

# ECONOMIA DE “DESTRUIÇÃO CRIATIVA”

Maria da Conceição Rodrigues Pereira<sup>1</sup>

## Resumo:

Este trabalho tem como objetivo um levantamento bibliográfico sobre a economia de “destruição criativa”, tendo o crescimento econômico possível pelas melhorias contínuas aplicáveis ao mercado industrial, demonstrando que o desenvolvimento é possível pelas inovações frente aos processos de produção. As colocações questionam as taxas de crescimento econômico e que este comportamento possa ocorrer decorrente de ações criativas aplicáveis da captação de uma matéria prima, a forma de produção e o produto final desejado. Na proporção das novas perspectivas é exposto à representatividade do uso da tecnologia nas frentes produtivas, e as questões correlatas às melhorias de sistemas, inovando os procedimentos internos e a própria rentabilidade, beneficiando um novo produto em qualidade satisfatória ao consumo. A defesa de um mercado competitivo e a contribuição em inovações ao mercado, de infraestrutura e até mão de obra habilitada, possível pelo senso tecnológico ao critério da dinâmica de crescimento, se apresenta na mobilidade ao desafiar em neutralizar falhas e efeitos negativos que possam interferir na rentabilidade, conduzindo o empreendedor ao rumo dos negócios, valendo por resultados sustentáveis à comercialização e desta forma se manter ativado *a econômica da destruição criativa*.

**Palavras-chave:** destruição criativa. crescimento econômico. inovação.

## Introdução

Nos estudos diversos autores posicionam sobre economia de “destruição criativa”, como valores de inovação à criação de novos produtos a partir de visão empreendedora em ter representatividade às criações de um produto final satisfatório ao consumidor. Para DORNELAS (2014, p.1), “Muito se fala em inovação nos dias atuais e que as empresas brasileiras precisam praticá-la de maneira sistemática se quiserem competir em nível mundial.” Ainda com JUNIOR (2017, p.1), “Inovação transformou-se em tema fetiche no meio empresarial na década de 1990. A primeira onda enfatizou produtos e, posteriormente, serviços. A segunda complementou a primeira com o foco em processos.”.

---

<sup>1</sup> Consultora Ambiental – Bioquality Serviços Eireli  
Licenciando em Química, Faculdade de Teologia e Ciências  
Mestranda em Estudos Ambientais. Universidade de Ciências Empresariais e Sociais  
Especialista em Engenharia Ambiental, Universidade do Estado do Pará  
Especialista em Perícia, Auditoria e Gestão Ambiental, Instituto de Avaliações e Perícia do Estado do Pará  
Licenciada em Matemática, Universidade da Amazônia  
Email: [concespma@hotmail.com](mailto:concespma@hotmail.com)

A necessidade de inovação desperta um aprimoramento da mão de obra com habilidade desenvolvendo a aprendizagem em certeza da criação desejada, valorando uma visão holística de mercado. Conforme WIKIPEDIA (2018, p.1), “O empresário inovador, como Schumpeter descreveu esta é uma pessoa fora do comum para a sua vitalidade e pela sua energia, mesmo em face da incapacidade temporária. Desta forma, a motivação vai das oportunidades ao crescimento, neutralizando as incertezas do conhecimento.”.

Nas dificuldades de crescimento frente aos cenários produtivos, oferecia uma desestabilização o setor econômico, considerando que as linhas produtivas se apresentam um tanto obsoleta a se tornar interferência no crescimento produtivo, e conseqüente fragilidade do setor capitalista. “Capitalismo estabilizado é uma contradição em termos”. Schumpeter foi responsável por reformular toda a teoria do crescimento e desenvolvimento econômico de sua época, ao considerar a figura central dos homens de negócio, da inovação e da constante destruição como pilares do capitalismo. (MOTA, 2016, *aput* ARTIGO, p. 1)

As zonas de entendimento da temática desperta a saída de zonas de conforto ao tratar das rotinas econômicas, incentivando a criação e habilidades por um produto final de coerência ao crescimento contínuo. A abordagem do empreendedor tem sido negligenciada na teoria da firma proveniente da teoria econômica tradicional. Isso se deve a dois pontos principais: primeiramente, a maioria dos autores considera a existência dos mercados como dada; em segundo lugar, devido às idiosincrasias de algumas ideias influentes sobre a motivação do empreendedor. (BITTAR *et. al.*, 2013, *aput* ARTIGO, p. 2).

