

Innovación empresarial y desarrollo económico: De la destrucción creativa al big bang social coordinado

Carmen González Marsal*

Universidad Complutense de Madrid

gmarsalcarmen@yahoo.es

Resumen

El presente artículo parte de la distinción de Schumpeter entre innovación e invención en función de sus consecuencias económicas y analiza su conocido concepto de destrucción creativa provocada por la innovación empresarial. A continuación, se centra en el decisivo efecto de armonización social del ejercicio de la empresariedad, sugiriendo la superación del concepto schumpeteriano a través de la idea de la creatividad coordinadora. De esta forma, se comprende que la innovación empresarial en vez de conducir a la autodestrucción del capitalismo, hace posible el desarrollo económico y social de manera ilimitada, proceso que ha sido denominado *big bang* social coordinado.

Palabras Clave: Schumpeter, innovación, empresariedad, desarrollo económico, eficiencia dinámica.

Keywords: Schumpeter, innovation, entrepreneurship, economic development, dynamic efficiency.

Código JEL: L20, O32.

Recibido 20/4/2015 Aceptado : 19/6/2015

I. Innovación e invención

Schumpeter diferencia claramente los conceptos de invención e innovación, basándose en sus consecuencias económicas. Mientras que la invención consiste en crear algo nuevo, en la innovación se trata tanto de crear algo nuevo, como de modificar lo ya existente, con la

*. Máster en Economía de la Escuela Austríaca (Universidad Rey Juan Carlos), Diploma de Estudios Avanzados y Licenciada en Derecho (Universidad Complutense de Madrid).

singularidad de que esta nueva obra o cambio se introduce en el mercado y por ello tiene consecuencias económicas. Esta “nueva combinación” –en términos schumpeterianos– comprende la creación de un nuevo bien, las modificaciones o nuevas aplicaciones de bienes existentes, el descubrimiento de un nuevo método de producción, la creación de una nueva organización industrial, la apertura de un nuevo mercado (Schumpeter, 1934, pp. 65-66).

II. De la destrucción creativa a la creatividad coordinadora

El proceso innovador es impulsado –según Schumpeter– por el empresario, él es el auténtico protagonista del capitalismo porque es quien introduce nuevas combinaciones en el sistema económico. El empresario schumpeteriano es innovador, emprendedor, creativo, dinámico, voluntarioso, enérgico y forma parte de esa minoría de la sociedad dotada de una inteligencia especialmente aguda y una fantasía siempre activa capaz de descubrir, desarrollar y aplicar nuevas combinaciones en el proceso productivo. De este modo, el empresario no se mantiene estático, sino que su función es profundamente activa, al innovar crea lo nuevo y destruye lo antiguo (Schumpeter, 1912, pp. 143, 147, 157).

La actividad innovadora para Schumpeter es espontánea, discontinua y cíclica. Irrumpe en una situación previa de equilibrio económico que desestabiliza, proporcionando una etapa de crecimiento y prosperidad económica, que al cabo de más o

menos tiempo desemboca en una recesión en la que se corrigen los excesos de la sobreinversión y la expansión crediticia, para alcanzar un nuevo estado de equilibrio hasta que la innovación vuelva a provocar un nuevo desequilibrio, seguido de un período de prosperidad y otro de recesión, y así sucesivamente. Los ciclos económicos tienen lugar entre dos situaciones de equilibrio, siendo destruida la inicialmente existente por el desarrollo económico fruto del proceso innovador emprendido por los empresarios (Schumpeter, 1939, p. 138; 1934, p. 64).

Como se observa, este “proceso de mutación industrial” –en palabras de Schumpeter–, implica que el desarrollo de nuevas combinaciones constituye no sólo una tarea creativa, sino que a la vez e inseparablemente conlleva una actividad destructiva. La innovación es entendida entonces como “destrucción creadora”, los empresarios al innovar y actuar posibilitando el desarrollo económico, están destruyendo simultáneamente algo existente, ya sean bienes, empresas, métodos de producción u organizaciones industriales (Schumpeter, 1952, p. 121).

