



Newsletter

GENTE & TRABAJO

www.oconorconsulting.com



**NOVIEMBRE
2025**

Qué es la Destrucción Creativa?

Guayaquil: 0987290067
Quito: 0987290067


O'CONOR
CONSULTING

Contenido



Artículos.

- **Qué es la Destrucción Creativa?**
- **¿Cómo determinar cuál es la inversión óptima en I+D?**
- **Innovación: La psicología mejora lo que la IA no puede comprender**

Vacantes

- Nuevas / En proceso
- ***Responsabilidad Social***
Teléfono amigo



Guayaquil

Av. Jaime Roldós Aguilera, Ciudad Colón, Parque Empresarial Colón
Edf. Empresarial I, Mezanine
Oficina 08

- comunicaciongye@oconorconsulting.com -

Quito

Av. 6 de Diciembre N34-360 y Portugal, Edificio Zyra, Piso 12, Oficina 1201

- comunicacionuio@oconorconsulting.com -



Editorial

Ecuador ocupa el sitio 13 entre 18 países en cuanto a Competitividad en Latinoamérica. Este censurable sitio nos ubica entre los rezagados. La contribución fundamental de las Empresas debe ser mejorar sus productos y servicios. Esto es, practicar sostenidamente su “Destrucción Creativa”, que consiste en una permanente acción de mejora y de reinversión e innovación.

Sin embargo, esto no depende solo de acciones materiales sino de generar un entorno, un escenario, propicio para dicha creatividad e innovación; no solo cuestiones aparentes, estéticas, sino auténticas garantías humanas psicológicas y sociológicas; armonía, respeto, interacción humana, conexión emocional.

De estos profundos contenidos para el urgente cambio en nuestro querido País trata la Revista “Gente & Trabajo” de Noviembre.

Saludos,

José Fernando Mosquera

O’CONOR CONSULTING

ÚNETE A NUESTRO CANAL



O'CONOR
CONSULTING

ACCEDE A OPORTUNIDADES LABORALES Y CRECIMIENTO



34 AÑOS IMPULSANDO TALENTO Y EMPRESAS



RECIBE **ANUNCIOS** DE NUESTROS PROCESOS EN TIEMPO REAL.



REVISTA "**GENTE Y TRABAJO**": TEMAS QUE AGREGAN VALOR A TU PERFIL GERENCIAL.



OPORTUNIDADES PARA EL ÉXITO **PROFESIONAL Y PERSONAL**.



REGISTRO GRATUITO EN NUESTRO **PORTAL PARA VACANTES EJECUTIVAS**.



PIDE EL LINK PARA UNIRTE ENVIANDO UN CORREO O UN WHATSAPP.



jmmosquera@oconorconsulting.com



0990335594



¿Qué es la Destrucción Creativa?

El crecimiento sostenido en las Empresas no puede darse por sentado en la actualidad. Ante el avance tecnológico, es necesario garantizar el correcto funcionamiento de la “destrucción creativa”, proceso que ha impulsado el desarrollo económico en los últimos dos siglos.

Durante los últimos dos siglos, el mundo ha experimentado un crecimiento sostenido sin precedentes gracias al surgimiento de nuevas tecnologías que reemplazan a las anteriores. Este proceso, conocido como destrucción creativa, fue acuñado por el economista austriaco Joseph Schumpeter y



constituye un pilar del capitalismo, ya que privilegia el crecimiento y la productividad a largo plazo mediante la creación de nuevas industrias, aun cuando provoque la desaparición temporal de empleos y empresas tradicionales.

“Durante la mayor parte de la historia humana, el nivel de vida apenas cambió de una generación a otra, pese a descubrimientos importantes. Estos a veces mejoraban la calidad de vida, pero el crecimiento se detenía con el tiempo. Esto cambió radicalmente con la Revolución Industrial”.

Joel Mokyr, profesor de la Universidad Northwestern (en Estados Unidos), determinó mediante observaciones históricas que el conocimiento útil es indispensable para impulsar la economía con avances tecnológicos. Este concepto, según el especialista, se compone de dos partes. Por un lado, el **conocimiento proposicional**, entendido como la comprensión teórica y sistemática de los elementos que conforman el mundo, necesario para entender científicamente por qué una innovación funciona. Por otro, el **conocimiento prescriptivo**, que abarca las instrucciones y habilidades prácticas para aplicar la teoría. En términos generales, este último describe los mecanismos funcionales que permiten implementar con eficacia una innovación.

El investigador sostiene que, antes de la Revolución Industrial, la mayoría de los avances tecnológicos se basaban únicamente en el conocimiento prescriptivo: se sabía que algo funcionaba, pero no se comprendía por qué. Este enfoque limitó el desarrollo de conocimiento a largo plazo.