Assim em NORTH (2017, p. 6), o processo efetuado pelo livre mercado — de criar um elo entre vendedores de recursos e compradores de produtos — não deveria ser rotulado de “destruição criativa”. Deveria ser chamado de *produção criativa*. Este contexto, mostra a relação da oferta e comportamento entre vendedores e consumidores aos interesses em determinado produto.

De acordo com BITTAR *et. al.* (2013, p.6). “O empreendedor é o agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica. (COSTA, 1997).”. O senso tecnológico chega como um pensamento estratégico aos avanços produtivos, rentabilidade e crescimento, capaz de ativar o cenário econômico, por centralizar as melhorias contínuas, mão de obra especializada, inovação de produtos, e neutralização de riscos decorrente da fragilidade produtiva, conduzindo em qualidade ao resultado final.

Para Schumpeter apenas reverberou as lamúrias dos empreendedores ineficientes que não foram capazes de atender as demandas dos consumidores. Ele rotulou esse processo de destrutivo. Não é destrutivo do ponto de vista dos vendedores de recursos. Não é destrutivo para os consumidores. É destrutivo apenas para os perdedores incapazes de atender aos consumidores por terem sido incapazes de saber comprar dos produtores de recursos. Estes perdedores não ajudaram nem os consumidores e nem os produtores. (NORTH, 2017, *aput* ARTIGO, p. 5). Na oportunidade, o querer buscar o crescimento consolida em tirar proveito do recurso disponível à produção satisfatória às partes interessadas, se valendo o pensar quanto, *a economia da destruição criativa desperta interesse à sociedade?*.

## **1. Destruição criativa: Um levantamento bibliográfico**

A “destruição criativa” vem se colocando como a admissão do novo com inovação às ideias e ideais aos benefícios de processo produtivo e econômico do cotidiano, como relevância ao significado abaixo.

---

Qual o significado da expressão "destruição criativa"? Quando um empreendedor se dispõe a buscar uma nova oportunidade, ele está deixando sua zona de conforto a procura de algo que, provavelmente, é uma lacuna no mercado. Ou seja, ele está destruindo o conformismo para se atirar numa aventura que pode ser extremamente criativa. Isto não significa que ele precisa utilizar-se de uma inovação disruptiva, é suficiente que a nova ideia possa lhe trazer resultados para ser considerada como inovadora. Como consequência, ele poderá eliminar práticas rotineiras que estavam impedindo sua organização de evoluir. Para qualquer mudança, muitas vezes é preciso destruir o velho para o novo poder nascer. (CORRÊA, 2015, apud ARTIGO, p.1)

O economista austríaco Joseph Schumpeter (1883-1950) foi um teórico pioneiro do empreendedorismo e da inovação. Ajudou a popularizar o termo “destruição criativa”, o processo incessante de transformação industrial que destrói estruturas econômicas e cria novas, em substituição às moribundas. (JUNIOR, 2017, REVISTA, p. 1). O foco conduz que a visão empreendedora já condizia à mobilidade no mercado industrial, na criação e descobertas através da mudança pelas inovações tecnológicas, contribuindo ao desenvolvimento do presente.

Em 1992, os economistas Phillippe Aghion e Peter Howitt publicaram um artigo, A Model of Growth Through Creative Destruction, na revista Econometrica em que formulam uma versão formal da teoria de destruição criativa. No trabalho de Aghion e Howitt, há competição perfeita por inovações, que renderiam ao inovador bem sucedido o monopólio do bem intermediário da economia, destruindo o monopólio do inovador anterior. O intervalo entre duas inovações é dado estocasticamente por uma função do trabalho empregado no setor de inovação. Nesse modelo, é possível sustentar uma taxa de crescimento sustentável. (WIKIPÉDIA, 2017, p.2). Tais posicionamentos acabam sendo correlatos ao incentivo de que as inovações sejam necessárias, tendo neste a mobilidade de sustentabilidade possível do setor, por um sistema economicamente viável.

