

LABORATORIO SOCIAL UNIVERSITARIO PARA EL TURISMO BASADO EN UNA CULTURA DE EMPRESARIADO SOSTENIBLE: ANÁLISIS PARA EL MUNICIPIO DE UBATÉ.

Resumen

Motivar una cultura de emprendimiento sustentable es el gran reto que tienen las escuelas de profesionales del área de la administración y las finanzas para el futuro. Reto más importante aún en el marco de una época donde las metodologías educativas evolucionan para hacer efectivo el proceso de formación. En este sentido, los laboratorios sociales se convierten en escenarios propicios, por ser considerados en la actualidad como motores de innovación educativa y social, al confluir en un mismo espacio de experimentación y co-creación de soluciones, la sociedad y la academia. Así, la actividad turística se considera propicia para la idealización de un laboratorio social, por que tiene como reto inherente la sustentabilidad. El presente trabajo propone un Laboratorio Social Universitario (LSU) para promover una cultura de emprendimiento sustentable centrada en la actividad turística del municipio de Ubaté, a partir de experiencias investigativas y comunitarias significativas del grupo de investigación AdCUN, en la Provincia de Ubaté, Cundinamarca (Colombia).

Palabras clave: Turismo, Emprendimiento Sustentable, Laboratorio social universitario.

UNIVERSITY SOCIAL LABORATORY FOR TOURISM BASED ON A CULTURE OF SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS FOR THE MUNICIPALITY OF UBATÉ

Abstract

Motivating a culture of sustainable entrepreneurship is the great challenge that schools of professionals in the area of administration and finance have for the future. Most important challenge in the framework of an era where educational methodologies evolve to make the training process effective. In this sense, social laboratories become auspicious scenarios, because they are currently considered as engines of educational and social innovation, when they come together in the same space for experimentation and co-creation of solutions, society and academia. Thus, tourism activity is considered conducive to the idealization of a social laboratory, because it has the inherent challenge of sustainability. This paper proposes a University Social Laboratory (LSU) to promote a culture of sustainable entrepreneurship focused on the tourist activity of the municipality of Ubaté, based on significant research and community experiences of the AdCUN research group, in the Province of Ubaté, Cundinamarca (Colombia).

Keywords: Tourism, Sustainable entrepreneurship, Social laboratory.

Introducción

Desde la década de los años ochenta, en el siglo pasado, la Comisión mundial para el medio ambiente y el desarrollo, advirtió sobre el deterioro innegable de los recursos naturales a causa de las perspectivas económicas predominantes (ONU, 1987). Sin embargo, casi medio siglo después, las cifras del consumo comercial e industrial de los recursos del ambiente natural aún son devastadoras, ya que el crecimiento económico a nivel mundial ha sido desmesurado e irresponsable con los recursos que lo soportan. Esta comisión apocalípticamente planteaba, que era inútil encarar los problemas ambientales y económicos por separado, entendiendo la dependencia que existe entre los dos.

Por tanto, y observando la necesidad, la codicia y la sordera de muchos sectores que han retrasado su reflexión respecto a la responsabilidad de ver el desarrollo no sólo en temas de retornos financieros, es imprescindible y urgente que el emprendimiento empiece a verse conceptualmente como un conjunto sistémico de causas y efectos, de manera interdependiente. Si bien, la creación de empresas ha sido promovida como la alternativa de desarrollo para los países del tercer mundo, esta no puede seguir siendo vista desde un solo ángulo, el económico. Hace falta complementar su abordaje con otras perspectivas, “más allá de los intereses limitados de las empresas y de una cuestionable racionalidad económica”, como lo señala el Papá Francisco (Santo Padre, 2015), es prioritario incorporar otras lógicas y racionalidades armónicas que incluyan a la naturaleza y al ser humano.

Así, la definición de emprendimiento ya no puede concebirse si no es desde una perspectiva de sustentabilidad, la cual abarca tres dimensiones: económica, medio ambiental y social. En este sentido, autores de distintas corrientes coinciden en incluir esta triada como elementos sistémicos inherentes a la sustentabilidad y confirmados por las naciones unidas en su propuesta de medio ambiente y desarrollo (ONU, 1987) (Gallopín, 2003) (Sierra Villamil, 2016) (Contreras Pacheco, Pedraza Abella, & Martínez Perez, 2017).

Y es que la sustentabilidad no es una opción, sino la garantía de continuidad de las empresas del futuro, que, si bien no lo hacen desde un sentido altruista, deben verlo como una alternativa conveniente financieramente, o el único camino para garantizar sostenibilidad de la empresa en el tiempo ya sea por disponibilidad de recursos, aceptación del mercado o cumplimiento de normativas, entre otras razones (Clegg, 2014).

