



“La calidad, la innovación, la tecnología, el diseño, la formación de recursos humanos y la imagen de marca, constituyen hoy los factores dinámicos del desarrollo, esto se aplica a todas las actividades económicas; por lo tanto, también a la producción vitivinícola”

A.S.: Curvelo García (1993)

# Progresar en la edad global

Por: QUIJANO RICO, Marco\*

\* Ph.D., Científico y Vitivinicultor, Km.7, Autopista Duitama-Nobsa, Tel.+5787-724622. Fax-724623. P.O.Box/A.P.048, Sogamoso, e-mail: marquesdepuntalarga@starmedia.com.

## RESUMEN:

La edad global es un período de interdependencia de todas las naciones del planeta, a un nivel sin precedentes. Representa el fruto de la gran suma histórica de los avances de la ciencia y la tecnología, comprendidos en transportes, comunicaciones, informática.... En ella nos encontramos enfrentados como nación a uno de los mayores y más apasionantes retos de nuestra historia: alcanzar un desarrollo real y socialmente equitativo, en cierto modo recuperar tiempo perdido, cuando estamos sumidos en un mar de competencia. Ésta saca su eficiencia para competir en el manejo de los factores dinámicos del desarrollo; entre estos, la información, la investigación y el desarrollo tecnológico conjugados con la innovación, son esenciales, para el rol formativo de la universidad. Enfrentar consecuentemente este reto es indispensable para progresar en la edad global y sobre todo, para disfrutar y no sufrir de la dinámica sin precedentes, de la República Popular de China.

Palabras clave: Progreso, competitividad, conocimiento, innovación, global.

## ABSTRACT

The global age is an unparalleled period of interdependence between all nations of the planet. It represents the summing up of the historical advancements of science and technology, in transportation, communication and informatics... In the global age we are confronted as a nation to one of the biggest and more passionate challenges of our history: to attain a real and socially equitable level of development, in some way; to recover lost time, when we are just immersed in a sea of competition.... This competition withdraws its competitiveness from its ability to manage dynamical development factors, like information, research and technological development, side by side with innovation, that are most critical and dependent on university's forming capability. Consistently facing this challenge is unavoidable for progressing and for enjoying and not suffering from the unmatched dynamics of the People's Republic of China.

Key Words: Progress, competitiveness, knowledge, innovation, global.



**E**l progreso es el desarrollo. ¿Qué implica desarrollarse en la Edad Global?, el Profesor Curvelo García resume, en las frases antes citadas, los factores que determinan, desde hace bastante tiempo, el desarrollo económico y más específicamente el de las empresas y el de su rol motor en el progreso de la sociedad. Al fin y al cabo la producción, en la economía de mercado, depende de la capacidad de los empresarios para anticiparse, con la mayor precisión posible, a la demanda económica de mercancías y de encontrarse listos, oportunamente, para producir eficientemente la clase y calidad de mercancías que convienen a esa demanda (Columbia 1993). Al hablar, en los tiempos que corren, del rol motor del empresario para el progreso de la sociedad, en el sentido de la función social del capital, es necesario tener bien presente, hoy más que antes, el marco en el cual el patrono opera, porque dicho marco impone las condiciones que él debe llenar, para jugar su papel a cabalidad. Este espacio se ha venido ampliando desde lo local y regional, a lo nacional e internacional, hasta lo global (Quijano Rico 1993).

Es interesante anotar que entre el siglo 17 (cuando comenzó a utilizarse) y el 19, el término “global” significaba simplemente “esférico, globular”. Hacia finales del siglo 19, por inspiración en su uso en francés, el término global adquirió el significado de “reunir, encerrar” la totalidad de un número de cosas, categorías, etc. En el curso del siglo 20 se comenzó a usar ampliamente para designar fenómenos que involucran a todo el mundo, por ejemplo, Marshal McLuhan en 1960, lanzó la expresión de “aldea global”, para reconocer que la nueva tecnología y las comunicaciones habían causado, efectivamente un “encogimiento” del conjunto de las sociedades mundiales, acercándolas entre ellas hasta el nivel de integración de un pueblo (Fowler's, 1996). Así han ido surgiendo otras expresiones con el calificativo de global como: calentamiento, economía, edad, que se refieren a fenómenos, que involucran a todo el globo terrestre.