Este panorama cambió. Entre los siglos XVI y XVII se desarrolló la Revolución Científica, cuando especialistas de dis-



tintas disciplinas comenzaron a insistir en establecer métodos de medición estandarizados y experimentos controlados, con el objetivo de replicar y perfeccionar los resultados. Este proceso generó una retroalimentación constante entre el conocimiento proposicional y el prescriptivo, lo que impulsó la acumulación de conocimiento útil aplicable a la producción de bienes y servicios.

Mokyr subraya que comprender por qué una innovación funciona no basta para convertirla en motor de crecimiento económico. Se requieren conocimientos prácticos, técnicos y comerciales que la vuelvan viable. “El crecimiento sostenido se produjo primero en Gran Bretaña porque albergaba numerosos artesanos e ingenieros cualificados capaces de transformar ideas en productos comerciales, lo cual fue vital para mantener el impulso económico”.

El historiador económico advierte que este proceso implica un cambio de mentalidad en la sociedad: **el crecimiento basado en el cambio tecnológico no puede sostenerse sin reemplazar estructuras y formas de trabajo “obsoletas” por nuevas modalidades productivas capaces de perdurar en el tiempo.**



¿Cómo determinar cuál es la inversión óptima en I+D?

Por su parte, Philippe Aghion, profesor del Colegio de Francia y del Instituto Europeo de Administración de Negocios (Francia), y Peter Howitt, de la Escuela de Economía y Ciencias Políticas de Londres (Reino Unido), desarrollaron en 1992 un modelo económico que explica la “destrucción creativa” como motor del crecimiento a largo plazo.



Su formalización matemática **entiende la competencia tecnológica como un incentivo central que promueve la innovación entre las empresas.** Explica que, cuando una compañía introduce una mejora superior a la existente, obtiene temporalmente un monopolio al patentar su producto o proceso, lo que le permite fijar precios por encima de sus costos de producción.

Sin embargo, este avance individual estimula a otras empresas a invertir en proyectos de investigación y desarrollo (I+D) para superar al líder del mercado. Este ciclo, que se repite indefinidamente, acorta los tiempos de innovación y acelera la “destrucción creativa”.

El modelo de Aghion y Howitt fue el primero en incorporar este proceso en un marco macroeconómico de equilibrio general, **al reconocer por primera vez: la interconexión entre la producción, la inversión en I+D, los mercados financieros y el ahorro de los hogares.**

“El dinero para la inversión en I+D proviene del ahorro doméstico, que depende del tipo de interés, el cual a su vez está influido por la tasa de crecimiento económico. Por tanto, producción, I+D, mercados financieros y ahorro están vinculados y no pueden analizarse por separado”.

Este modelo resulta útil para evaluar si el nivel de inversión en I+D, sin intervención pública, es suficiente para potenciar el crecimiento. Esa incertidumbre no podía resolverse con modelos anteriores, que no consideraban la economía como un todo. Según Aghion y Howitt, la respuesta depende de dos mecanismos que actúan en direcciones opuestas:

- **Subinversión:** las empresas saben que las ganancias derivadas de invertir en I+D son temporales, pues tarde o temprano un competidor lanzará una innovación superior. Esto lleva al mercado a invertir menos de lo socialmente óptimo, aunque el conocimiento previo no se pierda, ya que las nuevas innovaciones se basan en el saber acumulado. Este escenario respalda la necesidad de subsidios.
- **Sobreinversión:** cuando una empresa sustituye a otra como líder obtiene grandes beneficios, mientras la desplazada los pierde,



incluso si la mejora tecnológica es marginal. En consecuencia, las inversiones en I+D pueden ser excesivas, provocando un desarrollo demasiado acelerado. Este caso genera argumentos en contra de las subvenciones públicas.

“Cuál de estas dos fuerzas predomina depende de diversos factores que varían según el mercado y el contexto histórico. La teoría de Aghion y Howitt permite identificar qué políticas resultan más eficaces y en qué medida la sociedad debe apoyar la I+D”.

Las aportaciones de Mokyr, Aghion y Howitt son fundamentales para entender las tendencias económicas actuales, especialmente frente a los retos que plantean tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA).

Mokyr sostiene que la IA podría intensificar la retroalimentación entre el conocimiento proposicional y el prescriptivo, acelerando la acumulación de conocimiento útil. No obstante, reconoce que las innovaciones pueden generar efectos secundarios negativos que, a su vez, abren la puerta a nuevos procesos de descubrimiento y soluciones, convirtiendo el desarrollo tecnológico en un mecanismo de autocorrección.

