569-585.

Weber (1909): “Über den standort der industrien”. Traduzido para ingles por C. J. Friedrich como *Theory of the location of industry*. University of Chicago Press, Chicago, 1928.

Welter, F., e Lasch, F. (2008): “Entrepreneurship research in Europe: taking stock and looking forward.” *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 32(2), pp. 241–248.

Westman, L., McKenzie, J., & Burch, S. L. (2020). *Political participation of businesses: A framework to understand contributions of SMEs to urban sustainability politics. Earth System Governance*, 100044. doi:10.1016/j.esg.2020.100044

Wijewardena, H. e Cooray, S. (1996) “Factors contributing to the growth of small manufacturing firms: perceptions on Japanese owner/managers”. *Journal of Enterprising Culture*, 4 (4), pp. 351-361.

Wu, B., & Deng, P. (2020). *Internationalization of SMEs from emerging markets: An institutional escape perspective. Journal of Business Research*, 108, 337–350. doi:10.1016/j.jbusres.2019.10.037

Yusuf, A. (1995). “Critical success factors for small business: perceptions of South Pacific entrepreneurs”, *Journal of small Business Management*, Vol. 33, No. 2, pp. 68-73.

Anexos

Projeto de Investigação: Fatores de localização das PME's: o caso da Beira Interior

Exmo. Sr. (a):

O meu nome é Bernardo Henriques Santarém, sou aluno do Mestrado em Marketing, no Departamento de Gestão e Economia na Universidade da Beira Interior, e neste momento estou a desenvolver a minha investigação sobre quais são os Fatores de localização das PME, na região da Beira Interior.

Venho por este meio pedir a vossa ajuda e colaboração para que esta investigação possa contribuir para o benefício e desenvolvimento da região da Beira Interior e zona centro de Portugal.

Assim, vimos pedir-lhe que retire um pouco do seu tempo útil para preencher o questionário que envio em anexo, salientando desde já que os dados por vós preenchidos serão completamente confidenciais e servirão apenas para fins académicos.

Agradeço desde já a vossa compreensão, colaboração e ajuda na realização deste projeto, sem a qual a sua concretização será muito difícil.

Se necessitar de esclarecer alguma dúvida ou qualquer outro assunto, queira contactar:

Bernardo Santarém

Telemóvel: 968278208

Correio eletrónico: bernardosantarem12@gmail.pt

I. Dados Pessoais E Gerais

1. Perfil do empresário

PERFIL	EMPRESÁRIO
1.1 Cargo	
1.2 Quando começou a fazer parte da empresa? (caso não seja o primeiro proprietário)	
1.3 Morada da empresa	
1.4 Página na Internet	
1.5 CAE	
1.6 Data de nascimento / idade (do empresário)	
1.7 Habilitações académicas (1=ensino básico, 2=ensino secundário, 3= Escola de Formação profissional, 4= licenciatura, 5= mestrado, 6= Doutoramento)	
1.8 Formação técnica (física, eletrónica, mecânica, engenharia,...) (0= não; 1= sim)	
1.9 SEXO (F=feminino; M=masculino)	
1.10 Nasceu nesta localidade? (0= não; 1= sim)	
1.11 Cresceu nesta localidade? (0= não; 1= sim)	
1.12 Quantas empresas criou antes desta? (numero de empresas)	
1.13 Tinha alguma experiência anterior nesta área de negócio? (numero de anos)	
1.14 Existe mais algum empreendedor na sua família ou na sua rede de amigos próximos? (0= não; 1= sim)	
1.15 Qual a relação deles consigo? (1= pai/mãe, 2= avô/avó, 3= irmão/irmã, 4= filho/filha, 5= primos, 6= amigos, 7= outros)	
1.16 Qual era a sua atividade antes de entrar nesta organização? (1= tinha outros negócios, 2= diretor de outra empresa do mesmo sector, 3= diretor de outra empresa de sector diferente, 4= trabalhador de uma empresa do mesmo sector, 5= trabalhador de uma empresa de um sector diferente, 6= desempregado, 7= outro)	