La edad global es un período de interdependencia de todas las naciones del planeta, a un nivel sin precedentes. Representa el fruto de la gran suma histórica de los avances de la ciencia y la tecnología, resumido en transportes, comunicaciones, informática.... En ella, estamos enfrentados a uno de los mayores y más apasionantes retos de nuestra historia: alcanzar un desarrollo real y socialmente equitativo, en cierto modo recuperar tiempo perdido, cuando estamos sumidos en un mar de competencia.

Esa competencia saca su eficiencia para competir en el manejo de los factores dinámicos del desarrollo, que resume el citado profesor Curvelo García. En otras palabras, sus actores tienen plena conciencia de lo siguiente (Quijano Rico 1993):

La información desempeña un papel central para el desarrollo. Es la máxima riqueza. Determina la eficacia

de la innovación.

El criterio de calidad tiene importancia creciente en los mercados más atractivos.

El contenido en información y el refinamiento de los productos por medio de la innovación tienen cada vez mayor demanda.

La permeabilidad de las fronteras y los progresos en el transporte dan acceso a los más variados y distantes mercados; pero, exponen el interno a la plena competencia de los productos del extranjero.

La edad y la economía globales son también la edad y la economía del conocimiento, el cual se nutre de la información (Quijano Rico 2005). Ya en los años 60 del siglo pasado se comenzó a valorar la importancia de la información como vector primordial del desarrollo; por ejemplo, en trabajos como los de Jenner sobre competencia e información (Jenner, 1966). Tratando el tema de entropía, irreversibilidad y producción de información, observa Manfred Eigen, Premio Nobel de Química en 1967 (Eigen, 1978): “un mensaje que se recibe debe ser comprendido. Para ello debe revelar su significado; es decir, debe estar relacionado con determinadas experiencias o convenciones y reproducirlas.

Simultáneamente, el establecimiento de la relación, el ordenamiento y la comprensión constituyen un acto de creatividad”. Este breve análisis, contiene indicaciones para aprender a aprender, para poder adquirir y aplicar información y conocimiento en ciencia y tecnología y para prestar a la creatividad toda la atención que merece.

Del citado análisis, se puede deducir la siguiente reflexión (Quijano Rico, 1980): “el más eficiente receptor de información es al mismo tiempo el más eficiente productor de información” o sea, en ciencia y tecnología, el investigador. Aparece así en toda su magnitud el rol de las actividades de Investigación y Desarrollo para detectar, extraer, captar y aprovechar la información y constituir conocimiento. La gran limitante para que los países en vía de desarrollo puedan beneficiarse de la enorme masa de información especializada disponible, para todo el mundo, no es material, es intelectual, debido al desconocimiento total o parcial del lenguaje pertinente (Quijano Rico 1972). Esto es sobre todo nocivo en el caso de la literatura de patentes, de la mayor utilidad en el proceso de innovación tecnológica. En efecto, sólo el manejo adecuado de la información permite innovar de manera trascendente, mejorar la eficiencia económica, que incide sobre la productividad e introducir la información como constituyente valorizador de los productos, en particular los industriales.

Al respecto observaba Ernesto Illy, científico y empresario italiano: “países que pueden considerarse ricos por su patrimonio en materias primas, se debaten en la pobreza, porque han despreciado la parte más importante del mecanismo de producción de riqueza, la transformación de materias primas en productos manufacturados, la valorización de la materia con la información (Illy 1979).