Con este planteamiento Schumpeter se centra en el aspecto destructivo de la función empresarial, pero –como señala Huerta de Soto (2004, pp. 35-36)– ignora su decisiva faceta coordinadora. La creatividad empresarial no sólo destruye lo antiguo, sino que principalmente coordina la actuación de los sujetos que participan en el mercado, pues emplea los recursos de la mejor forma que el empresario es capaz de imaginarse para satisfacer las necesidades de los demás, ya sean otros empresarios o los consumidores finales de los bienes. Tan pronto como existe un desajuste social, nos encontramos ante una oportunidad de ganancia que será aprovechada por el empresario que la perciba y actúe para dar una respuesta a esa necesidad aún no satisfecha¹, beneficiándose así tanto las personas que carecían de ese bien o servicio y ahora pueden disfrutarlo, como el propio emprendedor que ha movilizadado su innata capacidad creativa en este proceso de coordinación social.²

1. Huerta de Soto (2000, p. 34) define la función empresarial como «descubrir y apreciar (prehando) las oportunidades de alcanzar algún fin o, si se prefiere, de lograr alguna ganancia o beneficio, que se presentan en el entorno, actuando en consecuencia para aprovecharlas».

2. «Todo acto empresarial descubre, coordina y elimina desajustes sociales» (Huerta de Soto, 2010, p. 78; 2000, p. 46).

Es por esto que al analizar la innovación en el marco del desarrollo económico, debemos ir más allá del concepto schumpeteriano de destrucción creativa, para considerar el proceso innovador en toda su amplitud, prestando especial atención a sus efectos armonizadores de los comportamientos de quienes intervienen en el mercado.³ La conceptualización de la innovación empresarial basada en la destrucción ha sido ya superada por la idea que podríamos denominar de la “creatividad coordinadora”.

Si bien es cierto que el proceso de innovación empresarial por su carácter coordinador tiende hacia un equilibrio, en realidad nunca llega a él, porque al mismo tiempo que coordina las actuaciones individuales, crea y transmite nueva información, la cual provoca un cambio en la estimación subjetiva de los demás acerca de los fines y medios que quieren perseguir, apareciendo así continuamente nuevos desajustes (Huerta de Soto, 2004, p. 35).

Desde esta perspectiva, la economía no ha estado ni puede estar nunca en una situación de equilibrio –ni antes, ni después de la puesta en acción de la actividad innovadora–, por lo que el estudio de la creatividad empresarial no debe partir de modelos de equilibrio que son desestabilizados por la innovación, sino de la propia creatividad coordinadora, característica del dinamismo empresarial (Huerta de Soto, 2004, p. 35).

III. De la autodestrucción del capitalismo al *big bang* social coordinado

Llegados a este punto nos surge la pregunta por el futuro de la economía de libre mercado, en la que tiene lugar la innovación empresarial, ¿es posible un desarrollo económico sin límites, o bien alcanzaremos un estadio en el que el sistema sufra un cataclismo y sea necesario un modelo radicalmente distinto?

Schumpeter augura que el capitalismo conduce a la automatización y despersonalización del progreso, pues los empresarios innovadores dejan de ser quienes crean nuevas combinaciones, para pasar a realizar esta tarea los empleados de grandes

3. «La función empresarial es, sin duda alguna, la función social por excelencia, dado que hace posible la vida en sociedad al ajustar y coordinar el comportamiento individual de sus miembros» (Huerta de Soto, 2010, p. 67).

empresas burocratizadas que desarrollan rutinariamente trabajo de oficina (Schumpeter, 1972, p. 182).

El futuro del capitalismo –según Schumpeter– se dirige hacia su propia destrucción, pues al convertirse las actividades industriales y mercantiles en el escenario de estructuras monopolísticas⁴, a la larga terminarán expulsando no sólo a las pequeñas y medianas empresas, sino también al propio empresario, imponiéndose el fin de su función. En palabras de Schumpeter, «*La unidad industrial gigante, perfectamente burocratizada, no solamente desaloja a la empresa pequeña y de volumen medio y “expropia” a sus propietarios, sino que termina también por desalojar al empresario y por expropiar a la burguesía como clase, que en este proceso está en peligro de perder no sólo su renta, sino también, lo que es infinitamente más importante, su función*» (Schumpeter, 1952, p. 184).

Sin embargo, partiendo de la innovación empresarial entendida como creatividad coordinadora, el futuro de la economía de libre mercado se presenta bien distinto. Como hemos visto, la función empresarial está presente allí donde hay un desajuste social que un emprendedor es capaz de captar y aprovecharlo para beneficiarse, a la vez que satisface las necesidades ajenas.

De modo que la innata capacidad creativa de los seres humanos configura la sociedad como un proceso dinámico de continuo cambio, en el que la empresarialidad tiende a coordinar los comportamientos de los demás, sin alcanzar nunca una situación estática de equilibrio, dado que al descubrir y transmitir nueva información, surgen ininterrumpidamente nuevos desajustes –nuevas oportunidades de ganancia– que pueden ser percibidos y coordinados nuevamente por los emprendedores.