Es claro, además, que el impacto socioambiental empresarial difiere según la actividad o sector económico, y no existe actividad económica que reúna tantas dimensiones (económica, social, medio ambiental, cultural) como el turismo (Ramírez Montañez, 2014) (Miguel Velasco, Solís Jiménez, & Torres Valdez, 2014). Con esto, se pretende mostrar que el turismo es una actividad propicia que reúne estas dimensiones, que además se soportan en la sustentabilidad.

El turismo es una actividad que crece, a una velocidad mayor de lo que la planificación gubernamental puede anticipar, acompañar y orientar, y esto resulta crítico teniendo en cuenta que, según la Organización Mundial del Turismo - OMT, la actividad turística es de las más importantes a nivel mundial, aportando 3.5 billones de dólares y 127 millones de empleos (citado por Miguel Velasco et al., 2014).

Esta propuesta hace parte de los procesos que desarrollan docentes investigadores del grupo AdCUN, en la búsqueda de estrategias y herramientas que permitan motivar en los estudiantes de Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca – Seccional Ubaté (Colombia), el desarrollo de una cultura hacia el emprendimiento sustentable, soportada en los hallazgos obtenidos de estudios antecedentes sobre turismo en esa región de Colombia (2018), que servirán de insumo para generar un laboratorio social permanente, que cuente con elementos necesarios para vivenciar y experimentar las diferentes dimensiones de la sustentabilidad. Es una arriesgada y novedosa idea que articula investigación, - aprendizaje con las tendencias de estrategias y herramientas pedagógicas que el grupo viene implementando.

Por lo anterior, se plantea la siguiente cuestión: ¿Cómo promover una cultura de emprendimiento sustentable centrada en la actividad turística del municipio de Ubaté, desde el proceso de aprendizaje? Se pretende aportar en la generación de propuestas que minimicen la brecha entre la academia y las realidades locales, además de validar el discurso en torno al manejo didáctico que contribuya en la formación de profesionales que respondan a los retos del mercado y la sociedad actual y futuro.

Marco Teórico y Estado del Arte

Turismo Sustentable

Desde la óptica del turismo, la sustentabilidad tienen sus orígenes conceptuales desde la Cumbre de la Tierra desarrollada por la ONU en 1992 donde se planteó el proyecto o

agenda 21 para los viajes y el turismo fijando lineamientos importantes para la planificación sustentable del mismo. En la misma línea institucional, la Organización Mundial del Turismo, en su página oficial UNWTO (por su sigla en inglés) define el turismo sustentable como la actividad que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. A nivel local, la política formulada como carta de navegación es el Plan de desarrollo Turístico de Cundinamarca, desarrollado por el Instituto Departamental de Cultura y Turismo (IDECUT), y en coherencia con la expectativa mundial, planteó desde 2012 estrategias y actividades encaminadas al fortalecimiento, gestión y direccionamiento de la actividad turística desde la política pública.

Los retos en temas de planificación turística hacia la sustentabilidad son aún escasos y tímidos, además de los temas que están formulados, aún no se concretan ni materializan en la realidad local y regional, esto resulta preocupante, teniendo en cuenta que el turismo es una actividad que se ha convertido en motor económico de muchas regiones colombianas. Esta situación ha ocasionado un crecimiento no planificado de las actividades, siendo uno de los principales agentes de deterioro ambiental, que llevan a la auto-condena de la sostenibilidad de sus propias oportunidades, exponiendo al turismo como el principal causante de daño en el medio ambiente que lo soporta (San Martín Reboloso & Salcedo, 2007). Entre los múltiples retos que se deben enfrentar se evidencia la desarticulación entre las comunidades, el desarrollo de otros sectores de servicio (transporte, restaurantes, alojamiento, etc.) y comercio, y la protección del medio ambiente, entre otros.

Fomento de una Cultura en Emprendimiento Sustentable

El fortalecimiento del emprendimiento, como elemento de formación transversal, es determinante para la generación de profesionales idóneos que se incorporen con pertinencia en las dinámicas del desarrollo socioeconómico de países con profundas necesidades de cambio (Castellanos, Chávez P., & Jiménez H., 2003). En Colombia esta premisa es respaldada por la Ley 1014 de 2006, marco normativo que busca fomentar la cultura del emprendimiento a nivel nacional.

Para 2004, aproximadamente el 60% de los programas de las universidades en Estados Unidos ya contaban con materias referentes a la formación de emprendedores y el

ejemplo del fortalecimiento de sus economías a través de empresas innovadoras (Hidalgo Proaño, 2014). Sin embargo, este fomento académico hacia el emprendimiento recientemente empieza a relacionarse con los conceptos de sustentabilidad.

En coherencia con lo planteado, la visión de emprendimiento que se promueva desde los escenarios de formación académica de profesionales, debe innegablemente vincular el tema de la sustentabilidad como elemento esencial para la creación de empresas en el futuro. Planteando ahora el reto, no sólo de hacer efectiva la intervención académica en el fortalecimiento del tejido empresarial, “que por años se ha mantenido a nivel teórico discursivo sin generar mayor impacto en el sector y en la realidad misma, pues no son equivalentes sus aportes académicos en el progreso y bienestar de la población” (Castellanos, Chávez P., & Jiménez H., 2003, pág. 146), sino que también se oriente al desarrollo de contenidos de sustentabilidad empresarial.

