

- **“Competition effect on innovation and productivity - The Portuguese case” - Anabela Santos, Michele Cincera, Paulo Neto e Maria Manuel Serrano**

O artigo tem como objetivo analisar o efeito da concorrência na inovação e na produtividade, em Portugal no período de 2007 a 2015. A análise incidiu sobre uma amostra de 654 empresas, da indústria transformadora, construção, comércio e serviços, construída a partir das bases de dados AMADEUS, Sistema de Informação do Sistema de Incentivos do QREN e do Portal das Finanças. O nível de concorrência foi estimado com base no índice de rentabilidade médio sectorial. O grau de inovação foi medido pelo número de pedidos de registo de patentes e a produtividade pelos indicadores produtividade do trabalho (valor acrescentado por trabalhador) e produtividade total dos fatores (quantidade de produto obtido com os fatores capital físico e humano).

Para a realização do estudo convocaram-se duas abordagens metodológicas: i) um modelo não linear para os dados de painel, aplicado ao número de pedidos de registo de patentes e ii) um modelo linear de efeitos fixos para estudar a produtividade.

Os resultados revelam que o nível de concorrência tem um efeito não linear sobre a inovação, isto é, as empresas só reagem, por via da inovação, quando sujeitas a níveis de concorrência elevados. Sobre o efeito da concorrência na produtividade, identificou-se um efeito positivo na produtividade total dos fatores, associado ao progresso tecnológico, e um efeito negativo na produtividade do trabalho, que parece resultar de uma certa ineficiência no processo de adaptação da empresa à produção de novos produtos.

- **“Measuring the Benefits and Costs of Intermediation in Vertical Relations” - Javier D. Donna, Pedro Pereira, Tiago Pires e Andre Trindade**

O artigo desenvolve um modelo econométrico para estudar indústrias com relações verticais. O modelo inclui escolhas dos consumidores e das firmas.

Os autores aplicam a metodologia à indústria de publicidade *outdoor* em Portugal. O modelo é estimado com dados do setor o que permite quantificar o valor criado pelos intermediários (empresas de publicidade) nessa indústria. Os autores encontram evidência empírica de que os consumidores finais beneficiam com a presença desses intermediários de três formas distintas: (i) conseguem negociar melhores preços com os produtores; (ii) facilitam o processo de encontrar o produto específico que desejam; (iii) fornecem serviços adicionais de venda.

O modelo pode ainda ser usado para simular o impacto de fusões verticais no referido setor.

- **“Of Course Collusion Should be Prosecuted. But Maybe... Or (The case for international antitrust agreements)” - Filomena Garcia, Jose Manuel Paz y Miño e Gustavo Torrens**

Neste artigo, os autores estudam os incentivos das Autoridades da Concorrência para processar práticas de conluio por parte de empresas domésticas e estrangeiras num modelo em que duas empresas operam em dois mercados, o nacional e o internacional. Em equilíbrio, o país de origem das empresas pode preferir adiar o processo de forma a proteger os lucros nacionais obtidos no mercado estrangeiro.

Este adiamento estratégico é valioso pois limita a transmissão de informação à Autoridade da Concorrência do país estrangeiro sobre potencial conluio das empresas nacionais. No entanto, o adiamento dos processos de conluio não é ótimo do ponto de vista do bem-estar global. Este é um problema que se pode resolver através da integração das Autoridades da Concorrência.

Os autores mostram ainda que com múltiplas indústrias, todos os países podem melhorar o seu bem-estar através da integração.

- **“Product market competition and gender discrimination” - Dudley Cooke, Ana P. Fernandes, Priscila Ferreira**

A discriminação de género tem estado no centro de debates internacionais. Vários estudos documentam que mulheres com as mesmas qualificações, nível de escolarização, ocupação e experiência ganham menos que os homens e são menos propensas a participar do mercado de trabalho.

Como a discriminação de género gera ineficiências que contribuem para reduzir o produto dos países, é importante identificar políticas que possam reduzir a discriminação. A teoria clássica de discriminação no mercado de trabalho (Becker, 1957) sugere que a discriminação envolve custos para as empresas, e prevê que um aumento na concorrência nos mercados contribui para a reduzir. Este *paper* investiga empiricamente o papel que aumentos na concorrência podem ter na redução da discriminação de género.

Para identificar aumentos na concorrência, os autores usam a iniciativa “Empresa na Hora [EnH]” – uma reforma administrativa que simplificou o processo de registo de novas empresas, resultando num aumento na criação de empresas e na concorrência. Para estimar a relação entre concorrência e discriminação usam o facto da reforma ter sido introduzida em diferentes municípios ao longo do tempo, e dados sobre os trabalhadores e empresas.

Os resultados sugerem que o acréscimo de concorrência resultante da iniciativa EnH reduziu as diferenças salariais entre homens e mulheres para os trabalhadores em quadros médios e com qualificações elevadas e médias. A reforma também contribuiu para aumentar a proporção de mulheres em cargos de gestão. Este *paper* sugere que medidas para facilitar a entrada de empresas podem contribuir para reduzir a discriminação de género.