«El proceso empresarial de coordinación social jamás se detiene ni agota. Esto es así porque el acto coordinador elemental

4. Schumpeter (1952, p. 139) define monopolio como «*aquellos vendedores únicos cuyos mercados no están abiertos a la intromisión de productos potenciales de la misma mercancía ni de los productos efectivos de mercancías similares*». Sin embargo, consideramos que resulta más adecuada la definición jurídico-institucional de monopolio, que hace referencia al privilegio concedido por la autoridad política, véase Rothbard (2001, p. 84).

consiste básicamente en crear y transmitir nueva información que por fuerza ha de modificar la percepción general de objetivos y medios de todos los actores implicados. Esto, a su vez, da lugar a la aparición sin límite de nuevos desajustes que hacen surgir nuevas oportunidades de ganancia empresarial, y así sucesivamente, en un proceso dinámico que nunca se termina y que constantemente hace avanzar la civilización. Es decir, la función empresarial no sólo hace posible la vida en sociedad, al coordinar el comportamiento desajustado de sus miembros, sino que también permite el desarrollo de la civilización, al crear continuamente nuevos objetivos y conocimientos que se extienden en oleadas sucesivas por toda la sociedad; y además, y esto es muy importante, permite igualmente que este desarrollo sea tan ajustado y armonioso como sea humanamente posible en cada circunstancia histórica», (Huerta de Soto, 2010, pp. 78-79; 2000, p. 47).

De esta forma, en el sistema capitalista el desarrollo es ilimitado, y puede hablarse de lo que Huerta de Soto denomina un “big bang social coordinado”⁵, que espontáneamente conduce a una expansión sin límites del conocimiento en la sociedad, avanzando también sin limitación el desarrollo económico y social.⁶

V. Innovación y emprendimiento

El estudio de la innovación empresarial y el desarrollo económico centrado en la creatividad humana y sus efectos de coordinación social,

5. «El proceso empresarial da lugar, por tanto, a una especie de continuo big bang social que permite el crecimiento sin límite del conocimiento [...] La Escuela Austríaca ofrece como alternativa un paradigma basado en el “proceso dinámico general” o, si se prefiere “big bang social”, en continua expansión y con tendencia a la coordinación» (Huerta de Soto, 2000, pp. 47-48).

6. «La empresarialidad como una fuerza impulsora, simultáneamente creativa y coordinadora, que continuamente hace avanzar el mercado y la civilización» (Huerta de Soto, 2004, p. 36). Siguiendo a Hayek (1990, p. 33), el mercado libre es un orden espontáneo, «nuestra civilización depende, tanto en sus orígenes como en su mantenimiento, de la existencia de lo que sólo con relativa precisión puede describirse como un “amplio orden de cooperación humana”, más conocido por el poco afortunado término “capitalismo”. [...] Este orden, lejos de ser fruto de designio o intención, deriva de la incidencia de ciertos procesos de carácter espontáneo».

hace posible superar el concepto schumpeteriano de la destrucción creativa para abrirse a una perspectiva mucho más amplia, dinámica y real en la que el emprendimiento es el motor de la innovación y el progreso económico. El desarrollo de la innata capacidad creativa del ser humano se encuentra en el origen mismo de la innovación, que provoca un proceso de ajuste de los comportamientos de diferentes sujetos, permitiendo así la satisfacción de necesidades ajenas. A su vez la nueva información creada y transmitida a través de una concreta innovación, modifica los fines que otros pretenden y los medios que buscan para lograrlos, creándose de nuevo un desajuste, que podrá ser percibido y aprovechado como oportunidad por un emprendedor. De este modo las innovaciones están inmersas en el proceso dinámico del desarrollo económico que, movido por la función empresarial, tiende teóricamente al equilibrio, sin llegar a alcanzarlo nunca.

VI. Referencias bibliográficas

- Hayek, F.A. (1990). *La fatal arrogancia. Los errores del socialismo*. Madrid, Unión Editorial.
- Huerta de Soto, J. (2000). *La Escuela Austríaca. Mercado y creatividad empresarial*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Huerta de Soto, J. (2004). "La teoría de la eficiencia dinámica". *Procesos de Mercado*, vol. I, n. 1, pp. 11-71.
- Huerta de Soto, J. (2010). *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Unión Editorial, Madrid.
- Rothbard, M.N. (2001). "Monopolio y competencia". *Libertas*, n. 34, pp. 43-172, disponible en <http://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/10_2_Rothbard.pdf> (consultado 1-09-2014).
- Schumpeter, J.A. (1912). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Duncker & Humblot, Leipzig.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Harvard University Press, Cambridge.
- Schumpeter, J.A. (1939). *Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. McGraw-Hill, Nueva York.
- Schumpeter, J.A. (1952). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Aguilar, Madrid.