El trabajo de los tres científicos citados confirma que el crecimiento sostenido no puede darse por sentado en una era de grandes avances tecnológicos. Sus investigaciones “demuestran la necesidad de estar atentos a las amenazas que ponen en riesgo el crecimiento continuo y contrarrestarlas. **Estas amenazas pueden provenir de la concentración del poder de mercado en pocas empresas, las restricciones a la libertad académica, la desigual expansión del conocimiento o los bloqueos impuestos por grupos desfavorecidos.**

Si no se responde a estas amenazas, la maquinaria que ha impulsado el crecimiento —la destrucción creativa— podría dejar de funcionar, obligándonos a acostumbrarnos nuevamente al estancamiento”.

Por, Fernanda González - WIRED



Innovación: La psicología mejora lo que la IA no puede comprender

En un mundo donde la IA puede redactar correos electrónicos, analizar datos y generar ideas a la velocidad del rayo, es fácil pensar que la innovación se reduce a tecnología y automatización. Pero la innovación no es producto de algoritmos ni ventajas, sino un proceso profundamente humano y único, arraigado en nuestras emociones, nuestras conexiones y las condiciones particulares que inspiran la creatividad.



Los líderes que se dejan llevar por la tecnología más puntera o que ofrecen beneficios laborales llamativos sin comprender la psicología que hay detrás de la creatividad corren el riesgo de perder de vista la esencia misma de la innovación. Porque la innovación no proviene de máquinas ni programas: proviene de la mente y el espíritu humanos, y “del entorno” que creamos para fomentar el pensamiento original.

«No te dejes intimidar por lo que desconoces. Es tu mayor fortaleza y te asegura que harás las cosas de manera diferente a los demás». —Sara Blakely

Los líderes empresariales de todos los sectores y tamaños buscan por todas partes una ventaja competitiva, pero pocos se dan cuenta de que la fórmula que impulsa la innovación está a su alcance.

Además de asignar objetivos de innovación a ingenieros de diseño y especialistas en marketing creativo, los líderes intentan inspirar la innovación entre sus empleados, a menudo ofreciendo beneficios como códigos de vestimenta flexibles, gimnasios de alta tecnología y reemplazando los días de vacaciones restringidas por flexibilidad permanente.

Si bien proporcionar ese “entorno” innovador y fomentar una cultura de innovación son sin duda buenas prácticas para crear un lugar de trabajo receptivo a nuevas ideas, falta un componente crucial de la fórmula, lo que revela un punto ciego evidente que frustra a los líderes y frena a muchas empresas.

La innovación requiere más que un entorno cómodo y relajarse de la rutina. De hecho, se necesitan ideas nuevas, pensamientos originales, para que exista innovación.

Es aquí donde la conversación nos lleva al terreno de la creatividad, y la creatividad reside en la psicología humana. Muchos líderes emplean un enfoque vertical para lograr el respaldo de la organización y animar a todos a participar. Pero la creatividad no surge con esta estrategia. En lugar de comenzar de arriba hacia abajo, la creatividad comienza en el origen de la ecuación de la innovación, que es, de hecho, la psicología humana: donde reside la creatividad y donde se generan las ideas originales.

a nutrir el espíritu humano. Ahora nos damos cuenta de que la dinámica relacional y la mentalidad son los recursos naturales más valiosos para las empresas. Muchos líderes se centran en los resultados de la innovación, como aumentar las ganancias, superar a la competencia y revolucionar sectores. Esto puede llevarlos a descuidar el origen de la innovación. Sin embargo, cuando lo comprenden, todo cambia.

La creatividad surge de la síntesis de procesos complejos dentro de la psicología humana, una combinación de emociones, sensaciones, perspectivas, intención e “imaginación”, donde se conciben ideas novedosas. Cuando se dan las condiciones adecuadas, suspendemos nuestra mente de los hábitos convencionales, lo que nos permite escapar del presente, reconstruir el pasado e imaginar el futuro; concebir algo que no existe y, con ello, transformar el mundo.

El problema radica en que el espacio interior donde las personas pueden dar rienda suelta a su creatividad se ha visto comprometido por las presiones empresariales para tener razón, seguir las reglas y competir. Entonces, ¿cómo creamos las condiciones adecuadas para que surja el pensamiento original? ¿Y podemos lograrlo rápidamente?

Los psicólogos son los que preparan el terreno y facilitan el proceso que permite a las personas pasar fácilmente de lo convencional a lo no convencional, del pensamiento original a la verdadera innovación.