Pero, “formar” en emprendimiento, puede ser una concepción errónea de la perspectiva académica. Se encuentra amplia literatura que apunta a señalar que en el emprendimiento tienen relevancia las características personales o virtudes innatas en el ser humano (Martínez García, Padilla Carmona, & Suárez Ortega, 2019). Por otra parte, también es amplia la experiencia respecto al gran aporte que ofrece la formación en el desarrollo de habilidades y la proporción de conocimientos que potencien la adquisición de habilidades o potencialización de aptitudes emprendedoras (Hidalgo Proaño, 2014). La presente propuesta, se enfoca más en la posibilidad de crear una “Cultura en emprendimiento sustentable”, a través de la generación de estrategias transversales, multiactorales y territoriales, que generen nuevos patrones paradigmáticos y comportamentales a partir del fortalecimiento de valores, hábitos y concepciones desde dinámicas y escenarios vivenciales experimentales.

En la esfera académica, el emprendimiento ha sido calificado como un campo emergente, como una disciplina en etapa de construcción, lo que se evidencia en el incremento de publicaciones al respecto (De la Torre Cruz, y otros, 2015), al respecto desde los programas de Administración de Empresas es posible generar estrategias que contribuyan a promover una cultura emprendedora, como así también su abordaje desde las actividades investigativas. Se sostiene lo anterior a pesar que la propuesta ha tenido tantos detractores como defensores, dado que algunos académicos tradicionales perciben el emprendimiento como tendencias nuevas que disminuyen la especificidad técnica y la calidad de lo exigido en

el ámbito científico, ya que se traslada el objetivo a la motivación de habilidades sociales y comunicacionales (Zisis, Moya, & Molina , 2017).

Laboratorios sociales universitarios

En general, los laboratorios sociales, se están convirtiendo en un cambio de modelo en los sistemas de innovación, con una bibliografía que presenta una tendencia eficiente y apoyados en diferentes teorías como el rol de la innovación impulsada por los usuarios (Hippel, 2011), y los modelos de innovación abierta de Chesborough (Serra, 2013).

Una destacada experiencia que sirve como referente en Colombia es el laboratorio Social Lab, que describe en el sitio oficial www.rutanmedellin.org las bondades de este tipo de espacios entre otras la construcción de un capital social cuyo valor radica en la interacción de: el deseo o la necesidad de la comunidad, el conocimiento que da la viabilidad a las ideas y la institucionalidad que permite su puesta en marcha.

En el contexto universitario, (Romero-Frías & Robinson-García, 2017) acuñan una muy holística definición de los laboratorios sociales en instituciones de educación superior a los cuales ellos definen como:

“Los medialabs universitarios pretenden, por un lado, servir de nexo entre la sociedad y la academia, convirtiéndose en un espacio de cocreación y colaboración ciudadana. Muy relacionado con este perfil, está su carácter docente y divulgador, sirviendo de canal bidireccional a través del cual ciudadanos e investigadores se influyen mutuamente y comparten conocimientos. Por último, destaca su perfil investigador, siendo motor de innovación educativa, social y digital, y perfilándose como el lugar idóneo para la experimentación y el ensayo de nuevas metodologías y fórmulas educativas y de participación ciudadana.”
(Página 31)

Desde la Universidad de Cundinamarca, sede Ubaté se vienen adelantando experiencias que se relacionan con laboratorios sociales, y que por estar articulada desde la

institución se pueden considerar como acciones que se pueden enmarcar en la dinámica de un Laboratorio social universitario.

La primera experiencia que fundamenta la propuesta es la metodología que el Instituto Tecnológico de Massachusetts – MIT (sigla en inglés) desarrolla en diferentes espacios de trabajo comunitario a través de la red Mundial International Developmet Innovation Network - IDIN (sigla en inglés), en la que reúnen grupos de profesionales procedentes de todas partes del mundo para crear soluciones tecnológicas de bajo costo a través de procesos de co-creación en espacios comunitarios de necesidades extremas o de economías emergentes. En este sentido, ¿qué aspectos se rescatan de esta metodología para la propuesta?: la idea de trabajar con la comunidad es más efectiva, que desarrollar soluciones para la misma. Sintonizando con este planteamiento, el grupo de investigación AdCun viene desarrollando trabajos interdisciplinarios que evidencian las bondades de motivar la creatividad a través de la validación directa de las ideas por parte de sus beneficiarios, uno de estos es el ejercicio que se desarrolla a partir de 2017 y que puede consultarse en el espacio informativo comunitario de México “Tercera Vía” con el título “Lab Campesino: Una lección desde Colombia para la transición a la agroecología”.