Hablar de investigación en las empresas, por ejemplo para poder acceder a la información especializada,



Sistema hiperbárico para ensayos de fermentación, filtración y embotellado

equivale a hablar del papel de la universidad y de la cooperación de ésta, en su calidad de productora de conocimiento, con la empresa, caso que requiere una asociación tan eficaz, que bien puede denominarse una simbiosis. En este orden de ideas, las universidades deben hacer investigación para obtener nuevo conocimiento y compete a las empresas llevarlo a la práctica. Haciendo investigación, la Institución de Educación Superior dispone de los medios para insuflar a los estudiantes entusiasmo por la adquisición y producción de conocimiento de tal forma que contagie esta pasión a los compañeros de desempeño profesional. En consecuencia, la creación de polos de excelencia en investigación, inductores de multiplicación de talentos, es una condición sine qua non del éxito de la universidad y del progreso de toda la sociedad (Quijano Rico 2004).

Finalmente, cuando ya se dispone de tecnología y productos de calidad, con buen contenido en información e innovación, producidos en el seno de una organización eficiente, llega el momento de presentarlos al mercado, o sea, de “vestir” la calidad. Aquí también la innovación respetuosa de la estética, juega un rol de primer plano. El viejo adagio según el cual “el hábito no hace al monje”, no tiene cabida en las expectativas del mercado.

En una reciente emisión de CNN, en español, sobre economía y finanzas, a un destacado analista del desarrollo de la República Popular de China, se le preguntó sobre las perspectivas de América Latina frente a ese potencial sin precedentes y además, difícil mercado para nuestros productos. Según él, las únicas alternativas que tenemos son:

Fijar objetivos adecuados y conseguir entusiasmar con ellos a la masa de la población y alinearla hacia su logro.

Distinguirse por el esfuerzo y los resultados en ciencia y tecnología.

Hacer de la innovación el instrumento principal para competir.

En el contexto de esta charla, tales recomendaciones dejan la sensación de ser una invitación a desper-

tar. ¡Sobre todo entre nosotros! El despertar regional tiene que acompañarse de la plena conciencia de nuestros valores y del esfuerzo necesario para usar con máximo provecho los factores dinámicos del desarrollo. Bajo tales condiciones, “Made in Boyacá” puede convertirse, en un objetivo primordial, en una imagen de marca de reconocimiento global, basada en la eficiencia y en la calidad. De esta manera podremos enfrentar la competencia global, dentro y fuera del país. Es la vía que se debe transitar para sacar provecho del TLC y sobre todo, para disfrutar y no sufrir del dinamismo de la República Popular de China. ■

## BIBLIOGRAFÍA

- COLUMBIA ENCYCLOPEDIA (1993), Production. Columbia University Press, New York.
- EIGEN M., WINKLER R. (1978), Das Spiel. Piper Verlag Munich.
- FOWLER'S (1996), Global, in: Modern English Usage, Oxford University Press, Oxford.
- Illy E. (1978), Ensayos no publicados sobre el flujo de la información y el crecimiento del bienestar. Illycaffé, Trieste.
- GARCÍA, C. (1993), Análisis Químico y Sensorial. Relaciones con el Comercio Internacional. Bulletin de l'OIV, París.
- JENNER R.A. (1966), An information version of pure competition. Economic Journal 76, 786-805.
- QUIJANO RICO M. (1993). Las ciencias básicas para Colombia y su futuro. Colciencias. Bogotá. 92-109.
- \_\_\_\_\_. (1980). La Ciencia y la Tecnología para un País Productor: 9th International Conference on Coffee Science, London. ASIC, París, 23-40.
- \_\_\_\_\_. (1972). La ciencia como propulsor fundamental del desarrollo nacional. Química e Industria, Bogotá. 7, 9-13.
- \_\_\_\_\_. (2005). Innovación tecnológica e información. Innovación y productividad en Boyacá. CREPIB, Tunja. 3-6.
- \_\_\_\_\_. (2004). La Simbiosis universidad-empresa, disertación ante el Consejo Superior de la UPTC, Tunja.