



Boletim UENP EXPLICA: O desafio da inovação nas Ciências Econômicas

Ciência e Cultura para todos

Volume 2/Nº11

(31 de agosto de 2021)

ISSN 2675-3235

ENTENDENDO INOVAÇÃO E CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Inovação: conceito e importância

por Dra. Érica Patente Nascimento (UENP)

Compreender o termo inovação é compreender o processo evolutivo do próprio sistema capitalista. Autores clássicos das Ciências Econômicas, como Adam Smith, em 1776, Karl Marx, em 1867 e Joseph Schumpeter, em 1911, debruçados sobre questões da economia, identificaram o avanço tecnológico como sua principal força motriz. Trabalhos mais contemporâneos, especialmente aqueles baseados na literatura de Organização Industrial, na busca por identificar os mecanismos de desenvolvimento dos países de industrialização recente, tais como China e Coreia do Sul, corroboram a ideia de que a economia é uma guerra permanente por inovação. A inovação é elemento-chave da competitividade. Por isso, toda grande empresa mantém seu laboratório de Pesquisa e Desenvolvimento e todo país

industrialmente desenvolvido só alcançou esse patamar com políticas públicas estruturadas de estímulo à inovação.

O conceito clássico de inovação encontrado nos livros-textos é justamente aquele definido por Schumpeter e nele se destacam cinco tipos de inovação: introdução de um novo produto no mercado; introdução de um novo processo de produção; abertura de um novo mercado; conquista de uma nova fonte de matéria-prima ou descoberta de um novo uso para uma matéria-prima; aparecimento de uma nova estrutura de organização. Seja qual for o tipo de inovação, ela raramente acontece por acaso. Geralmente exige muito investimento, tempo e a assunção de riscos, dado que o retorno nunca é garantido. E o Brasil nesse quesito?

Se avaliarmos o Brasil pelos mesmos indicadores utilizados para avaliar os países na vanguarda da inovação (investimentos em P&D e quantidade de patentes), o nosso desempenho deixa muito a desejar, sobretudo num panorama de franca desindustrialização. Esse fato é especialmente sensível no cenário da pandemia do novo coronavírus, em que nos vimos dependentes da importação, desde produtos descartáveis, como máscaras, até respiradores e insumos para a produção de vacinas.



A ESPECIALISTA RESPONDE



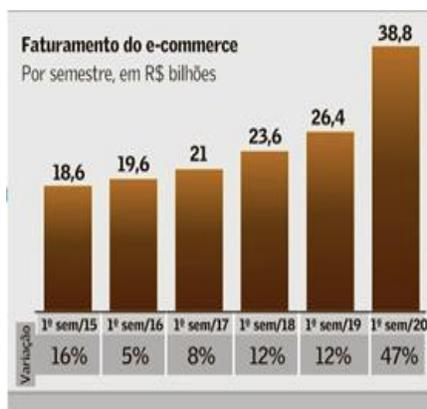
Dr. Paulo Brene (UENP)

Qual a importância da inovação para a economia?

Para responder a essa pergunta, devemos lembrar que, falar de economia é discutir como produzimos, distribuimos e consumimos bens e serviços. Nesse sentido, é preciso perceber a importância da tecnologia na pandemia, a exemplo do e-commerce (compras online) e mesmo no setor de ensino (cursos remotos – EaD). No entanto, vale ressaltar que nenhuma dessas tecnologias é nova no Brasil: o e-commerce e o EaD datam dos anos 90. Assim, o isolamento gerou uma urgência no que diz respeito à implementação dessas tecnologias e evidenciou, em certo sentido, o atraso do país. Desta forma, a ideia de inovação pós-pandemia deveria estar ligada ao avanço do processo de inclusão digital de pessoas e empresas e à necessidade de políticas públicas de estímulo e utilização das inovações.

PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES

INOV@+

<https://sites.google.com/uenp.edu.br/inovamais>


Fonte: Estudo Webshoppers, 42ª edição, Ebit/Nielsen

CONHECENDO MAIS...

O “Lado B” da pandemia

por Dr. Marcela Albuquerque (UENP)

Segundo a Ebit/Nielsen, as vendas online no Brasil apresentaram a maior alta em 20 anos: 47%, para R\$ 38,8 bilhões, nos primeiros seis meses de 2020, em relação ao mesmo período de 2019. Estima-se que ao menos 155 milhões de brasileiros já compraram produtos ou contrataram serviços por meios digitais. A cada 10 atividades, 4 adotaram algum tipo de inovação durante a crise sanitária, especialmente nas áreas de Educação, Esportes, Alimentação e Moda. Também houve a criação de novos nichos de mercado, entre eles empresas de produção de máscaras de tecido, higienização e esterilização de ambientes e de suportes para álcool em gel.

Outra inovação oriunda da pandemia é revelada por meio de um estudo realizado pela *Americas Market Intelligence* com a Mastercard, do qual somos informados de que o número de

brasileiros que não possuem conta em bancos e *fintechs* diminuiu 73%, entre junho e agosto de 2020. Ilustra o aumento da inclusão bancária, o fato de que, pagamentos por aproximação e em tempo real, passaram a fazer parte do cotidiano da população. A relação dos brasileiros com suas finanças pessoais e o planejamento de longo prazo também mudaram com a pandemia, despertando maiores reflexões sobre a necessidade em formar alguma poupança, reservas para o futuro.

Sem dúvida, a pandemia configurou um novo caráter nas relações comerciais, de criação de novos negócios, adaptações aos já existentes e de pagamentos com maior inclusão bancária. É importante considerar o quão essencial é o papel das políticas públicas no que concerne à minimização dos impactos da crise gerada pela Covid-19 com destaque para os substratos mais pobres. Tais políticas devem, obrigatoriamente, visar à oferta das condições elementares e à subsistência de forma digna e justa socialmente.



editora uenp

atendimento.editora@uenp.edu.br

Corpo Editorial: Anney T. Giordani;
Diná T. Brito; Priscila A. B. F. Pires;
Raquel Gamero e Thiago A. Valente.