La segunda experiencia del grupo que ofrece antecedentes y soporte metodológico al Laboratorio Social Universitario (LSU) para la Universidad de Cundinamarca Seccional Ubaté está relacionado con la metodología de aprendizaje promovida por la empresa colombiana Distancia Cero, a través de la cual, los productos de los procesos académicos dejan de ser desarrollos exclusivos del aula para convertirse en entregables usables por actores de la comunidad, permitiendo que desde la formación académica se empiecen a validar conocimientos y teorías por medio del aporte de soluciones a escenarios productivos reales. El resultado de esta experiencia por parte del grupo, se puede evidenciar en el material audiovisual de consulta libre en la red Youtube denominado “Reto Quinoa Seccional Ubaté” y en la página oficial de la empresa mencionada <http://www.distanciaceroco.com>.

Las bondades que se rescatan de esta experiencia para la propuesta, están diseñadas bajo la estrategia metodológica de Aprendizaje Basado en Retos – ABR, que acerca al estudiante a las realidades locales por medio de cuestionamientos que retan sus conocimientos y les permiten desarrollar competencias básicas y transversales como el trabajo en equipo, la resolución de problemas, el planteamiento creativo de soluciones y la

comunicación asertiva con los actores, entre otras. El Observatorio de Innovación educativa del Tecnológico de Monterrey da cuenta de dichas bondades en su informe publicado en 2017.

Articulando conceptos, teorías y hallazgos investigativos publicados por el grupo AdCUN en la propuesta Turismo Sustentable para el municipio de Ubaté, en la cual se establecen las condiciones encontradas para poder desarrollarlo y aquellas que no están (Orrego & Melo Perdomo , 2018), se puede generar una nueva propuesta para articular los aprendizajes del trabajo con comunidades, con los retos del sector turístico, soportada desde un laboratorio social universitario que fomente una cultura en emprendimiento sustentable para estudiantes de Administración de Empresas.

Descripción Metodológica del Laboratorio Social Universitario

El primer paso consiste en la validación del escenario académico desde los factores que presentan las tres dimensiones de la sustentabilidad, basado en los diferentes aspectos que se analizan en cada una de estas dimensiones según el estudio, Indicadores sintéticos para turismo Sostenible, el cual describe aspectos propios para la dimensión económica, para la ambiental y para la social (Blancas Peral, González Lozano, Guerrero Casas , & Lozano Oyola, 2010), los cuales se convierten en el referente metodológico para identificar las potencialidades, que como laboratorio social, ofrece el sector turístico del municipio. Por su parte, el estudio denominado Propuesta de Turismo Sustentable para el municipio de Ubaté, citado anteriormente, aporta para el ejercicio la validación de los retos actuales del sector turístico del municipio, según el estudio realizado.

Lo anterior, fundamentado en la premisa central de la propuesta, acompañar al estudiante en la construcción de sus propios conocimientos en nuevos escenarios singulares planeados de co-creación, es muy diferente al modelo tradicional transmisionista. Es así que los LSU se plantean como escenarios de formación para emprendedores del futuro, lo que es un reto para los docentes, ya que promover una cultura en emprendimiento sustentable debe ser un proceso de construcción permanente de conocimientos, desde nuevas dinámicas y procesos, articulando el trabajo de docentes y estudiantes, con actores del sector productivo, que puedan identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las comunidades, para afrontar situaciones problemáticas y generar soluciones, en colectivo.

Este proceso de construcción colectiva, se puede sustentar con las propuestas de Fals Borda quien, desde la metodología de Investigación Acción Participativa, logró recuperar la dialéctica entre la teoría alejada de las realidades sociales y la *praxis* (en su más pura definición), comprueba que, al construir con el actor social (o productivo, para este caso) directamente, se logra una acción creadora de soluciones a partir de un proceso de aprendizaje significativo (Calderón & López Cardona, 2016).

El conocimiento, como una de las herramientas a la hora de emprender, es la aplicación práctica del saber, que se logra a través de la comprensión del contexto mismo, del momento y la medida en el cual deba aplicarse. De allí que, al pretender promover una cultura, se busca fortalecer hábitos en el estudiante, que no se logran solamente desde escenarios teórico-reflexivos. Esto puede analizarse desde los comportamientos y premisas más arraigados en las diferentes culturas, que se construyen en el individuo desde la infancia, a través de la práctica diaria.

Si se pretende fomentar una “Cultura en emprendimiento sustentable” debe sumergirse al estudiante en la realidad misma, donde las necesidades son expresadas desde los actores. Además, para el caso del LSU, se abordan estas realidades desde las dimensiones social, económica y ambiental de la sustentabilidad en el sector turístico, las cuales se desarrollan a continuación:

Dimensión social

La dimensión social, presenta retos que pueden trabajarse como escenarios de formación para los futuros administradores de empresas, hacia el desarrollo y fortalecimiento de características propias en el emprendedor, como son: la autoestima y confianza en sí mismo, y los valores o criterios desde los que mide la implementación de una nueva idea de negocio. El reconocimiento de identidades hacia el turismo, favorece la apropiación, la pertinencia y el desarrollo de nuevas formas de hacer, vender u ofrecer.

