

Ensayo sobre los conceptos de destrucción creativa e innovación de Joseph Schumpeter.

Nombre del estudiante.

Noviembre, 2021.

Nombre de la universidad.

Nombre de la facultad.

Nombre de la asignatura.

Los conceptos de destrucción creativa e innovación de Joseph Schumpeter

La destrucción creativa en economía es un concepto ideado por el sociólogo alemán Werner Sombart y popularizado por el economista austriaco Joseph Schumpeter en su libro “Capitalismo, socialismo y democracia” (1942). Con él, describe el proceso de innovación que tiene lugar en una economía de mercado en el que los nuevos productos destruyen viejas empresas y modelos de negocio.

Para Schumpeter, las innovaciones de los emprendedores son la fuerza que hay detrás de un crecimiento económico sostenido a largo plazo, pese a que puedan destruir en el camino el valor de compañías bien establecidas. La innovación aporta novedad que produce mejora, requiere intencionalidad y planificación, ha de ser duradera, tener un alto índice de utilización y estar relacionada con mejoras sustanciales, esto establecerá la diferencia entre simples novedades (cambios superficiales) y la auténtica innovación. A principios de siglo XX, Joseph Schumpeter reconoció al emprendedor como centro del sistema económico, la “ganancia proviene del cambio” y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter, la innovación era la razón de ser del emprendedor.

Schumpeter (1912) desarrolló el concepto de “destrucción creativa” para describir la capacidad transformadora del empresario: un individuo “capaz de sistematizar ideas e implementarlas” tiene que poseer la destreza de ver al mundo con ojos diferentes, ser capaz de poder transformar ideas en negocios sobrepasando las dificultades de los cambios y saber tolerar las presiones inherentes a los paradigmas vigentes en su contexto socioeconómico y tecnológico. Es el emprendedor quien se encarga de reestructurar constantemente la empresa con el fin de, por una parte, lograr un mejor rendimiento de la misma en el mercado y, por la otra, poder hacer frente a la competencia y mantener el liderazgo en la industria.

El proceso de innovación en los mercados de bienes y servicios coincide con la puesta en marcha de la innovación financiera, lo que es en sí mismo un proceso sumamente arriesgado pero un proceso necesario para la innovación. Sin innovación financiera, no hay emprendimientos innovadores, y por ende no hay creación de riqueza y empleo. De esta forma,

Schumpeter atribuye a los bancos, y la creación secundaria de dinero, un papel fundamental en el capitalismo.

Finalmente, se puede decir que el modelo de destrucción creativa genera una fusión de procesos de decisiones estratégicas dentro de la organización. Por una parte, abre la posibilidad de nuevos negocios encontrando nichos de mercados más rentables mientras que, por la otra, desplaza a productos dentro del mismo mercado. Las empresas que más se adapten al dinamismo del mercado podrán innovar y sostenerse en el tiempo.

Bibliografía

Montoya, C. (2012). *Destrucción creativa*. Revista Ciencias Estratégicas, 20(28), pp. 213-216.
Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151326917001.pdf>

Montoya, O. (2004). *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico*. Scientia et Technica
Año X, 25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4842897.pdf>

Morro, J. (2019). *La destrucción creadora de Schumpeter*. Barcelona, España: Universitat
Pompeu Fabra. Recuperado de
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/667521/tjmd.pdf>

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona, España: Orbis.