Un aspecto fundamental es aplicar un conjunto refinado de herramientas “relacionales” (de las relaciones humanas), desarrolladas a partir de la teoría, la investigación, la experiencia, la formación y la práctica, que estimulan las condiciones para la creatividad y el crecimiento. Se requiere “experiencias” para liberar consistentemente el potencial humano:

- **El respeto mutuo** —donde se honra la confidencialidad y las motivaciones son transparentes— es fundamental para el pensamiento creativo. Carl Rogers destacó que cuando las personas experimentan un respeto mutuo incondicional, se sienten lo suficientemente seguras como para expresarse con autenticidad, lo que crea la libertad necesaria para que surjan ideas originales.



- **La conexión emocional** —en la que alguien escucha atentamente nuestros pensamientos, sentimientos y aspiraciones—, cuando se ve amplificada por un equipo que experimenta esta empatía bidireccional, como la describen los autores de *El sexto nivel* (Andreasson), crea una capacidad colectiva para descubrir soluciones novedosas que benefician a muchos.
- **El intercambio inteligente** con alguien que nos impulsa a desarrollar nuestras ideas amplía el abanico de posibilidades. Como señala Margaret Heffernan, la verdadera innovación surge cuando las personas desafían el pensamiento de los demás en un entorno de confianza y apertura.
- **La experimentación** nos permite dar forma a las ideas a medida que se desarrollan. El trabajo de Srinii Pillay sobre la flexibilidad mental destaca cómo esta libertad para jugar y explorar ideas sin prejuicios impulsa el pensamiento original.

Cuando se proporcionan las condiciones para el pensamiento creativo, las personas experimentan los procesos psicológicos necesarios para generar nuevas ideas para la innovación.

Un ejemplo: la cultura de innovación en Deputy

Deputy, es una empresa de “Provisión de Personal” que demuestra condiciones adecuadas para impulsar la creatividad. En Deputy, creen que la energía colectiva supera a las ideas desarrolladas en privado y que “la motivación intrínseca” es fundamental para el verdadero descubrimiento. Para responder a los desafíos reales del mundo laboral, Deputy organiza una jornada de innovación para toda la empresa, conocida como Shiplt Day, donde todos los empleados dejan de lado sus funciones habituales para intercambiar ideas y crear soluciones innovadoras en conjunto.

Durante una de estas sesiones, surgió la idea de una función de previsión de la demanda impulsada por IA que ayuda a las empresas a ajustar mejor su plantilla a la demanda prevista. En otra sesión, se desarrolló la idea de un sistema de fichaje sin contacto, que refleja tanto la creatividad como la atención a la seguridad de los empleados en tiempos de incertidumbre.

Estas no fueron imposiciones de la dirección, sino el resultado de la colaboración interdisciplinar, un entorno de seguridad psicológica y un espacio para la experimentación integrado en la cultura de la empresa. En las condiciones adecuadas, las ideas originales de todos los miembros del equipo pueden consolidarse y resolver problemas reales con rapidez.

Cuidado con la brecha: ¿Qué pasa con la IA?

Dada la rápida evolución y la importancia de la IA en el panorama actual de la innovación, conviene aclarar su lugar. Si bien este artículo hace hincapié en la creatividad humana y las condiciones psicológicas, no sugiere que la IA sea irrelevante; ni mucho menos. Las herramientas de IA pueden acelerar la iteración, descubrir patrones y escalar la ejecución, pero no reemplazan el motor principal de la creatividad: la cognición y la emoción humanas. Como dijo Simon Sinek: “La IA puede ofrecer afirmaciones perfectas, pero los humanos resuelven problemas, innovan y descubren con matices, imperfección y conciencia”.

La verdadera innovación surge cuando una confluencia de eventos o conceptos aparentemente inconexos colisionan de maneras impredecibles, formas que solo la imaginación y la intuición humanas pueden interpretar. En ese proceso complejo, no lineal y a menudo contraintuitivo reside la magia. Cuando la psicología humana y la inteligencia artificial se combinan de forma intencionada, forman una poderosa alianza, pero todo comienza con las personas.

¿Qué sucede entonces cuando se dan las condiciones necesarias?

Aquí presentamos cuatro procesos psicológicos que se activan e interactúan para alimentar el pensamiento original que conduce a la creatividad:

- **Visión de futuro:** Este sentimiento amplía nuestro horizonte de percepción y abre nuestra mente a las posibilidades. Cuando experimentamos emociones positivas como la bondad, nuestras emociones se elevan, preparándonos para crear.
- **Pensamiento asociativo:** Este estado permite que las ideas



libremente y abre la mente para conectar fácilmente ideas, imágenes, observaciones, información sensorial, conocimientos existentes y el subconsciente .