O processo de inovação conhecido em economia como “destruição criativa”. Tecnologias novas surgem (como o CD), capazes de entregar o mesmo produto ao consumidor a um custo mais baixo ou com qualidade superior. E com isso destroem as tecnologias antigas, tornando-as peças de museu. (RODRIGUES, 2017, p.1). Este pensamento traz a refletir nas novas tecnologias vinculadas ao sistema de informação no qual evolui com conectivos diferenciados e avançados no armazenamento de dados, contribuindo a desempenho da educação, elevando o entendimento e habilidade do público alvo, a exemplo de um pen drive, e a música com MP3. A quebra de barreiras predispõe a qualidade do produto independentemente do nível do consumidor, dando partida a própria inovação tecnológica conectada à uma mão de obra devidamente habilitada.

## **2. A Destruição criativa e o mercado competitivo**

Nos levantamentos técnicos é evidente a dinâmica de criação se fazendo acelerar o mercado competitivo da criação e inovação produtiva, se fazendo refletir a seguir.

O Boston Consulting Group (BCG), uma companhia global de consultoria, divulgou recentemente seu ranking das empresas mais inovadoras de 2016, com ênfase na busca externa por inovações. A lista traz os suspeitos usuais, com empresas de tecnologia no topo: a onipresente Apple, seguida por

---

Google, Tesla, Microsoft e Amazon. Entre as 50 primeiras, encontram-se estrelas ascendentes (Netflix, Uber e Airbnb), montadoras de automóveis (Toyota, BMW, Daimler e Renault), empresas farmacêuticas (Bayer, Pfizer e Bristol-Myers Squibb) e algumas heroínas do passado (IBM, General Electric, Dell e 3M). As norte-americanas dominam a cena, com coadjuvantes importantes da Europa e da Ásia. ( JUNIOR, 2017, REVISTA, p.1)

Pesquisa realizada por David McClelland (2) com mais de 2000 empresários, no mundo inteiro, identificou o que foi denominado por sua equipe, de Características Comportamentais do Empreendedor (CCE). Estas características foram consideradas pelos próprios entrevistados como indispensáveis para quem quiser criar e/ou desenvolver seu próprio negócio. (CORRÊA, 2015, apud ARTIGO, p. 1). A iniciativa faz entender da necessidade de competitividade pela descoberta, criação e resposta imediata às rotinas dos negócios em favor dos planos de trabalho e processos produtivos a cobijar.

De acordo com SCHUMPETER, através da WIKIPÉDIA (2017, p.1). “a essência do capitalismo é dinâmica e um capitalismo "estático" seria uma contradição, estabelece cinco casos de inovação.”, sendo eles:

- A introdução de um novo bem.
- A introdução de um novo método de produção ou comercialização dos ativos existentes.
- A abertura de novos mercados.
- A conquista de uma nova fonte de matérias-primas.
- A quebra de um monopólio.

A perceptiva dos itens está no entender da dinâmica do mercado produtivo, criando, inovando, gerando resultados com produtos e serviços que ofereça a rentabilidade e qualidade satisfatória, mobilizando a tecnologia moderna de rentabilidade pela matéria prima como esse novo bem, a oferta de mão de obra e econômica dinâmica frente ao desenvolvimento.

Para DORNELAS (2014, p.2), “As inovações, geralmente trazidas ao mercado por meio de novos produtos e serviços, criam mudanças significativas e até proporcionam o surgimento de novos mercados.” Esta visão convém à competitividade, resgatando os desafios da mão de obra e captação de matéria prima, inovando os resultados.

De acordo com MOTA (2016, p.3). “O empreendedor, independentemente do porte da empresa em que atua, é o agente da inovação e da destruição criativa, esta entendida como a força propulsora não só do capitalismo como do progresso material. Quase todos os negócios, por mais fortes que pareçam em dado momento, acabam falindo, e quase sempre porque não foram capazes de inovar (algumas empresas que foram vanguarda, hoje estão na lata de lixo da história)”. O questionamento conduz o grau da necessidade da criação e interação com as oportunidades, transparecendo ao mercado da criação, sendo capaz em fugir da queda econômica.