Tabla 1. Acciones académicas posibles a partir de los Retos que presentan los diferentes aspectos relacionados con la dimensión social para un turismo sustentable en el municipio de Ubaté

Aspectos sociales de sustentabilidad turística	Acciones académicas que pueden aportar a la Cultura en emprendimiento sustentable en estudiantes de Administración de empresas
---	---

Bienestar de las comunidades receptoras

Reto: Capitalizar la identidad de los Ubatenses a través de sus oferentes turísticos: reconocimiento mutuo

Construcción de propuestas de emprendimientos sustentables para el sector turístico en compañía de la comunidad, cuyo requisito será tener en cuenta aspectos de la identidad social y cultural del entorno.

Conservación medio ambiental y cultural

Reto 1: Apropiación del cuidado y conservación de los destinos, sitios y recursos turísticos, por la comunidad local:

Cerro de las lajas y Mirador de las lajas. (Recurso muy visitado por locales y foráneos, pero sin gestión actual)

Capilla Santa Bárbara (Recurso turístico muy descuidado)

Basílica menor Santo Cristo de Ubaté (Destino muy visitado y con muy buen nivel de conservación)

Conservación medio ambiental y cultural

Reto 2: Conservación de las prácticas artesanales regionales como las artesanías en Junco del municipio aledaño de Fúquene; y en telar de lana del municipio aledaño de Cucunubá

Diseño de oportunidades de negocio en los recursos y destinos turísticos del municipio, deberán concebirse desde el principio de conservación, como garantía de sostenibilidad de las ideas empresariales que se diseñarán (y potencialmente nacientes) y aporte a la generalización de una cultura sustentada en el reconocimiento directo de su entorno.

Reconocimiento de las prácticas artesanales con talleres de transferencia de saberes a nuevas generaciones oriundas de estos mismos municipios como estrategia de conservación local de los saberes. Construcción de propuestas que preserven la ancestralidad y contribuyan a mejorar las condiciones de vida de los artesanos.

Construcción de propuestas enmarcadas en tendencias como el Marketing Triple P (Espitia Moreno, Martínez Arroyo, & Galeana Figueroa, 2012)

Propiciar, organizar y mediar escenarios de reflexión comunitaria que los motive a organizarse alrededor de la conservación medioambiental de los recursos turísticos.

Participación comunitaria en el turismo

Reto: Organización de la comunidad en torno a la gestión y conservación de recursos en espacios naturales

Salud y seguridad

Retos:

-Evaluar oferta en salud requerida por los visitantes

-Mejorar la seguridad en general del municipio

Elaboración de propuestas que mejoren las condiciones de salud y seguridad a partir de talleres de cartografía social

Fuente: Adaptación de (Orrego & Melo Perdomo, 2018). Análisis realizado por autores.

Dimensión económica

La dimensión económica ofrece escenarios de reflexión en los que se cuestiona el discurso de sustentabilidad. Vincula replanteamiento de enfoques, mayor responsabilidad con el medio ambiente, costos de conversión a nuevos modelos y reflexiones profundas de conveniencia. Ofrece al estudiante comprobar la viabilidad del concepto de sustentabilidad en empresas actuales y futuras. Además, se propone sea la dimensión que propicie el enfrentamiento del estudiante para evaluar los riesgos y la disposición que tengan como futuros empresarios al asumirlos.

Tabla 2. Acciones académicas posibles a partir de los Retos que presentan los diferentes aspectos relacionados con la dimensión económica para un turismo sustentable en el municipio de Ubaté

Aspectos económicos de la sustentabilidad turística	Acciones académicas que pueden aportar a la Cultura en emprendimiento sustentable en estudiantes de Administración de empresas
Aprovechamiento de los beneficios económicos del turismo	Comparación de alternativas entre el costo de transformarse en una empresa sustentable o ser empresa que nace de una vez con estas políticas.
<ul style="list-style-type: none"> •Reto: Cambiar el enfoque empresarial actual por uno sustentable donde se evalúe inicialmente el impacto en el medio ambiente, la procedencia de los insumos gastronómicos y las condiciones laborales 	
Control de las actividades turísticas / Ordenación y Control del lugar de destino	Diseño y/o actualización, en colaboración con las entidades gubernamentales locales, el portafolio de condiciones del entorno que favorecen la formalidad empresarial, las prácticas asociativas (asociaciones, gremios, rutas) y los beneficios tributarios y políticos de las empresas que escojan enfoque sustentable.
Reto: Fortalecer la oferta turística formal, certificada y organizada	
Diseño y gama de productos y servicios	Construcción colectiva con actores de la triple hélice, de un catálogo que incluya el rediseño de experiencias que satisfagan los segmentos que actualmente visitan la provincia pero condicionados al cuidado y conservación de los entornos ecológicos, la preservación de los ecosistemas y la sostenibilidad de las actividades económicas Desarrollo de horas sociales dedicadas a talleres de concientización y enseñanza para el turista con el significado de la sustentabilidad y su relación con la actividad turística. La experiencia puede dejar también aprendizaje en el turista, siendo explícita en su enfoque sustentable
Reto: -Rediseño de experiencias turísticas -Modelos efectivos de integración de actividades para toda la familia Satisfacción de los turistas Reto: Actualmente el turista se muestra satisfecho, pero los estudiantes pueden construir propuestas que mejoren las experiencias y las lleven a un nivel educativo o de concientización también para el visitante.	