2. O capital da empresa é controlado por outra empresa? (aproximado)

2.1 Não	
2.2. Sim: até ao montante de 25%	
2.3. Sim: de 25% a 50%	
2.4: Sim: mais de 50%	

3. No último exercício económico qual foi o volume de negócios

3.1. Menos de 50.000€	
3.2. De 50.000€ a 100.000€	
3.3. De 100.000 a 200.000€	
3.4. De 200.000€ a 300.000€	
3.5. De 300.000€ a 400.000€	
3.6. De 400.000€ a 500.000€	
3.7. Mais de 500.000€	

4. Número de funcionários ao serviço

	2019
4.1. Número total	
4.2. Número de trabalhadores com curso universitário	
4.3. Número de trabalhadores com ensino Secundário	
4.4. Número de trabalhadores com ensino Básico	

5. Indique, dos fatores seguintes, quais os que influenciaram na sua decisão de localizar aqui a sua empresa:

Fatores	Grau de importância: 1= nada importante; 5=muito importante				
	1	2	3	4	5
5.1. O fundador, os gestores e os funcionários desejam viver nessa localidade					
5.2. Proximidade da residência do fundador					
5.3. Boas condições de alojamento;					
5.4. Clima da região;					
5.5. Atitude da comunidade face aos negócios;					
5.6. Atividades recreativas e de lazer;					
5.7. O fundador ter nascido nessa localidade;					
5.8. Bons acessos;					
5.9. Estatuto financeiro do empreendedor;					
5.10. Distância a que as empresas se encontram dos centros urbanos.					
5.11. Distância ao mercado e a dimensão das aglomerações.					
5.12. Infraestruturas rodoviárias.					
5.13. Especialização geográfica.					
5.14. Qualificação do capital humano.					
5.15. Custos da propriedade industrial.					
5.16. Custos com salários.					
5.17. Densidade populacional.					
5.18. Nível de atividade económica do local onde se localiza a empresa.					
5.19. Outras infraestruturas físicas (caminhos de ferro, aeroportos, telecomunicações, etc.).					
5.20. Proximidade das matérias-primas.					
5.21. Proximidade dos serviços.					
5.22. Incubadora de empresas.					
5.23. Acesso ao conhecimento gerado pelas universidades ou centros de investigação.					
5.24. Localização perto de centros administrativos.					
5.25. Acesso aos parques de ciência.					
5.26. Incentivos de I&D, criação de empregos ou outros incentivos.					
5.27. Proximidade de instituições de ensino.					
5.28. Feiras tecnológicas.					
5.29. Empresários de referência na região.					

6. Quais as vantagens de localização neste local?

Vantagens	Grau de importância: 1= nada importante; 5=muito importante				
	1	2	3	4	5
6.1. Qualidade de vida					
6.2. Terrenos/ edifícios/custos de armazenagem					
6.3. Custos de fornecimentos / custo de matérias-primas/custo de serviços					
6.4. Custo da mão-de-obra (salários)					
6.5. Disponibilidade de mão-de-obra qualificada e especializada					
6.6. Disponibilidade de mão-de-obra não-qualificada e não-especializada					
6.7. Disponibilidade de terrenos/edifícios/armazéns					
6.8. Disponibilidade de fornecimentos/ matérias-primas/ serviços					
6.9. Posição natural /meio envolvente					

7. Quais as desvantagens da escolha deste local?

Desvantagens	Grau de importância: 1= nada importante; 5=muito importante				
	1	2	3	4	5
7.1. Isolamento					
7.2. Infraestruturas rodoviárias inadequadas					
7.3. Fornecimentos/matérias-primas/serviços inadequados					
7.4. Falta de mão-de-obra qualificada e especializada					
7.5. Falta de mão-de-obra não-qualificada e não-especializada					
7.6. Dificuldade de acesso a infraestruturas de telecomunicações					
7.7. Elevados custos de mão-de-obra (salários)					
7.8. Falta de terrenos/ edifícios/armazéns					
7.9. Falta de procura					

8. Qual a influência dos fatores regionais (onde se localiza a empresa) sobre a sua intenção de localização

Fatores	Grau de importância: 1= nada importante; 5=muito importante				
	1	2	3	4	5
8.1. Capital/acesso a capital de risco					
8.2. Mão-de-obra local					
8.3. Investigação					
8.4. Consultores					
8.5. Apoio pública ao desenvolvimento Económico e tecnológico					
8.6. Clima de inovação					
8.7. Clientes					
8.8. Fornecedores/empresas de serviços					
8.9. Infraestruturas de transporte					