O empreendedor, agora chamado de “especulador do mercado de futuros”, entra em um mercado que lida como uma commodity específica. Pode ser milho, soja, café, laranja, trigo etc. Pode ser também dólar ou ouro. Se ele acredita que estes bens estão hoje subvalorizados, ele fica "comprado", isto é, ele se posiciona esperando uma valorização futura destes produtos. Caso sua previsão esteja correta — isto é, caso os preços realmente sejam *maiores* no futuro —, ele terá grandes lucros. Ele comprará ao preço antigo acordado (baixo) e depois poderá revender ao atual preço vigente (alto). Caso sua previsão se revele

---

incorreta, ele terá prejuízos. (NORTH, 2017, p.4), A contrapartida se apresenta na matéria prima como um valor ao mercado diferenciado e a capacidade de rentabilidade em caso de uma demanda de fornecimento futuro, porém não tenha a fragilidade de afetar o padrão de qualidade, podendo diferenciar neste mercado competitivo junto ao fornecedor.

### 3. A destruição criativa e a tecnologia

Nos pensamentos do economista pioneiro Schumpeter. “Seu principal ponto era de substituir a teoria estática da Economia, por sua teoria dinâmica, com um *quê* de evolucionismo, que ia de encontro às ideias de outro grande expoente da época, Alfred Marshall, cuja principal teoria seria de que a natureza não dava saltos, reafirmando a necessidade de melhorias contínuas de procedimentos, o que valorizava o papel de administradores e técnicos. Schumpeter, por outro lado, que valorizava saltos inovadores, inesperados e não lineares.” (MOTA, 2016, p.2). Entende-se que o acreditar em um sistema dinâmico tornaria um evento de evolução continuada, aprimorando os procedimentos das operações e rentabilidade empreendedora, sobretudo com mão de obra devidamente capacitada, ativando o mercado econômico, em consequência o crescimento de cada setor.

De acordo com JUNIOR (2017, p.2), “A tecnologia, observam os autores do estudo, tem sido o grande direcionador da inovação, trazendo novas organizações para a lista, Uber e Airbnb incluídas, e garantindo a presença de empresas tradicionais com base industrial, a exemplo da Siemens e da DuPont.”. Ressalta em posicionar da abrangência das vertentes de utilidades que devem às tecnológicas da básica, ao avançado, tonando uma necessidade de habilidade construtiva de redes infraestrutural como um todo.

Para CORRÊA (2015, p.2), “característica dentro deste conjunto é a habilidade de correr riscos calculados. O que é um risco? Um risco ocorre quando se pode calcular percentualmente a viabilidade de sua ocorrência. Assim um empreendedor avalia alternativa e calcula riscos deliberadamente, procurando, sempre que possível, reduzir os riscos através do controle dos resultados.”. Na correlação destruição criativa e tecnologia, vale esta ênfase, considerando quem mobiliza processos são pessoas e este um resultado, tornando exposto às vulnerabilidades e probabilidades de ocorrências aos riscos inerentes às operações, podendo interferir aos padrões de qualidade de uma inovação tecnológica, interferindo ao mecanismo de resposta eficiência e eficácia.

O empreendedor compra recursos. Isso ajuda todos os produtores desses recursos, que os vendem para o empreendedor a um preço livremente acordado no mercado. Se isso não fosse bom para esses produtores, eles não venderiam seus recursos. Essa atitude do empreendedor também ajuda os consumidores. Caso ele não fizesse esse empreendimento, ninguém mais o teria feito. Nenhum concorrente viu a oportunidade. Consequentemente, o empreendedor foi capaz de criar um elo entre os produtores dos recursos e os consumidores finais dispostos a pagar pelos bens de consumo produzidos por esses recursos. (NORTH, 2017, p. 5). Vale mencionar que para uma visão empreendedora o valor do produto diante de uma comercialização, conduzindo as oportunidades aos valores éticos e moral de uma provável comercialização.

Ainda em Schumpeter (1997) diferencia inovação de invenção, afirmando que os empreendedores inovam quando introduzem novas formas de produção, novos produtos e novas maneiras de organização e não apenas quando criam as invenções. Para o autor, “enquanto não forem levadas à prática, as invenções são economicamente irrelevantes”, e, para que isso aconteça, são necessárias habilidades completamente diferentes (SCHUMPETER, 1997, p. 95). (BITTAR *et. al.* (2013, *aput* ARTIGO, p.6). A visão empreendedora condiz aos investimentos de uma mão de obra que seja capaz de neutralização

---

em casos até de perdas produtivas, diante das construções de técnicas distintas às estas novas invenções.