Fuente: Adaptación de (Orrego & Melo Perdomo, 2018). Análisis realizado por autores.

Dimensión ambiental

La dimensión ambiental en términos de sustentabilidad debe ser analizada de manera interdisciplinaria y no de manera superficial. Con frecuencia la responsabilidad ambiental se valida con acciones simples, que no disminuyen de manera integral el impacto negativo que pueda tener una actividad empresarial, en este caso, turística, que normalmente son insuficientes o impertinentes frente al verdadero impacto. Otro aspecto relevante es tener en cuenta la cadena de valor del producto o servicio, pues el concepto va más allá de la actividad individual, para propender por una reflexión sistémica. Por ejemplo, si la empresa tiene enfoque sustentable, pero no evalúa que la procedencia de las materias primas de su producto vaya en la misma línea, sus acciones perderán validez o serán casi invisibles en el esfuerzo por mitigar daños o evitarlos.

Este componente de interdisciplinariedad, más evidente en esta dimensión que en las otras dos, es lo que enriquece el LSU como escenario propicio para motivar una cultura hacia el emprendimiento sustentable. En las experiencias con las metodologías de co-creación ha sido evidente como, el papel del profesional se vuelve más relevante y pertinente al enfrentarlo a escenarios de discusión interdisciplinarios, permitiéndole identificar su rol en el sistema y definir desde su disciplina los aportes más convenientes, así como el reconocimiento de la necesidad de otras áreas del conocimiento, como factor decisivo para la toma de decisiones empresariales, que complementan la visión del escenario y facilitan la elaboración de propuestas de negocio acordes con los retos futuros.

Así como la dimensión económica da la pauta para evaluar en la práctica que tanta disposición, oportunidad y aplicabilidad tiene el concepto de sustentabilidad, la dimensión ambiental permite legitimar las propuestas que se construyan en el LSU. Es aquí donde la discusión se vuelve trascendental en el tiempo, y se adquiere mayor conocimiento entre acciones leves y aquellas que verdaderamente permitirán a las futuras generaciones disfrutar de los recursos naturales, en iguales o mejores condiciones que las actuales. Y desde la perspectiva del emprendimiento sustentable, este será el escenario para fortalecer su empoderamiento y la capacidad que tiene el emprendedor para influir y controlar los resultados futuros.

Tabla 3 Acciones académicas posibles a partir de los Retos que presentan los diferentes aspectos relacionados con la dimensión ambiental para un turismo sustentable en el municipio de Ubaté

Aspectos económicos de la sustentabilidad turística	Acciones académicas que pueden aportar a la Cultura en emprendimiento sustentable en estudiantes de Administración de empresas
Protección de recursos naturales de valor	Abordaje de las problemáticas y soluciones desde la visión sistémica de la sustentabilidad puede aprehenderse desde dinámicas académicas desarrolladas en interacción con otras poblaciones y comunidades. Se busca validar ideas de negocio con conciencia sustentable, en los contextos locales
Reto: Ecosistema de la Laguna de Fúquene Gestión de recursos naturales escasos	Desarrollo de talleres con empresarios donde se evalúen escenarios sostenibilidad empresarial versus sostenibilidad de la disposición futura de agua y seguridad alimentaria (a partir de la productividad de los suelos).
Retos: -Gestión del agua -Uso y protección de suelos Limitación del impacto ambiental del turismo	Fomento de propuestas para crear nuevas empresas o nuevas soluciones en torno a la gestión, capacitación, manejo, aprovechamiento y reutilización de residuos. Es la dimensión donde se pretende que se motiven más características como la innovación y la creatividad.
Reto: Gestión eficiente en el manejo de residuos	

Gestión ambiental	Desarrollo de mesas de trabajo multiactorales con el objetivo de discutir la necesidad de tener en cuenta la gestión ambiental a lo largo de todo el proceso empresarial, como acción concreta para la adopción de un modelo de negocio sustentable. (Los actores serán todos los relacionados con el sector turístico del municipio de Ubaté)
Retos: -Gestión ambiental como premisa de los productos ecológicos en desarrollo -Conciencia de gestión ambiental en los productos y servicios que se prestan actualmente	

Fuente: Adaptación de (Orrego & Melo Perdomo, 2018). Análisis realizado por autores.