- **Pensamiento divergente:** Este proceso permite pensar de forma creativa, generando ideas originales sobre cómo se conectan ideas no relacionadas, y pudiendo imaginar usos inusuales para un objeto con un propósito normalmente establecido.
- **Pensamiento reflexivo:** La reflexión permite a la mente observar el contexto más amplio, el significado y las implicaciones de una experiencia, con conciencia de la propia capacidad de acción e influencia.

La psicología es un catalizador de la creatividad. ¿Cómo aprovecha su empresa este recurso natural?. Una política de flexibilidad laboral no bastará, pero incorporar a un psicólogo a su equipo fomentará el pensamiento creativo y promoverá innovaciones valiosas. Comprender el origen de la innovación es fundamental para impulsarla.

Reconocer los orígenes psicológicos de la creatividad permite a los líderes liberar todo el potencial de su equipo. La innovación no comienza con beneficios de moda ni oficinas diáfanas; comienza con el cultivo deliberado de un entorno de seguridad emocional, conexiones significativas, intercambio intelectual y experimentación reflexiva.

Cuando los líderes crean las condiciones para que la creatividad florezca, hacen más que generar nuevas ideas: cultivan una cultura capaz de innovación y crecimiento sostenidos.

Por Dayla Sills.

CIERRE EL CICLO DE SUS EX-COLABORADORES CON ÉXITO

OUTPLACEMENT PARA EMPRESAS



Logramos que la persona (ex-colaborador) supere el impacto emocional e implemente un plan efectivo de REINSERCIÓN LABORAL.



Protege la Organización, los líderes y al colaborador saliente. No dañes la moral del equipo que se queda, evita tensiones y mejora la reputación y Marca Empleadora



jmosquera@oconorconsulting.com



0990335594

Nuevas Vacantes #OfertaLabora

Selección de:	Jefe de Calidad
Datos de la empresa:	Multinacional consumo masivo
Búsqueda realizada en:	Quito
Vacante para:	Quito
Consultor responsable:	acuzco@oconorconsulting.com
	seleccion@oconorconsulting.com

Selección de:	Gerente de Línea de Negocios.
Datos de la empresa:	Importante empresa de equipos médicos.
Búsqueda realizada en:	Guayaquil
Vacante para:	Guayaquil
Consultor responsable:	ahurtado@oconorconsulting.com
	seleccion@oconorconsulting.com

Selección de:	Vicerrector de Investigación.
Datos de la empresa:	Importante universidad
Búsqueda realizada en:	Quito
Vacante para:	Quito
Consultor responsable:	acuzco@oconorconsulting.com
	seleccion@oconorconsulting.com



 **Teléfono Amigo** es una fundación de 35 años que brinda ayuda emocional gratuita telefónicamente.

- Servicio de emergencia y crisis emocional de todo tipo.

- Gratuito, anónimo y confidencial.



09:00h a 13:00h
15:00h a 23:00h

Contáctos



2096030 / 2906060



CLARO 0985752931 / MOVIE 0995278202 / CNT 0961476875

<http://>

<https://sites.google.com/view/telefonoamigo/inicio>





Programas Abiertos:

Noviembre 30 Agenda tu asesoría –
MBA Online

*Publicidad no oficial, sólo para fines informativos

Más información en:
www.incae.edu/es

DESARROLLE SU EMPRESA CON EL MEJOR TALENTO



SERVICIO DE SELECCIÓN Y HEADHUNTING DE EJECUTIVOS

 Atraiga **PROFESIONALES APTOS** para la **COMPETITIVIDAD** de su Empresa en el Mercado y el **FORTALECIMIENTO** de sus valores Organizacionales.

 Metodología: **Búsqueda Inteligente de Talentos - BIT**
ASEGURE LÍDERES. Soluciona la falta de Organización, la alta rotación y ahorre dinero y tiempo en malas contrataciones.

 jmosquera@oconorconsulting.com

 0990335594

BÚSQUEDA INTELIGENTE DE TALENTOS



Guayaquil:

Av. Jaime Roldós Aguilera, Ciudad Colón
Parque Empresarial Colón,
Edificio Empresarial I - Mezanine, Oficina 08
Teléfono: 0987801699

Quito:

Av. 6 de Diciembre N34-360 y Portugal,
Edificio Zyra, Piso 12, Ofi. 1201
Teléfono: 0987290067

ESTUDIOS INTERNOS

**OUTPLACEMENT
E INTERNSHIP**

**CONSULTORÍA PARA
EL LARGO PLAZO**

**ENCUESTAS
DE MERCADO**

CAPACITACIÓN

**DESARROLLO DEL
TALENTO HUMANO**