#### 4. A destruição criativa e a economia

No contexto dos estudos o pensamento de “destruição criativa” e a economia tem uma relação bem próxima pela mobilidade de desenvolvimento dos negócios por meio da inovação na própria produtividade e, sobretudo contribuindo ao desenvolvimento, tornando o esclarecimento a seguir um tanto relevante.

A destruição criativa ou destruição criadora em economia é um conceito popularizado pelo economista austríaco Joseph Schumpeter em seu livro *Capitalismo, Socialismo e Democracia* (1942), ganhando força no contexto da ascensão do neoliberalismo e do neoconservadorismo. O Marx anteviu esta ideia ao descrever a burguesia recém-alçada ao poder como revolucionária naquele momento além dele se manifestar como expansionista. Ela descreve o processo de inovação, que tem lugar numa economia de mercado em que novos produtos destroem empresas velhas e antigos modelos de negócios. Para Schumpeter, as inovações dos empresários são a força motriz do crescimento econômico sustentado em longo prazo, apesar de que poderia destruir empresas bem estabelecidas, reduzindo desta forma o monopólio do poder. (WIKIPÉDIA, 2017, p.1)

Na origem do termo e primeiras contribuições da economia, apesar de existirem registros anteriores em outras áreas, há um consenso na literatura de que a palavra francesa para empreendedor – *entrepreneur* – foi introduzida no contexto econômico da criação e gestão de novos negócios principalmente por dois autores. O primeiro, Richard Cantillon (1755), era um banqueiro de família de classe alta, no melhor estilo capitalista de risco, com capacidade analítica apurada para julgar as melhores situações lucrativas ou não (THORTON, 2006). O segundo, Jean-Baptiste Say (1880), teve ampla experiência profissional, tendo trabalhado em banco e corretora de seguros; na imprensa, onde exerceu funções de jornalista a diretor; como empresário, fundando uma empresa têxtil; e por fim, dedicou-se exclusivamente à academia (HART, 2001). (BITTAR *et. al.* (2013), *aput* ARTIGO, p. 4).

Ainda para JUNIOR (2017, p.2), “O contexto econômico traz para as empresas o duplo desafio de encontrar e implementar novidades e a busca se faz além dos laboratórios próprios de pesquisa. Muitas inovações encontram-se além das suas fronteiras, em instituições e em negócios emergentes.

No conjunto denominado de Comprometimento, foi identificado que todo empreendedor procura fazer um sacrifício pessoal ou dispende um esforço extraordinário para completar uma tarefa. Ele se junta aos empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho. Finalmente se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo. (CORRÊA, 2015, *aput* ARTIGO, p. 3).

A situação acima circunda dentro das responsabilidades de cada empreendedor pelos objetivos e metas estabelecidos por um resultado decorrente de um sistema devidamente produtivo e economicamente viável ao público alvo.

De acordo com DORNELAS (2014, p.2), “passa a ocorrer uma renovação da dinâmica capitalista, com a destruição de modelos de negócio e mercados anteriormente

---

dominantes, que são substituídos pelo novo.”. Em vários setores da economia isso tem sido constatado e, atualmente, essa proposição continua ainda mais vigente, haja vista a impressionante velocidade com que as mudanças ocorrem, regendo ou sendo regidas pelo surgimento das inovações.”. O espelho da econômica tem na fundamentação a dinâmica dos negócios, abrindo portas ao mercado por tais inovações, ativando um crescimento pela forte comercialização.

Fortalecido por Schumpeter, se pressupõe que o capitalismo se posicionasse sempre forte, assim a visão empreendedora passa a ser um foco rentário, fazendo sentido o valor dos itens abaixo então caracterizados. Uma sociedade pode ser considerada capitalista quando funda seu processo econômico ao sabor dos homens de negócio. Dito isso, as características do sistema são elencadas:

- 1) A propriedade privada dos meios de produção;
- 2) Produção para o lucro privado, sendo a produção pela iniciativa particular em caráter privado;
- 3) Ponto importante e crucial: a criação do crédito.