Con la validación de concepciones y propuestas teóricas en experiencias que abarquen las tres dimensiones, se fortalecerá en el estudiante su necesidad de logro, característica fundamental de los emprendedores, en la que el cumplimiento de los objetivos fijados se relaciona con la realización personal. En este caso la necesidad de logro se puede analizar más allá del individuo y se convierte en la capacidad de desarrollar una propuesta empresarial que cumpla un triple objetivo, beneficiando a un entorno común y no solo a un individuo.

Luego de validar el escenario académico comprobando que cuenta con los retos suficientes para convertirlo en uno de formación enfocado hacia la sustentabilidad, se plantea el Esquema de componentes del laboratorio Social Universitario que operativiza la propuesta, articulando los retos del sector con las metodologías a través de las cuales se pretende desarrollar el trabajo con los actores sociales y empresariales del sector turístico. (Ver Figura 1)

La propuesta tiene forma circular que rodea el concepto de emprendimiento sustentable como circundando los procesos necesarios para alcanzar la motivación de la cultura. Se plantean tres dimensiones necesarias: una básica denominada “Espacios de formación académica” (fondo blanco) que corresponde a la labor teórica y técnica que se desarrolla desde los escenarios académicos de formación, comunes a todo el sistema educativo, independientemente del currículo diseñado para tal fin.

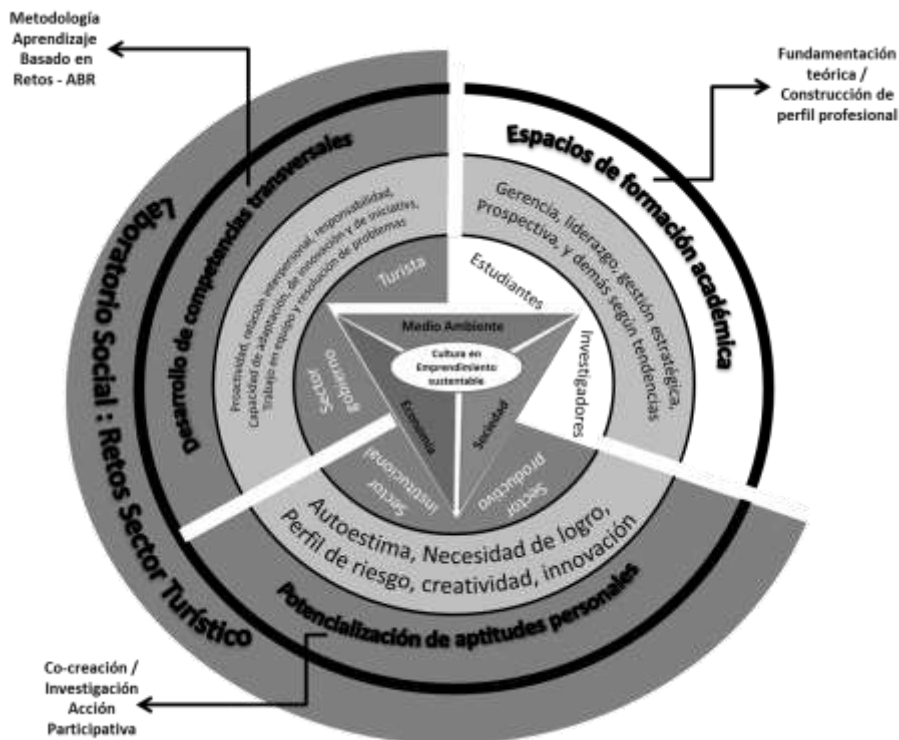


Figura N 1: Diagrama de componentes del laboratorio Social Universitario. Elaboración propia.

Dos dimensiones cobijadas por el fondo gris que representa el laboratorio social identificado (para el caso de esta investigación, el sector turístico del municipio de Ubaté): “Desarrollo de competencias transversales” que se lograrán articulando los productos de diferentes actividades académicas con los diversos retos que proporciona el laboratorio, a través de ejercicios pedagógicos guiados por la metodología del Aprendizaje basado en retos, y “Potencialización de aptitudes personales” que lograrán fortalecer a través de espacios de interacción comunitaria, y de diseño de soluciones planteadas bajo la metodología de co-creación.

Las metodologías y dimensiones propuestas no requieren escenarios excluyentes ni tienen un orden específico. Sin embargo, es importante recalcar, que los espacios deben ser continuos a lo largo del proceso de formación profesional, y que deben propiciarse para que el estudiante participe en las vivencias que le proporcionan las tres dimensiones, permitiéndole cuestionarse, reflexionar y construir.

Conclusiones

Las diferentes experiencias investigativas y metodológicas del grupo de investigación AdCUN han permitido proponer un LSU que articula las dimensiones necesarias para fomentar una cultura formativa, de reconocimiento y construcción con el medio que lo rodea, y del fortalecimiento y desarrollo de características humanas que se han identificado en la diversa literatura, como necesarias para un perfil de emprendedor sustentable.