Descarta também do lado do produtor, a introdução de “novas combinações” dos meios de produção originadas das antigas por ajuste contínuo, mediante pequenas etapas, como fenômeno que dá luz ao desenvolvimento, embora as considere uma mudança, possivelmente com crescimento econômico. E enumera cinco casos que podem dar origem a este processo (ibid., p. 48-9):

- i) A introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bem;
- ii) A introdução de um novo método de produção ainda não testado no próprio ramo da indústria de transformação, o qual, não necessariamente, necessita ser baseado numa descoberta científica nova;
- iii) A abertura de um novo mercado, onde o ramo particular da indústria ainda não tenha entrado;
- iv) A conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens manufaturados, independentemente do fato de esta já existir ou ser criada;
- v) O estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio. (OLIVEIRA, 2009, p.10).

Um empreendedor de sucesso vai até seus clientes e faz a eles uma oferta: “Compre de mim, e não dos meus concorrentes. Vou lhe fazer uma ótima oferta”. Ele pode fazer uma ótima oferta porque ele comprou fatores de produção a preços menores que seus rivais. Assim, “Schumpeter pegou emprestado o conceito de “destruição criativa” de um par de revolucionários, Bakunin e Marx. Ambos pregavam filosofias sociais que, embora rivais entre si, se baseavam no homicídio — literalmente, e não figurativamente. (NORTH, 2017, p. 6). No contexto, a econômica acaba se mobilizando por uma competitividade, tornando o fator criativo uma discussão de ideias que desafia a criatividade de venda de um produto junto ao cliente e a visão econômica, diante da procura de oferta.

## Metodologia

O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisas em artigos técnicos de experiências de diversos autores em relação ao contexto *economia da destruição criativa* com o mapeamento das informações, conduzida, conforme os itens abaixo:

- a) Seleção de artigos técnicos;
-

- b) Análises de experiências de autores;
- c) Interpretação de dados de comportamento de inovação;
- d) Proposta a considerar como fase conclusiva.

## **Resultados e Discussão**

Nos estudos os autores posicionam a economia de “destruição criativa” como nova visão de inovação aos processos de produção, colocando o crescimento do sistema econômico possível pelo senso empreendedor, conduzindo o mercado industrial de desenvolvimento necessário, colocando a produção criativa um foco rentável ao consumidor.

A taxa de crescimento econômico é um senso possível, demonstra no acreditar que a mão de obra diferenciada conduz às novas frentes criativas alcance por um produto final, assim permitindo a própria sustentabilidade produtiva. Nas colocações as inovações dos processos são possíveis pela capacidade de gerar melhorias prioritárias, como exemplo, o contexto tecnológico, onde sistemas de linhas de produção se tornam de maior rentabilidade, justamente pelas melhorias em tais processos operacionais, evoluindo nas particularidades dos procedimentos internos, em consequência inova as criatividades, compreendendo em ampliar os benefícios de novos produtos, com sistemas seguros e qualidade garantida, consolidando numa destruição criativa, sendo rentável ao foco econômico, outro exemplo usado é o ramo de sistema de informação, a exemplo a evolução de um pen drive pra um MP3.

A competitividade de mercado se apresenta como um crescimento possível pela diferenciação da criação de ideias e valores criativos, capaz de inovar uma visão capitalista dinâmica pelo o que chamam de “novo bem”, e ao adquirir uma matéria prima possa ativar o mercado com um produto diferenciado, como apostam ao tipo de mão de obra com capacidade de gerar tal produto, crescendo o setor econômico continuamente.

Outro ponto colocado é o ciclo de inovação e evolução com o decorrer do tempo, fomentada na teoria schumpeteriana, onde ondas de inovações se estreitam no rumo dos negócios que com o passar dos tempos se torna sustentável pela necessidade de crescimento deste mercado, como uma infraestrutura capaz de inovar sistemas de mobilidade, seja infraestrutural, seja profissional, entre outros.

No pensamento tecnológico há proporção de uma economia prioritariamente dinâmica, pois colocam que esta etapa mobiliza a base industrial, e passam a eliminar prováveis falhas de processos e humanas, colocando que melhora o setor construtivo, administrando os resultados, assim a eliminação dos riscos compreendem que possa ampliar a eficiência e eficácia nos resultados, por conseguinte acreditar que a mão de obra necessite de preparação e se especializar ainda mais, assim há retorno econômico sustentado pelas frentes produtivas.

A visão do empreendedor é um contexto aos acordos dos preços diante do mercado, onde as negociações dinâmicas possam inovar os recursos junto ao consumidor, seriam os bens de consumo por troca justa em uma comercialização, respeitando ao senso empreendedor junto às partes interessadas.

Portanto, as questões se voltam por uma mobilidade dos negócios que se torna capaz de ativar o setor econômico, pela criação de novos negócios, sobretudo com efeito significativo na habilidade profissional, assim o empreendedor passa a neutralizar uma negativa econômica, a desafiar a destruição criativa, evidenciado quanto mais esta experiência faz crescer o sistema econômico e motivar novos desafios, sustentado pelos objetivos e metas frente ao mercado, em evidência de um crescimento econômico possível, portanto a busca de

---

clientes e serviços possibilita não ter barreiras, pelo fato de querer uma economia em função uma inovação devidamente criativa.

### **Conclusões**

Na pesquisa economia de “destruição criativa” nas experiências se presenciou a transparência de uma necessidade de mobilidade econômica, através de novas oportunidades de desenvolvimento de mercado na esfera competitiva, onde a disputa pelas gerações de novos produtos e sua disponibilidade no mercado. Para tanto, a criação conduz os valores e ideais aos desafios de objetivos e metas que mobilizam determinada taxa de crescimento, que venham refletir no sistema capitalista, ativando um mercado devidamente competitivo.

No entanto, as possibilidades ao crescimento econômico coloca em cheque uma necessidade de melhorias contínuas nos processos produtivos, possível pelos investimentos, no qual mobiliza o mapa empreendedor, pertinente ao desafio da criação, como uma mobilidade tecnológica, onde a inovação de máquinas, equipamentos, procedimentos, predispõe uma mão de obra diferenciada, assim posicionando a preparação profissional que possam interagir e acompanhar tal crescimento, acreditando na inovação contínua.

Portanto, o ciclo evolutivo se apresenta como um processo de inovação crescente, onde o contexto dinâmico e empreendedor passam a desafiar a criação diante dos recursos disponíveis, tornando positiva a “destruição criativa” pelas oportunidades de inovações de produtos e serviços de forma constante, logo o rumo dos negócios possibilita na sustentabilidade de desenvolvimento futuro, promovendo matérias primas, produtos e serviços diferenciados, assim estabilizando o mercado competitivo.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BITTAR, Fernando Shigueo Omoto. BASTOS, Livia Tiemi. MOREIRA, Vivian Lemes. Reflexões sobre o empreendedorismo: Uma análise crítica na perspectiva da economia das organizações. Acesso em 05 de mar de 2018.

CORRÊA, Volnei Alves. Destruição criativa. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/>. Acesso em 01 de mar de 2018.

DORNELAS, José (2014). A destruição criativa e o empreendedorismo inovador contemporâneo. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/>. Acesso em 01 de mar de 2018.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Destruição criadora. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/>. Acesso em 01 de mar de 2018.

JUNIOR, Thoma Wood. Destruição criativa. Disponível em: <https://cartacapital.com.br/revista/942/>. Acesso em 01 de mar de 2018.

---

MOTA, Pedro Lula. Schumpeter: inovação, destruição criadora e desenvolvimento. Disponível em: <http://terracoeeconomico.com.br/>, 2016. Acesso em 04 de mar de 2018.

OLIVEIRA, Fabricio Augusto. Schumpeter: a destruição criativa e a economia em movimento. Disponível em: [www.ufjf.br/heera/files/2009/11/](http://www.ufjf.br/heera/files/2009/11/), acesso em 02 de mar de 2018.

NORTH, Gary. O empreendedorismo não é “destruição criativa”, mas sim produção criativa. Disponível em: <https://www.mises.org.br/>. Acesso em 04 de mar de 2018.

RODRIGUES, Mauro. O que é destruição criativa? Disponível em: <http://porque.uol.com.br/>. Acesso em 01 de mar de 2018.

---