La propuesta planteada además de integradora y articuladora desde una dimensión académica que propicie nuevos y significativos espacios de aprendizaje, pretende disminuir la brecha entre las prácticas académicas y las realidades sociales al tomar como espacio de construcción de conocimiento el entorno mismo fuente de los retos que debe reconocer el futuro profesional. Además, es una forma de aportar a la consolidación de organizaciones multiactorales potencialmente críticas y propositivas, para hacer frente a los retos de adaptación empresarial y humana que depara el futuro.

Las metodologías utilizadas se escogieron por sus bondades ampliamente comprobadas para el logro de espacios de aprendizaje significativo y de aporte pertinente a las soluciones de problemáticas o retos reales. Además de ello, subsanan las deficiencias que los académicos manifiestan como limitantes, que es difícil de vincular en el ejercicio mismo de construcción de teorías y discursos científicos: el desarrollo de competencias transversales o habilidades humanas, para aquellos que las conciben como distractores del proceso académico en su estricto sentido científico.

Finalmente, la meta es que los LSU puedan convertirse en escenarios innovadores y creativos, donde los diversos actores pongan en juego sus saberes, disposiciones y habilidades para encontrar alternativas de emprendimientos sustentables deseables, necesarios y urgentes que esperan los territorios.

Bibliografía

Blancas Peral, F., González Lozano, M., Guerrero Casas, F., & Lozano Oyola, M. (2010).

Indicadores Sintéticos de Turismo Sostenible: Una Aplicación para los destinos

- Turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA: Rect@*, 11, 85 a 118.
- Calderón, J., & López Cardona, D. (2016). Orlando Fals Borda y la Investigación Acción Participativa: Aportes en el proceso de Formación para la Transformación. *I Encuentro hacia una Pedagogía emancipatoria en nuestra América*, 2-7.
- Castellanos, O., Chávez P., R., & Jiménez H., C. (2003). Propuesta de formación en Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento. *INNOVAR Revista de ciencias administrativas y sociales*(22), 145-156.
- Clegg, B. (2014). *Negocios Sustentables* (Primera ed.). Mexico DF: Trillas.
- Contreras Pacheco, O., Pedraza Abella, A. C., & Martínez Perez, M. J. (2017). La inversión de impacto como medio de impulso al desarrollo sostenible: una aproximación multicaso a nivel de empresa en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 33, 13-23.
- De la Torre Cruz, T., Ruíz Palomo, E., Escolar Llamazares, M., Baños Martínez, V., Gañán Ibañez, A., Corbí Santamaría, M., . . . Sánchez, A. (2015). Impacto de la educación en la Cultura del Emprendimiento: Estudio Cualitativo. *Revista INFAD de Psicología*, 2(1), 117-128.
- Espitia Moreno, I., Martínez Arroyo, J., & Galeana Figueroa, E. (5 de Octubre de 2012). *XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xvii/docs/N06.pdf>
- Gallopín , G. (02 de Mayo de 2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico. *Serie Medio Ambiente y Desarrollo*, 47.
- Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su formación. *Revista Alternativas UCSG*, 15(1), 46-50.

- Martínez García, I., Padilla Carmona, M., & Suárez Ortega, M. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de investigación Educativa*, 37(1), 129-146.
- Miguel Velasco, A., Solís Jiménez, N., & Torres Valdez, J. (2014). El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 357-368.
- ONU. (04 de Agosto de 1987). *Informe Comisión mundial sobre medio ambiente y desarrollo*. Recuperado el 17 de Abril de 2019, de http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Orrego, C., & Melo Perdomo, S. (2018). Condiciones desde la oferta y demanda turística que favorecen el desarrollo de un. En E. Escobar Cazal, *Gestión Organizacional.Perspectiva* (págs. 143-168). Chía: Universidad de Cundinamarca.
- Ramírez Montañez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Lebret*(6), 259-278.
- Romero-Frías, E., & Robinson-García, N. (2017). Laboratorios sociales en Universidades: Innovación e impacto en Medialab UGR. *Revista Comunicar*, XXV(51), 29-38.
- San Martín Reboloso, F., & Salcedo, M. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global. *Revista del Centro de Investigación*, 7(27), 77-91.
- Santo Padre, F. (24 de Mayo de 2015). *Vaticano - Documentos Francisco*. Obtenido de http://w2.vatican.va/content/francesco/es/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html

- Serra, A. (2013). Tres problemas sobre los laboratorios ciudadanos: Una mirada desde Europa. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 8(23), 283-298.
- Sierra Villamil, G. (2016). Liderazgo educativo en el siglo XXI, desde la perspectiva del emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios - EAN*, 81, 111-128.
- Zisis, N., Moya, P., & Molina, F. (2017). Percepciones de académicos sobre las dificultades para el fomento de la innovación y el emprendimiento: el caso de la FCFM de la Universidad de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(4), 97-105.